



### บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 41052

ที่ วันที่ 17 มี.ค. ๕๙

เรื่อง ขออนุมัติเงินรางวัลสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานวิจัยประเภทการนำเสนอผลงานวิจัย / บทความวิจัย

① เรียน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ด้วยข้าพเจ้า (นาย,นาง,นางสาว) ธีรเดช ธีรเดช

มีความประสงค์ขออนุมัติเงินรางวัลสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานวิจัยประเภทการนำเสนอผลงานวิจัย / บทความวิจัย ตามประกาศคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เรื่อง การสนับสนุนการทำวิจัยของบุคลากร พ.ศ. ๒๕๕๐ ข้อ ๒๔-๒.๑ จำนวน 1 เรื่อง รวม ๒,๐๐๐ บาท ตามเอกสารที่แนบท้าย

ทั้งนี้ข้าพเจ้าขอรับรองว่าสิ่งตีพิมพ์ / ผลงานวิจัย ไม่มีความซ้ำซ้อนเกินร้อยละ 50 ของสิ่งตีพิมพ์ / ผลงานวิจัยที่เคยได้รับการสนับสนุนมาแล้ว และไม่เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ จักขอบพระคุณยิ่ง ทั้งนี้ได้แนบเอกสารการเข้าร่วมประชุม / งานวิจัยที่ตีพิมพ์ มาเพื่อประกอบการพิจารณาด้วยแล้ว

ลงชื่อ ธีรเดช ธีรเดช

② ความเห็นหัวหน้าสาขาวิชา

โปรดพิจารณาอนุมัติ

ลงชื่อ ธีรเดช ธีรเดช

③ ตรวจสอบคุณสมบัติ

ครบ ตามประกาศข้อ โปรดพิจารณาอนุมัติ

ไม่ครบ เนื่องจาก.....

ธีรเดช ธีรเดช

ลงชื่อ ๒๘ มี.ค. ๕๙

④ การพิจารณาของคณบดี

อนุมัติ.....

ไม่อนุมัติ.....

ลงชื่อ.....

.....

⑤ ส่ง การเงิน

เพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ลงชื่อ.....





# Proceedings

The 3<sup>rd</sup> SUT Graduate Conference  
2010

# 2010



## การศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

เมษยา ว่องวณิชพันธุ์ และ ประสพชัย พสุนนท์  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
เพชรบุรี 76120  
E-Mail: sucliew@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษา และ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเลือกเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่เที่ยวสถานบันเทิง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม ถึง 20 มิถุนายน 2553 สำหรับการค้นหาปัจจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax ในส่วนการจัดกลุ่มใช้การวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means ผลการวิจัยพบว่า 1) มีปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีมี 7 ปัจจัย คือ ด้านอาหาร ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่ และความคุ้มค่า และ 2) การจัดกลุ่มการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นอาหารและบริการ กลุ่มที่เน้นส่วนประสมทางการตลาด และกลุ่มที่เน้นความคุ้มค่า

คำสำคัญ: สถานบันเทิง พฤติกรรม การวิเคราะห์ปัจจัย การจัดกลุ่ม

# A study of behavior of entertainment places among the students of Silpakorn University Petchburi IT Campus

Maysaya Wongvanichpun and Prasopchai Pasunon

Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchburi IT campus, 76120

E-Mail: sucliew@gmail.com

## Abstract

The objectives of this research are 1) A study of behavior of entertainment places among the students and 2) To analysis and cluster of entertainment places among the students. The Sample used in this study is purposive sampling of the student of Silpakorn university amount 400 people. For the research tool was a questionnaire about factors and behavior marketing mix effect of entertainment places among the students of Silpakorn university Petchburi IT campus. During 1-20 June 2553 for the finding factors, we used Principal Component Analysis and Orthogonal Rotation by Varimax Method and clustered by K-means Technique Analysis. As a research results 1) The factor entertainment place among the students of Silpakorn university Petchaburi IT campus have 7 factors are The food factor, The service, The people, The promotion, The price, The place and Brand Equity and 2) Clustering entertainment place among the students of Silpakorn university Petchaburi IT campus into 3 groups are group focus of food and service, group focus of marketing mix and group focus of Brand Equity

Keywords: Entertainment place, Behavior, Factor analysis, clustering

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษา และ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเลือกเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่เที่ยวสถานบันเทิง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม ถึง 20 มิถุนายน 2553 สำหรับการค้นหาปัจจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax ในส่วนการจัดกลุ่มใช้การวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means ผลการวิจัยพบว่า 1) มีปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีมี 7 ปัจจัย คือ ด้านอาหาร ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่ และความคุ้มค่า และ 2) การจัดกลุ่มการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นอาหารและบริการ กลุ่มที่เน้นส่วนประสมทางการตลาด และกลุ่มที่เน้นความคุ้มค่า

คำสำคัญ : สถานบันเทิง พฤติกรรม การวิเคราะห์ปัจจัย การจัดกลุ่ม

## 1. unนำ

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นลำดับแรกของการพัฒนาประเทศ คือ การพัฒนาคุณภาพของคนในชาติ เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ที่จะนำประเทศไปสู่ความเจริญก้าวหน้า รัฐจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาคนและการพัฒนาการศึกษาทั้งในระบบโรงเรียนและอุดมศึกษาดังกล่าวที่ว่า “มีวิชาเหมือนมีทรัพย์อยู่นับแสน” วิชาความรู้ถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่มีใครขโมยไปได้ เพราะเป็นสิ่งที่คุณคนสามารถแสวงหาและพัฒนาตนเองได้ตลอดเวลา การศึกษาเป็นหนทางแห่งการพัฒนาชีวิตและสร้างควมมั่นคงให้กับชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เพราะช่วงชีวิตของการเป็นนักศึกษา คือ ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อในการพัฒนาให้เป็นผู้ที่มีศักยภาพต่อไป

มหาวิทยาลัย คือ สถานที่สร้างผลิตผลความงอกเงยทางปัญญาและหล่อหลอมเครื่องมือสร้างปัญญา ถือเป็นแหล่งเรียนรู้ก่อนเริ่มต้นเข้าสู่ทำงานแบบเต็มตัว (ชลวิทย์ เจริญจิตต์ 2551) โครงการมหาวิทยาลัยสีขาวเป็นโครงการที่ช่วยรณรงค์ปลูกจิตสำนึกในการแสดงพฤติกรรมอันไม่เหมาะสมในรั้วมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมทางการดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ การติดยาเสพติด หรือการแสดงพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม เพื่อเป็นการเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีในมหาวิทยาลัย ปัจจุบันสถาบันการศึกษาเกือบทั่วทุกแห่งถูกล้อมรอบด้วยแหล่งอบายมุขต่างๆ เพราะช่วงอายุของนักเรียนและนักศึกษาเป็นช่วงอายุที่มีความอยากรู้อยากลองกับสิ่งต่างๆ โดยไม่สนใจกับข้อดี ข้อเสียต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการดื่มสุรา การเสพยาเสพติด พฤติกรรมทางเพศ การเที่ยวสถานบันเทิง การเล่นเกมพนัน โดยมีการปฏิบัติเลียนแบบตามกันมาส่งผลให้พฤติกรรมการแสดงออกต่างๆ ในทางไม่ดีมากขึ้น เช่น ความก้าวร้าว อารมณ์รุนแรง การติดยาเสพติด ทะเลาะวิวาท การเที่ยวกลางคืน พฤติกรรมที่เป็นปัญหาของนักศึกษาวัยรุ่นที่ไปมั่วสุมกันตามสถานที่ที่ไม่เหมาะสมกับสภาพและวัยของนักศึกษา นอกจากจะเสียการเรียนแล้ว ยังเสียเงินเสียทองและเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ และขัดต่อวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามในสังคมไทย ก่อให้เกิดผลเสียต่อตัววัยรุ่นเองครอบครัว สถานศึกษา สังคม และประเทศชาติโดยรวม

แหล่งสถานบันเทิงและสถานบริการต่างๆ เป็นสถานที่ที่บุคคลทั่วไปรวมไปถึงวัยรุ่น ใช้เป็นแหล่งบริการในช่วงเวลาว่างกลางคืน ในช่วงว่างจากการเรียนและการทำงานซึ่งถือว่าเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตการเที่ยวนอกบ้านของวัยรุ่น เป็นพฤติกรรมทางสังคมของวัยรุ่นทั้งที่อยู่ในระบบ

การศึกษาและนอกระบบการศึกษาขอบประเพณีปฏิบัติ การสัมผัสใกล้ชิดกับสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่เอื้ออำนวยให้วัยรุ่นไปหาความบันเทิงและรวมกลุ่ม เพื่อหาความสนุกสนานตามแหล่งบันเทิงต่างๆ ได้แก่ การดูภาพยนตร์ การเที่ยวดิสนีย์แลนด์ คาราโอเกะ และผับ ล้วนเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้วัยรุ่นและเยาวชนมีความอยากรู้อยากลองเข้าไปหาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นและเยาวชน การที่วัยรุ่นไปเที่ยวเตร่ในสถานที่เช่นนี้ เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้วัยรุ่นมีโอกาสได้ใกล้ชิดกับเพศตรงข้าม และเป็นพฤติกรรมเสี่ยงนำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์โดยที่ไม่ได้ตั้งใจ (จิรวรรณ แก้วใจ 2550)

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม คือ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทำให้มีสถานบันเทิงเปิดบริการอยู่มากมาย และเนื่องจากว่ามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่เขตต่างจังหวัดทำให้นักศึกษาเกือบทุกคนต้องพักอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัย และบางส่วนพักอยู่หอพักนอกมหาวิทยาลัย ทำให้นักศึกษามีอิสระในการใช้ชีวิตมากขึ้น ประกอบกับด้วยวัยของนักศึกษาที่ต้องการความท้าทาย ความสนุก และประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่แล้ว สถานบันเทิงยามค่ำคืนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมกาเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษาเป็นพฤติกรรมที่น่าสนใจเนื่องจากเป็นปัญหาก่อให้เกิดผลเสียต่อวัยรุ่นเอง ครอบครัว สถานศึกษา สังคม และประเทศชาติ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกาเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงเนื่องจากนักศึกษาเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศตลอดจนเป็นศักยภาพแรงงานที่จะสร้างความเจริญเติบโตให้กับประเทศในอนาคต เพื่อให้ได้ข้อมูลและข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการวางแผนป้องกันและแก้ไขพฤติกรรมของนักศึกษาให้เหมาะสมต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มกาเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

### 3. วิธีการวิจัย

1. การสำรวจพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นแนวทางในการค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเที่ยว สถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรี

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรีจำนวน 400 คน ผู้วิจัยเลือกการสุ่ม ตัวอย่างแบบ 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบโควตาเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายมากที่สุด และในขั้นตอนที่สองผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจงในแต่ละโควตา คือเลือกเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีที่เคยไปเที่ยวสถานบันเทิง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูล ส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยว สถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรี ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และส่วนที่ 4 ข้อ เสนอแนะเพิ่มเติม

#### 4. ขั้นตอนการวิจัย

4.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษารอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากหนังสือ วารสาร และบทความที่ เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดตัวแปรและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

4.2 ปรับปรุงและพัฒนาแบบสอบถามขึ้นให้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัย โดยใช้ส่วนประสม ทางการตลาดบริการ (8P's) เป็นแนวทางในการสร้าง แบบสอบถาม

4.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและพัฒนาขึ้น ให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการตลาด พฤติกรรม และจิตวิทยา เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้อง (Validity) ของ แบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความ สอดคล้องของคำถาม แต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50

4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้ เชี่ยวชาญ ไปทดลองกับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต วิทยาเขตวังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 40 คน พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าเท่ากับ 0.935 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า

แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (สรชัย พิสารบุตร เสาวรส ใหญ่ สว่าง และปรีชา อัสวเดชานุกร, 2549)

#### 4.5 นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาค สนาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูก ต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้ค่าสถิติพรรณนาคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

6. การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็น คำถามเป็นข้อในแต่ละด้าน ในแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์การ แปลความหมายตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2535)

7. การวิเคราะห์ปัจจัยการเที่ยวสถานบันเทิงของนัก ศึกษาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ใช้ วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analy- sis) โดยมีการหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉากกัน (Orthogonal Ro- tation) ด้วยวิธีการ Varimax with Kaiser Normalization เกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบ คือ ค่า Eigenvalues ต้อง มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ต้องมากกว่า 0.71

8. การจัดกลุ่มพฤติกรรมตามปัจจัยการเที่ยวสถาน บันเทิงตามข้อ 7. ใช้วิธีการวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means โดย ทำการกำหนดจำนวนรอบมากที่สุด (Maximum Iteration) เท่ากับ 25 และกำหนดสัดส่วนของระยะห่างที่สั้นที่สุด (Convergence Criterion) เท่ากับ 0 เพื่อพิจารณาหา จำนวนกลุ่มที่สามารถอธิบายความได้อย่างเหมาะสมที่สุด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้แปลงข้อมูลองค์ประกอบให้เป็นค่ามาตรฐาน (Standardized) ก่อนทำการทดสอบด้วยวิธี K-Means (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544)

### 4. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างส่วน ใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.50 นักศึกษาส่วนใหญ่ กำลังศึกษาอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 60.00 โดยกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 39.50 นักศึกษามี เกรดเฉลี่ยสะสมโดยเฉลี่ย 2.77 ค่าใช้จ่ายที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน 5,147 บาท โดยส่วนใหญ่ได้รับจากบิดา-มารดา หรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 94.80 มีสถานภาพทางครอบครัวส่วนใหญ่ บิดา-มารดาอยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 78.50 โดยส่วนใหญ่บิดา- มารดามีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ค้าขาย/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 51.50

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเที่ยวสถาน บันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสาร สนเทศเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ทำการเลือกเก็บตัวอย่างโดยเฉพาะ

นักศึกษาที่เคยไปเที่ยวสถานบันเทิงพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ไปเที่ยวสถานบันเทิงเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.30 นักศึกษาส่วนใหญ่มักไปเที่ยวสถานบันเทิง ตั้งแต่เวลา 23.01 - 01.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.80 โดยใช้เวลาในการเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 - 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 65.20 นักศึกษามักจะเลือกไปเที่ยวสถานบันเทิงวันเสาร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.70 โดยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 69.00 นักศึกษามักจะไปเที่ยวสถานบันเทิงกับเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 90.80 ช่วงเวลาสำคัญที่นักศึกษาไปเที่ยวสถานบันเทิงคือ อายากไป คิดเป็นร้อยละ 72.80 เมื่อเกิดความเครียดคือแรงจูงใจหลักที่ไปเที่ยวสถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 29.20 และนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เคยพบเหตุการณ์ที่ไม่ดีจากการไปเที่ยวสถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 34.80

3. เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่ามี 7 ปัจจัย โดยอธิบายความแปรปรวนได้ 68.371 ได้แก่

3.1 ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านอาหาร มีค่า Eigen values เท่ากับ 5.363 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 16.726

3.2 ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านการบริการ มีค่า Eigen values เท่ากับ 4.928 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 13.709

3.3 ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีค่า Eigen values เท่ากับ 4.349 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 11.130

3.4 ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Eigen values เท่ากับ 4.002 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 10.271

3.5 ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านราคา มีค่า Eigen values เท่ากับ 3.921 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 10.106

3.6 ปัจจัยที่ 6 ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่า Eigen values เท่ากับ 3.261 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 6.522

3.7 ปัจจัยที่ 7 ปัจจัยด้านความคุ้มค่า มีค่า Eigen values เท่ากับ 3.148 สามารถอธิบายความแปรปรวนร้อยละ 6.296

4. ผลการจัดกลุ่มตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้วยวิธี K-Means Clustering โดยนำค่า Factor Score ของทั้ง 7 ปัจจัย สามารถแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นอาหารและบริการ กลุ่มที่เน้นส่วนประสมทางการตลาด และกลุ่มที่เน้นความคุ้มค่า

ตารางที่ 1 ปัจจัยการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

รายการ	actor Loading	Mean	S.D	ระดับความสำคัญ
<b>ปัจจัยที่ 1 ด้านอาหาร</b>				
อาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี	0.855	3.603	0.799	มาก
อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด	0.710	3.503	0.808	มาก
อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	0.751	3.548	0.709	มาก
อาหารและเครื่องดื่มแต่ละยี่ห้อคุณภาพแตกต่างกัน	0.863	3.593	0.704	มาก
อาหารและเครื่องดื่มมีความเป็นจุดเด่นเฉพาะประจำร้าน	0.714	3.833	0.776	มาก
การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มมีการบริการถูกใจ	0.868	3.475	0.787	ปานกลาง
<b>ปัจจัยที่ 2 ด้านการบริการ</b>				
ได้รับสินค้าและบริการตรงตามความต้องการ	0.722	3.710	0.835	มาก
สถานที่มีเพียงพอกับปริมาณความต้องการ	0.752	3.686	0.805	มาก
พนักงานมีเพียงพอกับการรับบริการ	0.701	3.628	0.788	มาก
อาหารมีเพียงพอกับความต้องการ	0.754	3.665	0.724	มาก
เครื่องดื่มมีเพียงพอกับความต้องการ	0.719	3.758	0.788	มาก
เครื่องอำนวยความสะดวกมีเพียงพอกับความต้องการ	0.806	3.710	0.792	มาก



ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	actor Loading	Mean	S.D	ระดับความสำคัญ
<b>ปัจจัยที่ 3 ด้านบุคลิกภาพ</b>				
พนักงานมีน้ำใจและอัธยาศัยดี	0.760	3.703	0.822	มาก
พนักงานมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่	0.887	3.738	0.738	มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	0.703	3.748	0.819	มาก
พนักงานมีการรับบริการรวดเร็ว	0.746	3.630	0.863	มาก
พนักงานขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	0.759	3.565	0.853	มาก
พนักงานมีการบริการด้วยความซื่อสัตย์	0.875	3.630	0.851	มาก
นักร้องและนักดนตรีมีความสามารถ	0.822	3.725	0.825	มาก
<b>ปัจจัยที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
การจัดกิจกรรมต่างๆ ของสถานบันเทิงมีความน่าสนใจ	0.722	3.688	0.835	มาก
ท่านสามารถได้รับข้อมูลของสถานบันเทิงจากป้ายโฆษณา	0.733	3.570	0.820	มาก
ข้อความในการโฆษณามีความชัดเจนน่าสนใจ	0.890	3.568	0.811	มาก
การโฆษณาของสถานบันเทิงทางสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ทำให้มีความน่าสนใจ	0.745	3.543	0.806	มาก
การลดราคา คุปองส่วนลดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	0.712	3.663	0.843	มาก
การเพิ่มปริมาณบรรจุแต่ราคาเท่าเดิมมีผลต่อการเลือกซื้อ	0.796	3.663	0.837	มาก
<b>ปัจจัยที่ 5 ด้านราคา</b>				
ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่ม	0.733	3.718	0.848	มาก
การเปลี่ยนแปลงราคาจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	0.737	3.710	0.838	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกมีราคาไม่แพง	0.741	3.603	0.878	มาก
ค่าอาหารและเครื่องดื่มราคาไม่แพง	0.794	3.593	0.932	มาก
เครื่องดื่มที่มีราคาสูงจะมีคุณภาพดี	0.717	3.593	0.877	มาก
ราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม	0.832	3.605	0.892	มาก
<b>ปัจจัยที่ 6 ด้านสถานที่</b>				
มีความสะดวกของที่จอดรถ	0.775	3.630	0.863	มาก
สถานบันเทิงมีความปลอดภัย	0.737	3.720	0.948	มาก
ลักษณะของสถานบันเทิงมีความโดดเด่น	0.710	3.675	0.864	มาก
สถานที่ตั้งของสถานบันเทิงสะดวกกับการเข้าถึง	0.727	3.733	0.862	มาก
การจัดวางเฟอร์นิเจอร์มีความเป็นระเบียบเป็นสัดส่วน	0.831	3.623	0.816	มาก
<b>ปัจจัยที่ 7 ด้านความคุ้มค่า</b>				
มีศิลปะสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจ มีอัตลักษณ์	0.769	3.668	0.824	มาก
มีการควบคุมระบบการใช้จ่ายได้ดี	0.810	3.673	0.792	มาก
สินค้าและบริการดีมีคุณภาพ	0.732	3.710	0.792	มาก
มีการบริการที่เป็นระบบทำให้สะดวกต่อการรับบริการ	0.719	3.735	0.775	มาก
มีการบริการอย่างเป็นกันเอง	0.852	3.768	0.806	มาก

ตารางที่ 2 การจัดกลุ่มการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ปัจจัย	กลุ่มที่เน้นอาหารและบริการ	กลุ่มที่เน้นส่วนประสม ทางการตลาด	กลุ่มที่เน้นความคุ้มค่า
1. อาหาร	0.74076	-0.09458	0.44934
2. การบริการ	0.78601	-0.32656	0.03297
3. บุคลากร	-0.44949	0.86481	-0.09415
4. การส่งเสริมการตลาด	0.24762	0.77974	0.19706
5. ราคา	-0.07735	0.79693	0.27347
6. สถานที่	-0.02667	0.82262	0.32358
7. ความคุ้มค่า	0.07573	0.10468	0.72744
จำนวน (คน)	88	221	91

## 5. เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ขวัญชนก นันทไพบุลย์ และ วิภาวดี แซ่พัว. ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวสถานบันเทิงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2550.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์. มหาวิทยาลัยสีเขียว ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (Online). Accessed 30 June 2010. Available from <http://news.swu.ac.th/newsclips/>
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : บริษัทประชุมช่าง จำกัด, 2546.
- นล พลเชียงสา. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานบันเทิง ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2550.
- ประสพชัย พสุนนท์. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ท็อป, 2553.
- ปานวาด ปรียานนท์. การป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงต่อการมีเพศสัมพันธ์ของนักศึกษาชาย มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2550.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. ประวัติมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี (Online). Accessed 5 August 2010. Available from <http://www.su.ac.th/>
- ยุพาวรรณ วรณวาณิชย์. การจัดการการตลาด บริการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.
- วัลภา แซ่เอ็ง. พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษาในเขตจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2548.
- วุฒิ ปิยาโยค. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถาน บันเทิงในเขตอำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2551.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาด ยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2546.
- สำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. 16 มิถุนายน 2553.
- สรชัย พิสารบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัครเดชาบุตร. การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วิทย์พัฒน์ จำกัด, 2549.

15. อุดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค.  
พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
16. อภิษรศรี ม่วงคง. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจโดยรวม ของลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารลอยน้ำ เรือริเวอร์ไซด์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.