

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาครอบคลุมในเรื่องต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับที่พักอาศัยของนักศึกษา
2. แนวคิดทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย
4. ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมและที่พักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับที่พักอาศัยของนักศึกษา

1. สภาพการพักอาศัยของนักศึกษา

ประกอบ คุปรัตน์ (2532 : 187) กล่าวถึงสภาพการพักอาศัยของนักศึกษาว่า สภาพที่พักอาศัยและการเดินทางมาเรียนที่สถาบันอุดมศึกษาสัมพันธ์ต่อการดำเนินการของสถาบันอุดมศึกษา จึงได้จัดประเภทของนักศึกษาตามสภาพการพักอาศัยออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1.1 นักศึกษาที่อาศัยอยู่กับพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง นักศึกษากลุ่มนี้จะเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ (Commuting Student) นักศึกษากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่พ่อแม่หรือผู้ปกครองเดือดร้อนน้อยที่สุดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย หรือความเป็นห่วงในบุตรหลานของตน ยกเว้นกรณีที่สถานศึกษาอยู่ห่างไกลบ้านมาก ๆ

1.2 นักศึกษาที่อาศัยอยู่ในหอพักของสถาบัน กลุ่มนี้บ้านพักอยู่ไกลจากสถาบันจนเกินที่จะเดินทางไปกลับได้ทุกวัน หรือเป็นกลุ่มที่ต้องการความเป็นอิสระจากพ่อแม่ผู้ปกครอง นักศึกษาเหล่านี้ต้องมีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากจะต้องจ่ายค่าที่พัก ค่าอาหาร โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนรายจ่ายก็จะสูงมากขึ้น

1.3 นักศึกษาที่อาศัยอยู่ในบ้านอิสระนอกเขตมหาวิทยาลัย เช่น เช่าหอพักหรือบ้านพักอยู่กับเพื่อน อยู่หอพักเอกชน หรืออาศัยอยู่ตามวัด กลุ่มนี้อาจเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าอาศัยอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัย หรือค่าใช้จ่ายอาจสูงกว่านี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกสถานที่พัก

2. รูปแบบที่พักอาศัยของนักศึกษา

จากการศึกษาของรูปแบบของวัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2530 : 110) ที่พักอาศัยสำหรับนักศึกษา แบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท คือ 1) หอพักที่มหาวิทยาลัยดำเนินการเอง 2) ที่พักอาศัยให้เช่าของภาคเอกชน (Private – Sector Rental Housing)

2.1 หอพักที่มหาวิทยาลัยดำเนินการเอง การจัดสวัสดิการด้านที่พักอาศัยของนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย เป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่มหาวิทยาลัยจะต้องคำนึงถึงเพื่อสนับสนุนการศึกษาดังที่ เมลเลอร์ (Mueller, 1961 : 175) ที่กล่าวว่า หอพักมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นที่พักอาศัยที่ส่งเสริมการศึกษาทางวิชาการเพื่อพัฒนาบุคคลเพื่อประชาสัมพันธ์และเพื่อปกครองดูแลวินัยของนักศึกษาและสอดคล้องกับวัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา ที่กล่าวว่าหอพักเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เพราะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในมหาวิทยาลัยมีหน้าที่เทียบได้กับห้องสมุด ห้องปฏิบัติการ และห้องเรียน โดยเหตุนี้ การพัฒนาทางสังคมเป็นหน้าที่ของมหาวิทยาลัยที่จะต้องพัฒนาหอพักให้เป็นที่อยู่และที่เรียนรู้ไปพร้อม ๆ กันและหอพักเป็นที่ฝึกฝนทักษะทางสังคมได้อย่างดีที่สุด นอกจากนี้หอพักจะมีความหมายสำหรับผู้ที่มีบ้านไกล การเดินทางไม่สะดวกหรือมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด การที่มหาวิทยาลัยรับนักศึกษาเหล่านี้เข้ามาเรียนโดยไม่คำนึงถึงความเดือดร้อนหรืออันตรายอันจะเกิดขึ้นแก่นักศึกษาโดยเฉพาะมหาวิทยาลัยที่อยู่กลางเมืองหลวงเป็น การปิดความรับผิดชอบ ที่จริงแล้วมหาวิทยาลัยควรจัดบริการนี้ให้แก่นักเรียนศึกษาได้ เนื่องจาก

1. มหาวิทยาลัยมีความพร้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่นักศึกษา
2. ให้ความอบอุ่นและความปลอดภัยแก่นักศึกษาได้ดีกว่าหอพักเอกชน เพราะมหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ราชการ ง่ายต่อการควบคุมดูแล
3. ช่วยลดค่าใช้จ่ายของนักศึกษาในการเดินทางมาเรียนหรือมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการพักอยู่ในหอพักหรือห้องเช่าของเอกชน
4. มหาวิทยาลัยมีความพร้อมที่จะสนับสนุนการศึกษาในหอพักมากกว่าหอพักของเอกชน
5. มหาวิทยาลัยมีความพร้อมที่จะส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพ ค่านิยม ทักษะคิดและการแสดงออก ซึ่งหอพักของมหาวิทยาลัยย่อมส่งเสริมการพัฒนาดังกล่าวได้ดีกว่าหอพักของเอกชน

ประเภทของหอพักที่มหาวิทยาลัยดำเนินการเอง โดยสากลแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. ประเภทหอพักและอาหาร หมายถึง หอพักที่จัดแบ่งเป็นห้อง ๆ ให้นักศึกษาอยู่ โดยมีเครื่องเรือนที่จำเป็นเช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เตียง ที่นอน เครื่องนอน บริการทำความสะอาดและบริการอาหารให้ด้วย บางแห่งอาจไม่มีบริการอาหาร หรือบริการทำความสะอาดแล้วแต่อัตราที่จะกำหนด ห้องพักแบบนี้อาจจัดให้อยู่ห้องพักละคน หรือ 2-3 คน ขึ้นอยู่กับลักษณะห้องพักนั้น โดยทั่วไปถ้าเป็นหอพักของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอาจจัดให้พักห้องละ 3-4 คน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธรรมชาติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีกลุ่มเพื่อนสนุกสนานเฮฮา การอยู่ร่วมกันหลายคนจึงไม่เป็นปัญหา แต่ห้องพักของระดับบัณฑิตศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นห้องพักคนเดียวเพราะต้องการความสงบในการทำงานและอ่านหนังสือ

2. ห้องชุด หอพักประเภทนี้สร้างขึ้นสำหรับนักศึกษาที่มีครอบครัวแล้วและนำครอบครัวมาอยู่ด้วยขณะศึกษา จึงจำเป็นต้องมีห้องรับแขก ห้องครัว ห้องนอน ห้องน้ำ และห้องอื่น ๆ ตามสมควร ห้องพักประเภทนี้ไม่มีบริการอาหาร

3. ประเภทช่วยกันทำงาน โดยบางมหาวิทยาลัยมีนโยบายฝึกให้นักศึกษารับผิดชอบการเป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน ดังนั้นจึงเปิดโอกาสให้นักศึกษากลุ่มละประมาณ 10 คน อยู่ในหอพักเล็ก ๆ ซึ่งจัดเป็นบ้าน 1 หลัง มีครัว ห้องรับแขก ห้องน้ำ มีมิเตอร์ไฟฟ้าและน้ำ แต่ละหอพักผู้อาศัยจะต้องช่วยกันทำความสะอาด ทำอาหารและช่วยกันจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าอาหาร ค่าเช่าบ้าน เหลือกันในแต่ละเดือน โดยค่าใช้จ่ายของผู้เช่าที่อยู่หอพักประเภทนี้จะถูกกว่าผู้ที่อยู่ในหอพักสองประเภทแรก และมหาวิทยาลัยก็ไม่ได้มีคนมาควบคุมแต่วางกฎระเบียบไว้และมาตรวจสอบเป็นครั้งคราวเท่านั้น

4. หอพักประเภทบ้านเคลื่อนที่ ในต่างประเทศนิยมบ้านเคลื่อนที่ที่จัดทุกสิ่งทุกอย่างในบ้านอย่างกะทัดรัด โดยปกติบ้านเคลื่อนที่จะมีล้อเพื่อนำไปต่อพ่วงกับรถเพื่อเวลาออกต่างจังหวัด บ้านประเภทนี้เหมาะสำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เพราะต้องการที่อยู่เป็นเอกเทศจึงจำลองแบบบ้านเคลื่อนที่แต่ไม่มีล้อมีความเป็นส่วนตัวอยู่มากเหมือนการอยู่ห้องชุด

นอกจากนี้ สำเนา ขจรศิลป์ (2525 : 7) ได้รวบรวมประเภทของหอพักไว้ 10 ประเภท

1. Dormitory เป็นห้องพักแบบแรก มีขนาดเล็กและสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยและอบรมระเบียบวินัยนักศึกษา

2. Residential Hall เป็นหอพักขนาดใหญ่มาก มีบุคลากรรับผิดชอบอยู่ 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายที่พักอาหาร กับฝ่ายที่ปรึกษา ซึ่งคอยให้คำปรึกษาและแนะนำ และร่วมกิจกรรมกับนักศึกษาเพื่อพัฒนานักศึกษาด้านสังคม ร่างกาย และจิตใจ

3. Fraternity เป็นหอพักนักศึกษาชาย เป็นพวกมีฐานะดี มีตระกูล พวกนี้จะปกครองกันเอง มีการอบรมมารยาท มีระเบียบวินัย เน้นการเป็นผู้ดูแลและมีผลการเรียนที่ดี รุ่นพี่จะคอยช่วยเหลือด้านการเรียนรุ่นน้อง มีธรรมเนียมประเพณีในหอพักกันเอง ซึ่งส่งเสริมทักษะในการเข้าสังคม มักมีผู้ใหญ่ดูแล 1 คน

4. Sorority เป็นหอพักนักศึกษาหญิง ซึ่งมีรูปแบบและแนวทางเดียวกับ Fraternity

5. Cooperative House เป็นหอพักนักศึกษายกจนทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบหน้าที่ต่างๆ ในหอพัก ดูแลกันเอง มีระบบแบ่งงานกันทำ

6. Coeducational House เป็นหอพักที่จัดแบบสหเพศ มีทั้งนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย ในหอเดียวกัน ใช้โรงอาหาร ห้องสมุด และบริเวณต่างๆ ด้วยกัน แต่นักศึกษาหญิงและชายจะไม่อยู่ร่วมห้องเดียวกัน แต่ใช้ห้องสมุดและบริเวณต่างๆ ด้วยกัน นอกจากมีบริการด้านต่างกัน ยังมีคณะกรรมการดำเนินการจัดกิจกรรมโปรแกรมต่างๆ สำหรับนักศึกษาอีกด้วย

7. Residential college เป็นหอพักขนาดใหญ่ มีตึก 3 - 4 หลังติดๆ กัน เป็นที่ตั้งของคณะวิชา ในตึกจะมีห้องเรียน ห้องสมุด ห้องทำงานอาจารย์ ห้องพักอาจารย์ ห้องพักนักศึกษา และที่รับประทานอาหารร่วมกัน

8. University Apartment เป็นอาคารห้องแถว 2 ชั้นสำหรับนักศึกษาที่มีครอบครัวแล้ว เช่าอยู่อาศัย โดยเสียค่าเช่าในราคาถูกกว่า Apartment เอกชน

9. Off - campus Housing เป็นที่พักนอกเขตมหาวิทยาลัยเป็นของเอกชน

10. Living - Learning Center Residential Hall เป็น Residential hall ขนาดใหญ่ มีนักศึกษาชายหญิง อยู่ร่วมกันแบบ Coeducational Housing มีชั้นเรียน ห้องฝึกงาน ห้องสมุด ห้องทำงาน อาจารย์อยู่ในอาคารนั้นด้วยนักศึกษาจะเป็นผู้ดำเนินการทุกอย่างเองโดยมีผู้ใหญ่เป็นผู้แนะนำช่วยเหลือ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ประเภทของหอพักนักศึกษาที่สถาบันการศึกษาจัดให้จะมีตั้งแต่หอพักขนาดใหญ่ที่สามารถบรรจุนักศึกษาได้จำนวนมาก มีการจัดบริการด้านสวัสดิการและกิจกรรมภายในหอพักให้นักศึกษาอย่างเหมาะสม ส่วนหอพักขนาดเล็กที่จัดให้นักศึกษาที่มีฐานะค่อนข้างดีจะมีจำนวนนักเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมไม่แออัด แต่สำหรับหอพักสำหรับนักศึกษาที่

ฐานะการเงินไม่ค่อยดีจะต้องช่วยกันทำงานภายในหอพัก และเฉลี่ยค่าใช้จ่ายกันเอง ดูเลตนเองด้วย สำหรับนักศึกษาที่มีครอบครัวแล้วก็จะเป็หอพักแบบห้องชุดที่มีเครื่องใช้ที่จำเป็นให้

2.2 ที่พักอาศัยให้เช่าของภาคเอกชน (Private – Sector Rental Housing) สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่

1. หอพักเอกชน (Off – Campus Housing) เป็นหอพักที่ให้เช่าสำหรับนิสิตนักศึกษาเท่านั้น รูปแบบคล้ายลักษณะของมหาวิทยาลัย แต่อาจจะมีให้เช่าบ้านทั้งหลัง หรือให้เช่าห้องชุดก็ได้ แต่เจ้าของที่จะจัดหอพักในต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกา อาจจะมีหอพักประเภทสังคมเกียรตินิยม คือ พวกบ้านที่เรียกชื่อเป็นอักษรกรีกต่างๆ ซึ่งจะมีสมาชิกทั่วประเทศและมีกฎเกณฑ์พิเศษในการเข้าหอพักนั้น สำหรับที่พักอาศัยให้เช่าของภาคเอกชน

2. บ้านเช่าทั้งหลัง ตึกแถว แฟลต อพาร์ทเมนต์ ห้องชุดและห้องว่างแบ่งให้เช่าในอาคารประเภทต่าง ๆ ซึ่งนิสิตนักศึกษาเข้าไปพักปะปนกับบุคคลทั่วไป

แนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย จะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในรูปแบบที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้ง ความสามารถในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในระดับราคาต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยอีก เช่น

เคน (Kain. 1975 : 41 - 42) กล่าวถึงปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงานมีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ว่ามีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงานจะเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ ผู้มีรายได้ที่ทำงานอยู่ในบริเวณศูนย์กลางเมืองมีแนวโน้มในการเดินทางไปทำงาน ในระยะทางที่ไกลกว่าและจะอยู่อาศัยในเขตชานเมือง ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำจะเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ใกล้กว่าและอาศัยในแหล่งงาน โดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ใด

เบรนและแฟรงค์ (Brain and Frank. 1975 : 436) ได้เสนอว่า ปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัยมี 3 ประการ คือ

1. ราคาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย
2. ชนิดของที่พักอาศัย
3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย

ปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้มีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับเหตุผลส่วนตัวในการเลือกที่พักอาศัยของแต่ละบุคคล เช่น จำนวนเงินที่บุคคลพอใจที่จะใช้จ่ายสำหรับที่อยู่อาศัยซึ่งขึ้นอยู่กับรายได้ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรส และขนาดครอบครัว หรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต ซึ่งจะมีผลต่อชนิดของชุมชนที่ต้องการจะอยู่ สถานที่ทำงาน รวมทั้งระยะทางจากบ้านไปยังแหล่งงานด้วย

“หอพัก” ตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 หมายถึงหอพักเอกชนที่รับนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษาเข้าพักตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป และคำว่า นักเรียน นิสิต นักศึกษานี้หมายรวมถึง นักเรียน นิสิต หรือนักศึกษาในโรงเรียนเอกชน ที่สอนวิชาเสริมสวย วิชาช่างกล วิชาตัดเย็บ เสื้อผ้าหรือวิชาชีพอื่น ซึ่งได้รับอนุญาตจัดตั้งพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ. 2479 ด้วย

หอพักที่อยู่ในความดูแลของกรมประชาสงเคราะห์ ได้แก่ หอพักเอกชน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ หอพักหญิง และหอพักชาย โดยหอพักหญิงผู้พักจะต้องเป็นผู้หญิงล้วนและหอพักชายก็เป็นผู้ชายล้วน จะพักปะปนกันไม่ได้ แต่เจ้าของหอพักสามารถสร้างหอพักหญิง และชายได้ ทั้ง 2 หอพัก ต้องแยกอาคารให้ห่างกันโดยเด็ดขาด หรือสร้างไว้เป็นส่วนเดียวกันให้เห็นอย่างเด่นชัด ว่าเป็นหอพักแบบแยก

สถานที่ที่เป็นหอพักภายใต้ข้อบังคับแห่งพระราชบัญญัตินี้ จะต้องมีลักษณะดังนี้

1. เป็นสถานที่จัดขึ้นเพื่อรับพักตั้งแต่ห้าคนขึ้นไป
2. ผู้พักเป็นผู้อยู่ระหว่างการศึกษตามที่กำหนดในกฎกระทรวง
3. ผู้พักเข้าอยู่ในหอพัก โดยให้ทรัพย์สินตอบแทน
4. มิใช่หอพักของกระทรวงทบวง กรม หรือหอพักตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ลักษณะเฉพาะของหอพักคือ เป็นสถานที่ที่ “จัดขึ้นเพื่อรับผู้พัก” โดยต้องมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ

4.1 มีการจัดสถานที่ขึ้น เพื่อรับผู้พักเช่น มีห้องนอนและเครื่องหลับนอน ห้องน้ำ และส้วม เป็นต้น

4.2 เจ้าของมีเจตนารับผู้พัก เพื่อเอาค่าตอบแทน

สำหรับบุคคลซึ่งเป็นผู้พักนั้น ก็จะต้องเป็นผู้อยู่ระหว่างการศึกษตามที่กำหนดในกฎกระทรวง และเข้าพักเพื่อไปศึกษา ณ สถานศึกษานั้น ๆ ตามปกติ ส่วนการให้ทรัพย์สินตอบแทนก็ไม่จำเป็นต้องเป็นทรัพย์สินของผู้พัก หรือผู้พักให้เอง ถ้าเป็นการให้ตอบแทนเพื่อให้ผู้พักได้เข้าพัก ผู้ใดเป็นผู้ให้ไม่สำคัญ

หอพักในอดีตนั้น นอกจากนั้นเป็นหอกิน - หอนอนแล้ว หอพักยังเป็นสถานที่ที่ให้การศึกษาอบรมแก่ผู้พักอาศัย ทั้งในด้านระเบียบ วินัย จริยธรรม รวมถึงทางด้านสังคม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ที่แท้จริงต่อผู้พักอาศัย หอพักนั้นเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของผู้พักอาศัย นักเรียน นิสิต นักศึกษาบางคนพักอาศัยอยู่ในหอพักมากกว่าอยู่บ้านที่แท้จริงของตนเองเสียอีก ดังนั้น ผู้จัดการหอพักจึงถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้พักอาศัย เพราะจะถือเปรียบเสมือนเป็น



ผู้ปกครองของผู้พักอาศัย เพราะต้องคอยให้การดูแลเอาใจใส่ ให้ความอบอุ่นดังเช่นผู้ที่พักอาศัยได้รับจากพ่อ แม่ ดังนั้น ผู้จัดการหอพักจึงเป็นที่มียุทธศาสตร์สำคัญมากต่อผู้พักอาศัย

หอพักได้มีการดำเนินการแบบนอนด้วยดีเรื่อยมา นับว่าประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือปรัชญาหรือปรัชญาหอพักเป็นอย่างดี จนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมครั้งใหญ่ใน พ.ศ.2516 นิสิต นักศึกษาที่เคยเป็นพลังเงียบ กลับกลายเป็นผู้มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและทางสังคม แรงผลักดันนั้นมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมอย่างมาก ความสำเร็จในฐานะเป็นพลังทางการเมือง กลายเป็นแรงจูงใจอยากจะเป็นตัวของตัวเองต้องการความอิสระเสรีที่ไร้กฎเกณฑ์ข้อยกเว้นในเรื่องความรับผิดชอบต่อส่วนรวมขาดความสนใจในเรื่องระเบียบวินัย หอพักกลายเป็นที่พักผ่อนหลับนอนเท่านั้น นับเป็นปัญหาและเป็นความตกต่ำของหอพักนับแต่นั้นมา (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. 2528 : 27)

ตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 (สำนักงานกฤษฎีกา. 2507: 1 – 6) ได้กำหนดประเภทของหอพักไว้เพียง 2 ประเภท คือ หอพักชายกับหอพักหญิง ฉะนั้น เมื่อจะขออนุญาตจัดตั้งหอพักจะต้องตกลงใจเสียให้แน่ว่าจะตั้งเป็นหอพักประเภทใด เจ้าของจะตั้งหอพักเดี่ยวแล้วจัดให้ผู้พักทั้งชายและหญิงอยู่ด้วยกันมิได้ แต่อาจตั้งหอพักชายและหอพักหญิงอยู่ใกล้เคียงกันได้โดยแยกกันให้เด็ดขาดเป็นส่วนคนละหอพัก โดยที่หอพักต้องจัดให้มีห้องนอน ห้องต้อนรับ ผู้เยี่ยมเยียน หรืออีกนัยหนึ่งห้องรับแขก ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำ ห้องส้วม ซึ่งมีสภาพถูกสุขลักษณะ เช่น ต้องมีช่องแสงสว่างและช่องระบายอากาศอย่างเพียงพอ สำหรับห้องนอนต้องมีขนาดความจุอากาศไม่น้อยกว่าเก้าลูกบาศก์เมตรต่อผู้พักหนึ่งคน ห้องต้อนรับผู้เยี่ยมเยียนต้องมีเนื้อที่ของพื้นที่ไม่น้อยกว่าแปดตารางเมตร ห้องน้ำต้องมีพื้นห้องไม่ดูดซึมน้ำจากใต้พื้นและไม่มีน้ำขัง และห้องส้วมต้องเป็นแบบส้วมซึม เป็นต้น นอกจากห้องต่าง ๆ ตามที่กฎหมายระบุไว้แล้ว หอพักอาจจัดให้มีห้องอื่น ๆ เพื่อประโยชน์สำหรับผู้พักอีกก็ได้ เช่น ห้องสมุด ห้องดูหนังสือ ห้องกีฬา ในร่ม หรือห้องปฏิบัติศาสนกิจ ทั้งนี้แล้วแต่เจ้าของหอพักจะพิจารณาเห็นสมควรหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พักทั้งหลาย

การขยายตัวของหอพักมีมากขึ้น เนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจ การขยายตัวทางการศึกษาที่เจริญอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร และในเมืองใหญ่ ๆ ทำให้เยาวชน นิสิต นักศึกษาทั้งหญิง ทั้งชาย เคลื่อนย้ายเข้ามาศึกษาในเมืองใหญ่ ๆ ดังนั้น จึงก่อให้เกิดปัญหาในการควบคุมเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติของหอพัก ดังนั้น ปัญหาของหอพักจึงควรได้รับการดูแล ควบคุมและเอาใจใส่ ซึ่งตามพระราชบัญญัติ พ.ศ.2507 ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	
ห้องสมุดวิจัย	
วันที่.....	24 ก.ค. 2555
เลขทะเบียน.....	247414
เลขเรียกหนังสือ.....	

ระเบียบประจำหอพัก ตามมาตรา 10 ซึ่งเจ้าของหอพักต้องยื่นพร้อมกับคำขออนุญาตจัดตั้งหอพัก โดยมีสาระสำคัญอย่างน้อย 7 ประการ ตามกฎหมายกำหนด คือ

1. หลักเกณฑ์การรับผู้พัก
2. อัตราค่าเช่าหอพัก ค่าอาหาร และค่าบริการอื่น ๆ
3. เวลาเข้า – ออก หอพัก
4. การเยี่ยมผู้พัก
5. การรักษาพยาบาล
6. การค้างแรมที่อื่น
7. การห้ามผู้พักมิให้ก่อความรำคาญแก่ผู้อยู่ใกล้เคียง

จากแนวคิดที่เกี่ยวกับที่พักอาศัยของนักเรียนนั้น สรุปได้ว่า ที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่จำเป็นสำหรับทุกคน เพราะเป็นสถานที่แห่งเดียวที่สมาชิกของครอบครัวจะแสวงหาความสุขได้อย่างอิสระ ลักษณะของที่พักอาศัยก็มีหลายประเภทมีทั้งประเภทเป็นห้องชุด หอพัก อพาร์ทเมนต์ หรือแม้กระทั่งเป็นบ้าน ทั้งนี้ไม่ว่าที่อยู่อาศัยจะเป็นประเภทใดก็ตาม ในการดำเนินการก็จะต้องอยู่ในภายใต้ของกฎระเบียบการจัดตั้งและการดำเนินการเกี่ยวกับที่พักอาศัยเป็นให้เป็นที่ยอมรับนั่นเอง

แนวคิดทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการ ได้มีหลายท่านได้กล่าวถึง การบริการ โกรนรูส (Gronroos.1990 : 27 อ้างถึงใน มานพ ชุ่มอุ่น. 2546 : 2) การบริการ (Service) หมายถึง ชุดกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการหรือระหว่างลูกค้ากับทรัพยากรที่สามารถจับต้องได้ และชุดกิจกรรมนั้นสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ฟิลิปป์ คอทเลอร์ (Philip Kotler. 2000: 428 อ้างถึงใน มานพ ชุ่มอุ่น. 2546 : 2) ว่าการบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่บุคคลหนึ่ง ๆ สามารถเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้น และการบริการดังกล่าวอาจเกี่ยวข้อง หรือไม่เกี่ยวข้องการผลิตสินค้าก็ใดสรุปได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรม หรือชุดของกิจกรรมที่บุคคล หรือองค์กรจะนำเสนอต่อผู้ใช้บริการในรูปแบบต่าง ๆ กัน แล้วทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจ โดยที่การบริการจะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องไม่ได้ และไม่ก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้นจากความหมายของการให้บริการดังกล่าว ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการบริการอันเกิดจากพนักงานบริการ ซึ่งจะเห็น

ได้จากงานของ มานพ ชุ่มอุ่น (2546 : 3) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะ 7 ประการของการบริการ นักบริหารงานบริการบางแห่ง ก็ได้ค้นหาเอาคำที่มีความหมายดี ๆ จำนวนหนึ่งมารวมกัน โดยมีอักษรหน้าเรียงต่อกันแล้วอ่านออกเสียงได้ว่า “SERVICE” ซึ่งใช้อบรมแก่นักงานบริการ ความหมายของการบริการมีดังนี้

1. ความยิ้มแย้มแจ่มใส (Smile and Sympathy) หมายถึงความยิ้มแย้มแจ่มใสของผู้ให้บริการ และความเห็นอกเห็นใจต่อผู้มาขอใช้บริการ ซึ่งนักบริการที่ดี จะต้องมียุทธศาสตร์ดังกล่าวอยู่ในตัวเอง เพราะจะทำให้ผู้มาใช้บริการมีความรู้สึกเป็นมิตรและรู้สึกถึงความอบอุ่นที่ได้รับจากผู้ให้บริการ
2. ตอบสนองความต้องการได้รวดเร็ว (Early Response) หมายถึง ความสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และทันกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้บริการต้องตระหนักว่า ลูกค้าที่มาขอรับบริการต้องการความรวดเร็ว และเวลาของผู้มาขอใช้บริการมีค่า ดังนั้นการตอบสนองด้านการบริการที่รวดเร็ว จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี
3. เคารพในสิทธิของลูกค้า (Respectful) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการต้องเคารพในสิทธิส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการ มีการให้เกียรติแก่ลูกค้าเสมอ เช่น ธนาคารทหารไทยได้แสดงการให้เกียรติผ่านทางโทรศัพท์สนทนาว่า ลูกค้าที่เข้าใช้บริการของธนาคารทุกคนไม่ว่าจะมีอาชีพใดก็ตาม ก็จะได้รับบริการที่เท่าเทียมกันทุกคน
4. มีความเต็มใจในการทำงาน (Voluntaries Manner) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องทำหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ไม่ได้ถูกบังคับให้ทำและทำด้วยใจรักที่จะเป็นนักบริการ มีความเสียสละเวลาของตนในการให้บริการลูกค้า
5. มีภาพลักษณ์ที่ดี (Image) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการต้องแสดงออก ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีทั้งภาพลักษณ์ส่วนตัวและภาพลักษณ์ขององค์กร ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในบุคคลและองค์กรนั้น ๆ มากขึ้น ซึ่งจะเป็นในลักษณะเดียวกันกับการที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นในตราสินค้าที่ดีมีคุณภาพ
6. กริยาอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องมีกริยาอ่อนโยน พุดจาด้วยท่าทีที่สุภาพ ไม่พุดจาหยาบกระด้าง และมีความนบเนียนถ่อมตน
7. มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายถึง นักให้บริการ จะต้องมีความกระตือรือร้นในขณะที่ให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการได้รับความพอใจและรู้สึกถึงความใส่ใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 335 - 336) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดให้ความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่ง



ประกอบด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความทนทาน ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการซ่อมแซมได้ รูปลักษณ์พิเศษ การออกแบบห้องพัก สถานที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ให้ลูกค้าแก่ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นต้นทุนของลูกค้า แต่เป็นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจ ส่วนประสมด้านราคานั้นเป็นส่วนที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เนื่องจากราคาสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ไม่เหมือนกับตัวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือช่องทางการจัดจำหน่าย แม้ว่าทศวรรษปัจจุบันจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น แต่ปัจจัยด้านราคาก็ยังเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไรของบริษัทอยู่เช่นเดิม ผู้บริโภคได้เปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value) กับราคาผลิตภัณฑ์ (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ

3. สถานที่ (Place) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตตัวสินค้าไปยังสินค้าไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม การกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคโดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการหอพักต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการที่ให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด จะต้องหาทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้สถานบันการศึกษา อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูล ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงใจผู้ซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เช่นการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการซึ่งได้จากการคัดเลือกการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้นแตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานควรมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. กระบวนการบริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction) การพักท่ายและต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อหอพัก การแนะนำลูกค้าเยี่ยมชมห้องพัก การคิดค่าบริการที่เกี่ยวข้อง การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น การซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพักที่เกิดปัญหาทันทีที่ลูกค้าแจ้ง เป็นต้น

7. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการ โดยการสร้างคุณภาพรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ในอาคารหอพัก การดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่ และทรัพย์สินของลูกค้าให้มีความปลอดภัยอยู่เสมอ และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย

พินุล ที ปะปาต (2545: 44-47) ได้ให้ความหมายของแนวคิดทางการตลาด หมายถึงการสร้างคามพึงพอใจแก่ลูกค้า จะต้องคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ หรือ 4Ps ในการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า ดังนี้

1. ผลិតภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ก็ตาม ซึ่งประกอบด้วยสินค้าบริการ และความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ และมีมูลค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน อันเป็นต้นทุนของลูกค้า ในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด โดยสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายโดยตรง หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายการประชาสัมพันธ์ การขายโดยตรง เช่น ทางโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต

สมชาติ กิจขรรยง (2543: 9-10) ได้ให้ความหมายของแนวคิดทางการตลาด หมายถึงการที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเพราะในปัจจุบันและอนาคต ล้วนมีการแข่งขันและมีการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จากปัจจุบัน จะมีกลยุทธ์ตลาดที่แข่งขันกันด้วย 4Ps คือ

1. Product ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ สินค้า คุณภาพ คุณสมบัติ คุณประโยชน์ เทคโนโลยี อายุงาน ส่วนประกอบ
2. Price ได้แก่ ราคา ราคาที่มีหลายราคา เช่น ราคาเงินสด ราคาส่ง ราคาขาย ราคาตามระยะเวลาการให้เครดิต หรือราคาเงินผ่อน เป็นต้น
- 3: Place ได้แก่ ช่องทาง ช่องทางจำหน่าย หรือทำเลในการทำมาค้าขาย เช่น การขายโดยตรง การขายผ่านของร้านค้าต่าง ๆ
4. Promotion คือ การส่งเสริมการขาย ที่ประกอบด้วยการโฆษณาและการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548 : 18) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริการนั้น จากความหมายของคำว่า "การบริการ" ประกอบไปด้วยบุคคลทั้งหมดสองฝ่ายซึ่งหนึ่งเรียกว่าผู้ให้บริการ อีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับบริการ ซึ่งความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย สามารถที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ยังมิได้มีการใช้บริการ ขณะใช้บริการ ตลอดจนและหลังจากที่ได้ใช้บริการแล้ว

ผู้ให้บริการ คือ ผู้ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการให้บริการ ในที่นี้มีหน้าที่หลัก ๆ คือการส่งมอบบริการที่ดีที่สุด เป็นเลิศที่สุดให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้รับบริการนั้นจะต้องได้รับความพึงพอใจมากที่สุดด้วยเช่นกัน ในการให้บริการนี้เองผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสามารถที่จะส่งมอบการบริการต่าง ๆ ไปยังผู้รับบริการได้หลายวิธี โดยให้บริการด้วยตนเอง ให้บริการผ่านพนักงาน หรือการให้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นการส่งมอบการบริการด้วยวิธีใดก็ตาม การบริการนั้นจะต้องระวังเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น ณ เวลาที่ผู้รับบริการใช้บริการนั่นเอง ดังนั้นการบริการที่ส่งมอบยังผู้รับบริการจึงจำเป็นที่จะต้องดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

ผู้รับบริการ คือ ผู้บริโภคที่ได้เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการจัดให้มีไว้ ณ จุดที่บริการ ถือได้ว่าผู้รับบริการเป็นผู้ที่สร้างรายได้ และกำหนดทิศทางอนาคตของธุรกิจบริการนั้น ๆ

ผู้รับบริการสามารถที่จะบอกได้ว่า ธุรกิจจะสามารถอยู่รอดได้มากน้อยเพียงใด สัมผัสได้จากความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ผู้ให้บริการ กับผู้รับบริการ และความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากน้อยเพียงใด การที่ผู้รับบริการเป็นผู้ที่กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจการบริการว่าจะสามารถดำเนินกิจการไปได้ยาวนานหรือไม่ ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงปัจจัยหลาย ๆ ด้าน และคอยปรับปรุงให้สอดคล้องกับผู้รับบริการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการส่งมอบสินค้าที่ดีหรือการบริการที่ดี ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ การคาดหวังจากการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548 : 106) ได้กล่าวถึงคำว่า บริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการ คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมาก ประทับใจ คู่ค้าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคู่ค้าเงินอย่างไรก็ตามคุณภาพในการบริการจะวัดได้ก็ต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการส่งมอบบริการนั้น ๆ ตั้งแต่เริ่มจนจบการบริการ และมีความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการตนได้ หรือไม่มีความพึงพอใจที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการตนได้ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากประสบการณ์จริงที่ตนได้รับการบริการ และความคาดหวังที่จะได้จากการบริการนั้น ๆ ผู้ให้บริการควรทราบถึงองค์ประกอบที่ผู้รับบริการใช้วัดคุณภาพในการบริการ

จากแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการหอพัก สรุปได้ว่าเป้าหมายของการธุรกิจบริการคือ การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าโดยให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นส่วนช่วยในการประกอบธุรกิจหอพักทั้งด้านลักษณะของหอพัก ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งแสดงให้เห็นการบริการอย่างเป็นรูปธรรม สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของคุณภาพการบริการได้และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย

1. การเลือกที่พักอาศัย

ไฮร์ช (Hirsch. 1973 : 56 - 57 อ้างถึงในวัลลภ สุรทศ. 2543 : 25) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยว่าต้องพิจารณาปัจจัย 3 ประการ โดยผู้อยู่อาศัยที่มีเหตุผลจะเลือกที่



ตั้งอยู่ในที่ที่ได้รับประโยชน์จากปัจจัยทั้ง 3 ประการ ภายใต้เงื่อนไขด้านงบประมาณที่จะใช้จ่าย ปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ได้แก่

1. ความสะดวกสบายของการเข้าถึง
 2. คุณภาพของสิ่งแวดล้อม เช่น ลักษณะทางด้านสังคมของชุมชน สภาพธรรมชาติ บริการสาธารณะสำหรับชุมชน และความพึงพอใจที่ได้รับจากที่ตั้งนั้น เป็นต้น
 3. ลักษณะที่ดินที่ใช้ในการปลูกบ้าน และทำเลที่ตั้ง
- เบอรี่ บี.เจ. & ฮอร์ตตัน เอฟ.อี. (Berry B.J. & Horton F.E. 1970 : 45 อ้างถึงในวัลลภ สุรทศ. 2543 : 20) ได้เสนอปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัย 3 ประการคือ

1. ราคาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย
2. ชนิดของที่พักอาศัย
3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย

ปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้มีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับเหตุผลส่วนตัวในการเลือกที่พักอาศัยของแต่ละบุคคล เช่น จำนวนเงินที่บุคคลพอใจที่จะจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัยซึ่งขึ้นอยู่กับรายได้ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับรายได้ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานะภาพสมรสและขนาดครอบครัวหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต ซึ่งจะมีผลต่อชนิดของชุมชนที่ต้องการจะอยู่ สถานที่ทำงาน รวมทั้งระยะทางจากบ้านไปยังแหล่งที่ทำงานด้วย

มณฑนา พลอาสา (2538 อ้างถึงใน ราพิงพิศ มะเร็งสิทธิ์และคณะ. 2541 : 427) ได้ว่า แรงจูงใจเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีส่วนผลักดันให้คนเรากระทำการสิ่งต่างๆ เช่น ความสบาย การประหยัดเวลา มาตรฐานความเป็นอยู่ ดังนั้นแรงจูงใจจึงเป็นพลังกระตุ้นให้มนุษย์แสวงหาที่อยู่สะดวก สบาย มั่นคง ปลอดภัยและราคาเหมาะสม

กุลทลทิพย์ มาลากุล ณ อยุธยา (2526 : 30 – 32) สรุปเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยว่ามีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อความพอใจของผู้อาศัย ได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อาศัย หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้
2. ช่วงในวงจรชีวิตครอบครัว เช่น กลุ่มอายุแต่ละช่วงมีความต้องการในการทำกิจกรรมต่างกัน ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน
3. ปัจจัยภายในตัวบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัย แม้ว่าสถานที่แห่งนั้นไม่ใช่บ้านในอุดมคติที่ได้ตั้งใจไว้ แต่ก็สามารถเกิดความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยแห่งนั้นได้

4. การจัดการ การดูแลรักษา และการบริการของผู้บริหารจัดการโครงการที่อยู่อาศัยนั้น เช่น การบำรุงรักษาซ่อมแซม การดูแลรักษาความสะอาด การดูแลรักษาความปลอดภัย เป็นต้น
5. ราคาของที่อยู่อาศัย โดยราคาจะสัมพันธ์กับรายได้ของผู้อยู่อาศัยด้วย

2. ระบบงานบริการหอพัก

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2530 : 118 – 120) กล่าวถึง ระบบหอพักของมหาวิทยาลัยใหญ่ ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 สำนักงาน คือ สำนักงานหอพักมหาวิทยาลัยและสำนักงานประจำแต่ละหอพัก

1. สำนักงานใหญ่ มีหน้าที่ใหญ่อยู่ 5 ประการคือ

- 1.1 ธุรกิจ รับใบสมัคร ได้ตอบจดหมายจัดผู้คนเข้าอยู่
- 1.2 บุคลากรดูแลเจ้าหน้าที่ดูแลคนงานภารโรงเทคนิคที่ทำงานเกี่ยวกับหอพัก
- 1.3 ศักดิ์การ บริการและกิจกรรมต่าง ๆ
- 1.4 การเงิน เก็บเงินออกไปเสร็จ คืนเงินประกัน รับเรื่องขอผ่อนผันการชำระเงิน
- 1.5 ซ่อมแซมและบำรุง อุปกรณ์ไฟ น้ำ สนามหญ้า และอาคารสถานที่

2. สำนักงานย่อยประจำแต่ละหอพัก โดยแต่ละหอพักควรมีสถาบันงานประจำแต่ละหอ เพื่อให้ความสะดวกสบายต่าง ๆ แก่ผู้อยู่ มีเจ้าหน้าที่ประจำหอพักอย่างน้อย 1 คน เพื่อเป็นผู้ประสานงานระหว่างสำนักงานใหญ่ และสำนักงานประจำแต่ละหอพัก เจ้าหน้าที่ควรจะทำงานเต็มเวลา ไม่ควรเป็นอาจารย์ มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

- 2.1 ติดต่อประชาสัมพันธ์
- 2.2 ทำงานธุรการ รับใบสมัครเข้าอยู่หอพัก ประสานงานกับสำนักงานใหญ่
- 2.3 ควบคุมคนงาน ภารโรง และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ
- 2.4 คุมดูแลหอพักทั้งหมด
- 2.5 ดูแลอุปกรณ์ต่าง ๆ ในหอพัก เช่น เครื่องกีฬาในร่ม เครื่องกีฬากลางแจ้ง และอุปกรณ์หอพักทั้งหมด
- 2.6 ดูแลอุปกรณ์ความสะดวกของหอพัก เช่น พัดลม วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์
- 2.7 ดูแลความสะอาด และความสงบเรียบร้อยภายในหอพัก

เพื่อให้หอพักได้เป็นศูนย์พัฒนาวิชาการและบุคลิกภาพของผู้อยู่มหาวิทยาลัยสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อุดหนุนให้การช่วยเหลือด้านอุปกรณ์ส่งเสริมพัฒนามัย สติปัญญาและสนับสนุนให้อาจารย์ที่มีเวลาพอได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ช่วยให้นักศึกษาได้มีโอกาสอยู่ในสิ่งแวดล้อม

และบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาสติปัญญาความรับผิดชอบการแก้ปัญหาและมารยาททางสังคมที่ดีที่สุด

บุคลากรประจำหอพักจึงต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะเหมาะสมที่จะเป็นผู้นำนักศึกษาให้ทำกิจกรรมอื่นจะส่งเสริมความมุ่งมั่นหมายอันได้กล่าวแล้วในระยะแรกเริ่ม จึงไม่ควรจะเป็นผู้ที่มีครอบครัวแล้วและนาน ๆ จึงจะมาดูแลหอพัก ควรเป็นผู้ที่อยู่ในหอพักได้ตลอดทั้งวัน

นอกจากนี้ ระเบียบต่าง ๆ ที่ขัดต่อการส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้ใหญ่ ควรจะเลิกเสีย เช่น บังคับเวลากลับเข้าสู่หอพัก เป็นต้น ควรสนับสนุนให้นักศึกษามีคณะกรรมการนิสิตนักศึกษาประจำหอพักที่จะร่วมมือกับทางวิทยาลัยในการจัดหอพักให้นักศึกษามีคณะกรรมการนิสิตนักศึกษาประจำหอพักที่จะร่วมกับทางมหาวิทยาลัยในการจัดหอพักให้เป็นศูนย์พัฒนาวิชาการและพฤติกรรมที่ดี

พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรวิรัตน์ และคณะ. 2541 : 83 – 85)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S – R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) สิ่งกระตุ้นดังกล่าวก็คือ 4P's นั่นเอง

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตัวสินค้าโดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic Stimulus) เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคลไม่เหมือนกัน

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological Stimulus) เช่น ถ้ามีเทคโนโลยีใหม่ จะเป็นสิ่งสนใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เช่น การฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political Stimulus) เช่น การเพิ่มหรือลดภาษี มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าของผู้บริโภค

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural Stimulus) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.1.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม ก่ออิทธิพลอย่างกว้างขวางและลึกซึ้งต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1.1 วัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดหลักของความเชื่อและการพฤติกรรมของบุคคล เช่น เด็ก ๆ มีค่านิยม การรับรู้ ความนิยมชมชอบซึ่งเขาได้มาจากครอบครัวของเขา

2.1.1.2 วัฒนธรรมย่อย แต่ละวัฒนธรรมประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยที่สามารถระบุได้เฉพาะเจาะจงและมีการอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคม ในหมู่มวลชนสมาชิกวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วยสัญชาติ ศาสนา กลุ่มสีผิวและเขตภูมิศาสตร์

2.1.1.3 ชั้นทางสังคม หมายถึง มีการจัดลำดับชั้นของฐานะของชนในชาติโดยที่บุคคลและกลุ่มต่าง ๆ ถูกจัดรวมพวกในแง่ของศักดิ์ศรีและชื่อเสียงที่ต่างกัน

2.1.2 ปัจจัยทางสังคม นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมแล้วพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทางสังคม

2.1.2.1 ครอบครัว เป็นกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิดตัวบุคคลมากที่สุด วิธีปฏิบัติต่อกันในครอบครัวแต่ละครอบครัว จะมีระเบียบปฏิบัติไม่เหมือนกันและพฤติกรรมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การรับรู้ การเลือกสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน

2.1.2.2 กลุ่มอ้างอิง จะมีการทำตามอย่างบุคคลอื่นที่นิยมชมชอบ ดังนั้นการใช้บุคคลบางกลุ่มเป็นผู้เสนอขายสินค้าในโฆษณา จึงเป็นการใช้ประโยชน์จากกลุ่มอ้างอิง

2.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล บุคคลที่มีความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ครอบครัวและอาชีพจะมีความต้องการความคิดเห็นต่าง ๆ ต่างไปตามปัจจัยเหล่านี้ ดังนั้นจึงต้องศึกษาพื้นฐานเฉพาะของบุคคล เช่น ผู้มีอายุแตกต่างกันไม่ต้องการเป้าหมายในชีวิตเหมือนกัน

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อสินค้าของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา คือการสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

2.1.4.1 ความต้องการและแรงจูงใจ ผู้บริโภคจะเกิดความต้องการเป็นแรงจูงใจให้กระทำการซื้อไปบำบัดความต้องการ

2.1.4.2 การรับรู้ การรับรู้แต่ละคนมีระดับความเร็ว – ช้า แตกต่างกัน การเสนอข้อมูลเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อจึงต้องศึกษาลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย

2.1.4.3 ทัศนคติ เป็นความรู้สึกรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้

2.1.4.4 การเรียนรู้ นักจิตวิทยาบอกว่าถึงพฤติกรรมของคนเราเปลี่ยนแปลงได้จากการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ด้วยการกระทำซ้ำ ๆ เพื่อให้ได้ผลตอบสนองที่พอใจ



2.1.4.5 ความคิดเกี่ยวกับตน แต่ละคนจะมีความคิดเกี่ยวกับตนเองในลักษณะต่าง ๆ และมีพฤติกรรมไปตามความคิดนั้น เช่น คิดว่าสุขภาพตนแข็งแรง จะไม่สนใจอาหารเสริม

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของ (Buyer Decision Process) เป็นพฤติกรรมการตอบสนองความต้องการ กล่าวโดยทั่วไปการตัดสินใจของผู้บริโภคมีขั้นตอนดังนี้

2.2.1 การรับรู้ การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) การตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ เป็นการรับรู้ระหว่างสภาพที่ปรารถนาในสิ่งต่าง ๆ กับสถานการณ์ที่แท้จริง

2.2.2 การเสาะแสวงหาข่าวสาร การค้นหาข้อมูล (Search for Information) เป็นการเสาะแสวงหาข่าวสารที่ตนเก็บรักษาไว้ในความทรงจำหรือหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากสิ่งแวดล้อม

2.2.3 การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ (Pre-purchasing Alternative Evaluation) เป็นการประเมินทางเลือกในแง่ของผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและทำให้การเลือกได้ทางเลือกที่ตนชอบ

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase) เป็นการได้ตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่เรานิยมชมชอบหรือต่างสิ่งทดแทนที่เรายอมรับได้

2.2.5 การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินระดับการอุปโภคบริโภคว่ามีความพอใจแค่ไหน

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์

3.2 การเลือกตราสินค้า

3.3 การเลือกผู้ขาย

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ

จากแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย สรุปได้ว่ากระบวนการในการตัดสินใจซื้อนั้นประกอบไปด้วย การรับรู้ การเล็งเห็นหรือตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินทางเลือก

ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม และที่พักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ประวัติมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (สืบค้นจาก <http://www.chandra.ac.th>)

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมเดิมชื่อ “โรงเรียนฝึกหัดครูมัธยม” ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ.2483 เปิดทำการสอนในปีการศึกษา 2484 เพื่อวัตถุประสงค์ในการผลิตครูประกาศนียบัตรประโยคครูมัธยม (ป.ม.) โดยมีหม่อมหลวงมานิจ ชุมสาย เป็นอาจารย์ใหญ่คนแรก และจัดให้มีการเรียนการสอนโดยใช้อาคารเรียนในเขตวังจันทรเกษม ด้านหลังกระทรวงศึกษาธิการ จึงเรียกกันติดปากว่า ป.ม.หลังกระทรวง

ต่อมาในปี พ.ศ.2501 กระทรวงศึกษาธิการประกาศยกฐานะโรงเรียนฝึกหัดครูมัธยมเป็นวิทยาลัยครูและเปลี่ยนหลักสูตรการผลิตครูจาก ป.ม. เป็น ป.กศ. ชั้นสูง (ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาชั้นสูง) และย้ายไปตั้งที่ซอยสังฆะวัฒนะ 2 (ลาดพร้าว 23) ตำบลลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ 89 ไร่ 88 ตารางวา และมีชื่อใหม่ว่าวิทยาลัยครูจันทรเกษม เพราะเคยอยู่ในเขตวังจันทรเกษมมาก่อน

ในปี พ.ศ. 2515 วิทยาลัยครูจันทรเกษม ได้เปิดให้มีการสอนนักศึกษาภาคนอกเวลาหรือภาคค่ำในระดับป.กศ.ชั้นสูง ซึ่งได้พัฒนาเป็นภาคสมทบในปัจจุบัน

ในปี พ.ศ.2517 วิทยาลัยครูจันทรเกษมขยายการผลิตครูถึงระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาเอกคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ทั่วไป โดยใช้หลักสูตรวิทยาลัยวิชาการศึกษา (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในปัจจุบัน) และเปิดสอน ค.บ.หลักสูตร ๒ ปี วิชาเอกอุตสาหกรรมศิลป์ สาขาก่อสร้างและศิลปหัตถกรรม และมีวิชาเอกหรือโปรแกรมวิชาอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ในปี พ.ศ.2526 สถาบันได้เริ่มเปิดสอนวิชาเอกอื่น นอกเหนือจากสายครูแต่เรียกชื่อว่า ป.กศ. ชั้นสูง สาขาเทคนิคอาชีพ ได้แก่ วิชาเอกอังกฤษบริการ วารสารและประชาสัมพันธ์ ศิลปกรรม ธุรกิจการท่องเที่ยว กสิกรรม การอาหาร เสื้อผ้า งานไฟฟ้า คอมพิวเตอร์

ในการจัดการศึกษาแก่นุเคราะห์ประจำการสถาบันได้เริ่มเปิดภาคนอกเวลา เมื่อ พ.ศ.2515 ต่อมาได้มีโครงการภาคนอกเวลาอื่น ๆ คือ โครงการฝึกอบรมครูและบุคลากรทางการศึกษาประจำการ (อคป.) ในปี พ.ศ.2522 และมี กศ.บป.รุ่นที่ 1 ในปี พ.ศ.2529

ในปี พ.ศ.2527 มีพระราชบัญญัติวิทยาลัยครูฉบับที่ 2 และวิทยาลัยครูจันทรเกษมแบ่งส่วนราชการเป็นคณะวิชา 5 คณะวิชา มีการสอนสาขาวิชาการอื่น นอกเหนือจากสาขาวิชา

การศึกษาหรือสายครู คือ จัดการศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ในระดับปริญญาตรี และอนุปริญญา

ในปี พ.ศ.2528 พระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2527 มีผลบังคับใช้ให้วิทยาลัยครูจันทระเกษม รวมกลุ่มอยู่ใน “สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์” ซึ่งพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2527 ได้กำหนดให้วิทยาลัยครูรวมกันเป็นกลุ่ม เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานร่วมกันและสภาการศึกษาได้ออกข้อบังคับว่าด้วยกลุ่มวิทยาลัย พ.ศ.2528 กลุ่มวิทยาลัยครูจึงพัฒนาไปเป็น “สหวิทยาลัย” และวิทยาลัยครูจันทระเกษมสังกัดอยู่ใน “สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์”

ในปี พ.ศ.2534 วิทยาลัยครูจันทระเกษมได้รับคัดเลือกจากกระทรวงศึกษาธิการให้เป็นสถาบันดีเด่นรางวัลพระราชทานระดับอุดมศึกษา

ในปี พ.ศ. 2535 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้พระราชทานนามวิทยาลัยครูใหม่ว่า “สถาบันราชภัฏ” เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 ดังนั้นวิทยาลัยครูจันทระเกษมจึงได้เปลี่ยนนามใหม่เป็น “สถาบันราชภัฏจันทระเกษม”

ในปี พ.ศ. 2538 นายกรัฐมนตรีได้นำพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏขึ้นกราบบังคมทูลเพื่อทรงลงพระปรมาภิไธยและประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับฎีกา เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2538 มีผลบังคับใช้วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2538 วิทยาลัยครูจึงเปลี่ยนเป็นสถาบันราชภัฏ ในบททั่วไป มาตรา 7 “ให้สถาบันราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการวิจัย ให้บริการวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู” เฉพาะทางด้านการผลิตบัณฑิต สถาบันราชภัฏทุกแห่งสามารถผลิตบัณฑิตได้สูงกว่าระดับปริญญาตรี ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา วิทยาลัยครูจันทระเกษมจึงเปลี่ยนชื่อมาเป็นสถาบันราชภัฏจันทระเกษม

ในปี พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏได้ประกาศใช้ มีผลให้ สถาบันราชภัฏจันทระเกษมยกฐานะเป็น “มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษม” ให้สถาบันราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาวิชาการ และวิชาชีพชั้นสูง ทำการวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุงถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู” เฉพาะทางด้านการผลิตบัณฑิต สถาบันราชภัฏทุกแห่งสามารถผลิตบัณฑิตได้สูงกว่าระดับปริญญาตรี

ปัจจุบัน ดร.สุชาติ เมืองแก้ว ดำรงตำแหน่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษม คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษม ที่ 702/2552 ปัจจุบันมีนักศึกษาทั้งสิ้น 27,234 คน (สืบค้นจาก www.chandra.ac.th) ด้วยเหตุที่มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษมมีนักศึกษาทั้งต่างจังหวัดและใน

กรุงเทพมหานครเข้ามาศึกษาเป็นจำนวนมากและด้วยเหตุที่ปัจจุบันปริมาณความต้องการที่พักอาศัยเพิ่มจำนวนมากขึ้นจึงทำให้ปริมาณห้องพักในกรุงเทพมหานครมีจำนวนเพิ่มขึ้นเช่นกัน รูปแบบการดำเนินกิจการห้องพักในปัจจุบันมีหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้พักอาศัย ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นในด้านราคา ความสะอาดปลอดภัย ทำเลที่ตั้ง ลักษณะของห้องพักทำให้ผู้พักอาศัยมีทางเลือกมากขึ้นดังจะเห็นได้จากจำนวนห้องพักบริเวณรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมที่มีปริมาณห้องพักถึงจำนวน 11 หอพัก (จากการสำรวจห้องพักบริเวณรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม) ซึ่งแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 รายชื่อห้องพักและจำนวนนักศึกษาที่พักอาศัยบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

รายชื่อห้องพัก	จำนวนนักศึกษา (คน)
1. หอพักกรีติ	190
2. หอพักบ้านพีเรือน้อง	158
3. หอพักสร้อยเงิน	125
4. หอพักเอกอาทิตย์	75
5. หอพักชนาวรรณ	146
6. หอพัก S.R แมนชั่น	179
7. หอพักชนกนารถ	120
8. หอพักบ้านคุณยาย	80
9. หอพัก อโนมา	154
10. หอพัก ส.เมธี	145
11. หอพักบ้านสวนธนรัชดา	108
รวม	1,480

1. หอพักกรีติ ที่ตั้ง 93 ซ.มิตรอนันต์ ถ.นครไชยศรี เขตดุสิต จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทอพาร์ทเมนต์ ราคา 3,500.00 – 4,200.00 บาท สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย เครื่องปรับอากาศ มีห้องน้ำในตัว เฟอร์นิเจอร์ มีระบบรักษาความปลอดภัย
2. หอพักบ้านพีเรือน้อง ที่ตั้งแขวงลาดยาว เขตจตุจักร จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทอพาร์ทเมนต์ สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย เครื่องปรับอากาศ

มีห้องน้ำในตัว เพอร์นิเจอร์ มีระบบรักษาความปลอดภัย สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน การเดินทาง สะดวก

3. หอพักสร้อยเงิน ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทหอพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย มีห้องน้ำในตัว เพอร์นิเจอร์ มีระบบรักษาความปลอดภัย สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน

4. หอพักเอกอาทิตย์ ที่ตั้ง 20/377 ซ.เสือใหญ่อุทิศ ถ.รัชดาภิเษก แขวงจอมพล เขตจตุจักร จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทอพาร์ทเมนต์ ราคา 3,000.00 – 3,800.00 บาท สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย มียามรักษาความปลอดภัย 24 ชม. และกล้องวงจรปิด มีมินิมาร์ท ร้านทำผม ร้านอาหาร ตู้ ATM บริการเคเบิลทีวี 80 ช่อง และอินเตอร์เน็ตแบบรายเดือน มีพื้นที่จอดรถสะดวกสบาย ลิฟท์โดยสาร เพอร์นิเจอร์ครบครัน ทำเลตั้งอยู่ใจกลางตัวเมือง ใกล้รถไฟฟ้า ทั้ง BTS และ MRT มีวินมอเตอร์ไซด์ ใกล้แหล่งชุมชน

5. หอพักชนาวรรณ ที่ตั้ง 15/119 ซ.เสือใหญ่อุทิศ แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทอพาร์ทเมนต์

6. หอพัก SR. แมนชั่น ที่ตั้ง 101/13 ซ.เสนานิคม1 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทหอพัก ราคา 3,500.00 บาท สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย เพอร์นิเจอร์ สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน

7. หอพักชนกนารถ ที่ตั้ง ซ.รัชดาภิเษก 36 กรุงเทพฯ

8. หอพักบ้านคุณยาย ที่ตั้ง ถ.พหลโยธิน30 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทอพาร์ทเมนต์ สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย เครื่องปรับอากาศ สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน

9. หอพักอโนมา

10. หอพักส.เมธี

11. หอพักบ้านสวนธนรัชดา ที่ตั้ง 346/219 ซ.เสือใหญ่อุทิศ ถ.รัชดาภิเษก เขตจตุจักร จ.กรุงเทพฯ ลักษณะการให้บริการเป็นประเภทคอนโดมิเนียม ราคา 9,500.00 บาท สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย เพอร์นิเจอร์ โทรศัพท์สายตรง ระบบรักษาความปลอดภัย สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ได้มีการศึกษาวิจัยดังนี้



1. งานวิจัยในประเทศ

กาญจนา แก้วแหยม (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพปัจจุบันและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ราคาเช่าต่อเดือน 2,445 บาท ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่รวมกัน 2 คนต่อห้อง เพื่อร่วมกันรับภาระค่าใช้จ่าย เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องมีโทรทัศน์และเตียงนอน การรักษาความปลอดภัยและการรักษาความสะอาดส่วนใหญ่มียามรักษาการณ์และแม่บ้านดูแล ภายในอาคารมีร้านขายของชำ ร้านอาหาร ร้านซักรีดและร้านเสริมสวยไว้บริการผู้พักอาศัย

กำพล วุนวิริยะกิจ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความต้องการที่อยู่อาศัยของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : กรณีศึกษา คณะเกษตร คณะวารสารศาสตร์ คณะประมง คณะอุตสาหกรรมเกษตรและคณะสัตวแพทยศาสตร์พบว่า 1) ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของนิสิตที่พักนอกมหาวิทยาลัย คำนึงถึง ความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นอันดับแรกสุด รองลงมาคือ ราคาที่พักสภาพแวดล้อมที่พัก กฎระเบียบของที่พัก การรับน้องของหอพัก ผู้ร่วมพักอาศัย อุปกรณ์ของใช้ภายในห้องพักและที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในการพิจารณาเลือก คือ ร้านค้าและบริการต่างๆ 2) ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของนิสิตในหอพักของมหาวิทยาลัย คำนึงถึงราคาที่พักอาศัยเป็นอันดับแรกสุด รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของที่พัก ความสะดวกสบายในการเดินทาง ผู้ร่วมพักอาศัย กฎระเบียบของที่พัก ร้านค้าและบริการต่างๆ อุปกรณ์ของใช้ภายในห้องพัก และการรับน้องของหอพัก 3) บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกที่พักอาศัย จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่นิสิตมีความเป็นตัวของตัวเองมากในการเลือกที่พักอาศัย รองลงมาคือ พ่อ - แม่ผู้ปกครอง เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทการพักอาศัยพบว่า ผู้ที่พักอยู่นอกมหาวิทยาลัยนั้น เห็นว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาจากตัวเอง

เขมกร คำนวน (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม พนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่เช่าอาศัยรายเดือนจำนวน 379 คน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานส่วนใหญ่ อันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาเป็นปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัญหาที่พนักงานประสบในการเช่าที่พักอาศัยรายเดือนอันดับหนึ่ง คือ ปัญหาการถูกรบกวนจากห้องอื่น รองลงมาคือ ค่าเช่า

รายเดือน ค่าน้ำค่าไฟฟ้าแพง ห้องคับแคบ ที่พักไม่สะอาด และไม่สะดวกในการเดินทางตามลำดับ

ณัฐพงษ์ พงศ์เผ่าทอง (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักเรียน / นักศึกษาภายในเขตเทศบาลเมืองเลย ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้เช่าหอพักที่ทำการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16 - 18 ปี และมีรายได้ครอบครัว อยู่ในระดับ 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่นิยมพักห้องละ 2 คน อัตราค่าเช่า อยู่ระดับ 1,501 - 2,000 บาทต่อเดือน ผู้เช่าหอพักเห็นด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักเรียน / นักศึกษามากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนทางด้านลักษณะการบริการของหอพักที่สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน / นักศึกษา คือ จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ การติดตั้งเครื่องกรองน้ำ มีตู้เย็นไว้สำหรับบริการ ระบบความปลอดภัย โทรศัพท์สาธารณะ มีการบริการน้ำอุ่นในฤดูหนาว รวมทั้งมีบริการรับฝากของในช่วงปิดเทอม

นอกจากนี้ ผู้เช่าหอพักเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สำคัญต่อการตัดสินใจต่อการเลือกเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน แต่ผู้เช่าหอพักเพศชายเห็นว่า มีโทรศัพท์ภายในหอพักมีความสำคัญมากกว่า ส่วนการมีห้องสำหรับพักผ่อนมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักน้อยกว่าผู้เช่าหอพักหญิง ส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งคือ หอพักอยู่ใกล้สถาบัน หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน หอพักอยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค และหอพักในพื้นที่ที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาน้ำท่วมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน และในส่วนปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดคือ ระบบการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด และมีการจัดงานสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักมากกว่าผู้เช่าหอพักเพศหญิง

ณัฐพล กกก้าแหง (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด และพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ต้องการสุขภัณฑ์ในห้องน้ำเป็นโถชักโครก เดียงเป็นแบบเตียงคู่ มีโทรศัพท์ภายในห้อง นักศึกษาส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน มีค่าเช่าประมาณ 1,501 - 2,000 บาทต่อเดือนและต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มเติม เช่น ชั้นวางหนังสือ โต๊ะเครื่องแป้งและโทรทัศน์

นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อที่พักรักษาประเภทเช่าของผู้ทำงานที่ศึกษาภาคสมทบ กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏจันทรเกษม พบว่า ปัจจัยในการเลือกที่พักอาศัยของนักศึกษาส่วนใหญ่ นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยมากที่สุด คือ ค่าเช่าที่เหมาะสม ร้อยละ 63.8 รองลงมาคือ ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 57.0 ขนาดของห้องพักเหมาะสม ร้อยละ 52.2 สภาพแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 41.4 ต้องการอิสระในการพักอาศัยร้อยละ 41.10 มีความปลอดภัย ร้อยละ 38.9 ใกล้แหล่งอุปโภคบริโภค ร้อยละ 32.7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอร้อยละ 31.4 และมีเพื่อนหรือญาติพี่น้องอยู่ก่อนแล้ว ร้อยละ 27.6 ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยคือ ปัจจัยของบิดา มารดา ผู้ปกครอง ร้อยละ 6.20 เท่านั้น

ปภากร สุวรรณธาดา (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มากที่สุด คือ ความปลอดภัย รองลงมาเป็นเรื่องของ ราคาค่าเช่าจ่ายและความสะดวกสบายในการพักอาศัยในเรื่องของความปลอดภัย เป็นสิ่งที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากเนื่องจากสภาพความเป็นอยู่ที่ต้องพึ่งพาอาศัยตนเองเป็นส่วนใหญ่ในสภาพที่ต้องอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นเป็นจำนวนมาก นักศึกษาจะต้องระมัดระวังในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะนักศึกษาหญิง และเรื่องความปลอดภัยนี้ ผู้ปกครองของนักศึกษาย่อมเห็นว่า ความปลอดภัยของบุตรหลานเป็นสิ่งสำคัญเสมอ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยในเรื่อง ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ราคาค่าเช่าจ่าย สภาพแวดล้อม ความสะดวกสบายในการเดินทาง สาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา) ความสะดวกในการเรียนและความสะอาดล้วนแต่เป็นปัจจัยที่นักศึกษา มีความเห็นว่าสำคัญ และมีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยมาก

พนิดา ร้อยดวง (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเช่าห้องพักบริเวณรอบมหาวิทยาลัยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์เชิงพรรณนาประกอบสถิติอย่างง่าย และใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิมิติ สำหรับการศึกษาความสำคัญของปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษา โดยแบบจำลองโลจิต (Logit model) ผลการศึกษาลักษณะทั่วไปของการดำเนินงานกิจการห้องพักพบว่า ผู้ประกอบการห้องพักเอกชนบริเวณรอบมหาวิทยาลัย คำนึงถึงการขยายตัวของมหาวิทยาลัย ดังนั้นจึงได้มีการปรับปรุงห้องพักบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษา ผลการศึกษาปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ความสะอาดของที่พัก ห้องน้ำภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักและขนาดของเตียง (2)

ปัจจัยด้านราคา คือ ค่าเช่ารายเดือนและค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก ค่าไฟ - ค่าน้ำ การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า และการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ (3) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่คือ ที่พักใกล้สถานศึกษา ความสะดวกในการเดินทาง สภาพแวดล้อมรอบที่พักและที่พักใกล้ตลาด/ ศูนย์การค้า (4) ปัจจัยด้านบุคลากร คือ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก การให้คำแนะนำ บริการของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก และความน่าเชื่อถือของเจ้าที่พัก (5) ด้านกระบวนการบริการ คือ การบริการรักษาความปลอดภัย มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ ทุกสัปดาห์ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ การมีพนักงานไว้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่าและการมีบริการรับฝากข้อความ และให้ความสำคัญกับ (6) ปัจจัยส่งเสริมการตลาด คือ คำบอกเล่าจากคนรู้จัก การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเช่าพัก โดยใช้แบบจำลองโลจิตพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดตัดสินใจเช่าหอพักบริเวณรอบมหาวิทยาลัย ได้แก่ ค่าเช่าล่วงหน้า ค่าเช่ารายขายของชำ และยามรักษาความปลอดภัย มีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานและทฤษฎี ส่วนรายได้ของผู้ปกครอง เครื่องปรับอากาศ คีย์การ์ด และร้านอาหารไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วันดี แก่นลิ้ม (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยทำการสำรวจนักศึกษา 120 ตัวอย่าง พบว่า นักศึกษาได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระยะทางมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคาค่าเช่าหอพัก ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ปัจจัยด้านความปลอดภัย ตามลำดับ การศึกษาความแตกต่างระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงในการตัดสินใจเลือกหอพักกับปัจจัยต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เหมือนกัน

วิภาพรรณ หิรัญเกิด (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริหารหอพักบริเวณถนนรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า การเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ความสะอาด การบริการ สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยของหอพัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภาพร หอมอ่อน (2545 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจอยู่หอพักของนักศึกษาขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของหอพักสตรีที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยและแหล่งชุมชน สภาพภายในและภายนอกหอพักมีความสะอาด มีความปลอดภัยสูง มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายภายในห้องพักและมีสาธารณูปโภคครบถ้วน

เสาวนีย์ วิวัฒน์วานิช (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการบริการหอพักสตรี : ศึกษาเฉพาะกรณีหน้ามหาวิทยาลัยรามคำแหง เขตบางกะปิ ผลการศึกษา

ปรากฏว่า การศึกษาระดับความพึงพอใจและเหตุปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจภาพรวมต่อการให้บริการหอพักสตรี ในการศึกษาความพึงพอใจประเด็นที่นำมาพิจารณา 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสวัสดิการ ด้านสถานที่ ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อจำแนกการให้บริการเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสวัสดิการสูงรองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่และด้านบุคลากรผู้ให้บริการดังนี้ ความพึงพอใจด้านสวัสดิการที่ได้รับจากหอพัก พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจมากในเรื่องของแหล่งที่ตั้งของหอพักทำให้เดินทางไป – มาได้สะดวก และความพึงพอใจด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการพบว่า มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ ได้แก่ ความสุภาพ การตั้งใจทำงาน การรับฝากข้อความ สำหรับปัจจัยด้านอายุ ราคาห้องพัก รายได้ ประสบการณ์ในหอพัก ความสะดวกปลอดภัยในการเดินทางจากที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2. งานวิจัยในต่างประเทศ

เคลซี ลินน์ (Kelci Lynn) (2010 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาถึงนักศึกษาควรเลือกเช่าหอพักของสถานศึกษาหรือหอพัก ผลการศึกษาพบว่า การพักอาศัยในหอพักของสถานศึกษาหรือหอพักทั่วไปนอกสถานศึกษาส่งผลอย่างมากต่อประสบการณ์การเรียนรู้ในระดับมหาวิทยาลัย จะพิจารณาอย่างไรเพื่อเลือกแนวทางใดที่ดีที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จทางการศึกษาในอนาคต ข้อมูลต่อไปนี้อาจช่วยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

หอพักของสถานศึกษา

การเลือกเช่าหอพักนักศึกษาของสถานศึกษามีข้อดีคือ ทำให้นักศึกษาได้สัมผัสกับชีวิตของชุมชนในรั้วมหาวิทยาลัยอย่างทั่วถึง สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อนที่พักอาศัยรวมกันได้อย่างสะดวกสบาย หอพักอยู่ใกล้กับสถานศึกษาทำให้ใช้เวลาในการเดินทางน้อย และในสถานศึกษามักจะมีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นตลอดทั้งวัน อย่างไรก็ตาม การเช่าหอพักของสถานศึกษามีข้อเสียคือ ค่าเช่าหอพักส่วนใหญ่จะมีราคาสูงกว่าค่าเช่าหอพักนอกสถานศึกษาเป็นสังคมที่แวดล้อมไปด้วยนักศึกษาด้วยกันเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย นักศึกษาจำเป็นต้องใช้ห้องน้ำและพื้นที่ต่าง ๆ ร่วมกับผู้อื่น และส่วนมากมักจะต้องมีเพื่อนร่วมห้องนอนเดียวกัน

หอพักนอกสถานศึกษา

ข้อดีของหอพักนอกสถานศึกษาคือ นักศึกษาอาจจะไม่จำเป็นต้องมีเพื่อนร่วมห้องนอน อาจมีพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น สามารถจัดสรรสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้สะดวกต่อกิจกรรมอื่น ๆ นอกสถานศึกษา อาทิ การมีครอบครัว หรือ การทำงานพิเศษ ไม่ต้องกังวลกับการปิดหอพักในช่วงปิดเทอมฤดูร้อนหรือช่วงวันหยุดยาว และหากต้องการเพื่อนร่วมห้องนอนก็สามารถเลือกได้ตามความพอใจ ส่วนข้อเสียของหอพักนอกสถานศึกษาคือ ปัญหาการเดินทางที่ไกลกว่า การหาที่จอดรถ ความรู้สึกตัดขาดกับชีวิตในรั้วสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายที่สูงกว่า อาทิ ค่าสาธารณูปโภค ค่าจอดรถ และค่าพาหนะเดินทาง ตลอดจนความไม่ยืดหยุ่นด้านการชำระค่าเช่าหอพัก

‘ เลสลีย์ เวทน์ (Leslie Watne) (2010 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณควรเช่าอพาร์ทเมนต์หรือเช่าบ้าน ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจว่าควรจะเลือกเช่าหอพักประเภทอพาร์ทเมนต์หรือบ้านเช่า อาจเป็นเรื่องยากสำหรับผู้เช่าบางคน การเลือกเช่าหอพักทั้งสองประเภทยังมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ผู้เช่าจึงควรพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบก่อนการตัดสินใจ ซึ่งไม่ว่าจะเลือกเช่าหอพักประเภทใดก็ตาม ขึ้นอยู่กับความชอบและสถานะความเป็นอยู่ในชีวิตของแต่ละบุคคล

ข้อดีและข้อเสียของการเช่าหอพักประเภทบ้านเช่า

ข้อดีของบ้านเช่ามีหลายข้อ เมื่อเทียบกับการเช่าอพาร์ทเมนต์ ข้อดีหลัก ทำให้ผู้เช่าที่ต้องการพักอาศัยในบ้านแต่ไม่สามารถซื้อบ้านมีโอกาสพักอาศัยในบ้านด้วยการเช่า ข้อดีอีกอย่างคือบ้านเช่ามีทางเลือกที่หลากหลายกว่าในด้านพื้นที่ใช้สอยเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีรูปแบบและขนาดของห้องนอนและห้องน้ำที่ตายตัว นอกจากนี้ ทำเลหรือที่ตั้งก็เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกเช่าหอพัก หอพักที่เป็นอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ (Commercial areas) ในขณะที่บ้านเช่าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านที่พักอาศัย (Residential areas) ซึ่งให้ความอิสระและเป็นส่วนตัวมากกว่า แลบบางบ้านยังมีสวนหลังบ้าน ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบสำหรับเด็ก ๆ และ สัตว์เลี้ยงให้อีกด้วย

ข้อเสียหลักของบ้านเช่าคือ ระยะเวลาในการเช่าที่ไม่แน่นอน ซึ่งขึ้นอยู่กับสัญญาการเช่าที่เจ้าของบ้านกำหนดเท่านั้น จึงไม่สามารถรับประกันการต่อสัญญาใหม่ในอนาคตได้ ตรงกันข้ามกับการเช่าอพาร์ทเมนต์ผู้เช่าจะมีความมั่นใจถึงโอกาสในการต่อสัญญาใหม่ได้เสมอเมื่อสัญญาเช่าหมดลง

ข้อดีและข้อเสียของการเช่าหอพักประเภทอพาร์ทเมนต์

ข้อดีหลักของการเช่าหอพักประเภทอพาร์ทเมนต์โดยเฉพาะที่เป็นอพาร์ทเมนต์แบบคอมเพล็กซ์ คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน อาทิ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย

ชาน้ำสํ นอกจากนั้น ถ้าเช่าก็มีสํวณสํคัญ ซึ่งโดยปกติราคาในการเช่าอพทเม้นท์จะถูกกว่าการเช่าบ้านเป็นหลัง ถึงแม้พื้นที่ใช้สอยจะน้อยกว่าบ้านแต่ผู้เช่าก็พอใจกับค่าเช่าที่เหมะสมกับสถานะภาพทางการเงินของตน

ข้อเสียหลักของการเช่าอพทเม้นท์คือ การขาดความเป็นสํวนตัว เนื่องจากมีเพื่อนบ้านจํานวนมากอาศัยในห้องติดกัน ผู้เช่าอาจจะรู้สึกว่เพื่อนบ้านรู้เรื่องเกี่ยวกับตนมากเกินไป เนื่องจากลักษณะความเป็นอยู่ที่ยากต่อการใช้ชีวิตที่เป็นสํวนตัว

นอกจากนี้ ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนของเพื่อนบ้านก็เป็นข้อเสียที่สํคัญของอพทเม้นท์ อาทิ เสียงเพลงหรือเสียงอื่ทักจากเพื่อนบ้านข้างเคียงในเวลากลางคืน

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศดังกล่าวพบว่า สิ่งที่ผู้พักอาศัยพิจารณาและให้ควมสํคัญในการเลือกที่พักอาศัย คือ ราคาของห้องพัก ความสะดวกสบาย ขนาดของห้องพัก ระยะทางในเดินทางไปศึกษาหรือไปทํางาน นอกจากนี้ยังต้องการสวัสดิการในเรื่องของการมีเวรยามรักษาความปลอดภัย ในเรื่องของการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของสํวนประสมทางการตลาดเป็นสํคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการการจัดการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ