

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

FACTORS AFFECTING STUDENTS' DECISION TO RENT
THE NETWORKING-DORMITORY OF
MAE FAH LUANG UNIVERSITY

ปรียาพร พรหมมา

อีเมล : preeyaporn.pro@mfu.ac.th

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร. เดชนันต์ บังกิไล

อีเมล: dej-anan@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการหอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 และ 3 จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65) เพศชาย (ร้อยละ 35) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 55) ชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 45) นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักเกี่ยวกับหอพักเครือข่าย (ร้อยละ 76.5) โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าหอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงไม่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพัก (ร้อยละ 56.3) โดยปัจจุบันหอพักที่นักศึกษาอาศัยอยู่ ส่วนใหญ่คือริเจนท์แมนชั่น ซึ่งถือว่าเป็นหอพักขนาดใหญ่ โดยมีจำนวนห้องพักเกิน 80 ห้อง (ร้อยละ 8.3) ซึ่งนักศึกษาทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถามเคยพักอาศัยในหอพักเครือข่าย และหอพักที่นักศึกษาเคยพักมากที่สุดได้แก่ ริเจนท์แมนชั่น ซึ่งเป็นหอพักขนาดใหญ่ โดยมีจำนวนห้องพักเกิน 80 ห้อง (ร้อยละ 8.3) ส่วนใหญ่มีระยะเวลาอาศัยในหอพักเครือข่ายตั้งแต่ 6 -12 เดือน (ร้อยละ 54.5) จำนวนสมาชิกที่เคยพักอาศัยอยู่ด้วยกัน (รวมตัวผู้ตอบแบบสอบถาม) ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ด้วยกัน 2 คน (ร้อยละ 53)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางกายภาพ (ด้านการออกแบบอาคารภายนอกที่มีความสวยงามของหอพักและความสะอาดเรียบร้อยของหอพัก) และปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้ง (ด้านทำเลที่ตั้งของหอพักมีความสะดวกในการเดินทางและทำเลที่ตั้งของหอพักมีสภาพแวดล้อมรอบหอพักที่น่าอยู่) มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง นอกจากนี้ พบว่า ความพึงพอใจด้านความสะอาด (ด้านห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อย) ด้านความเหมาะสม (ด้านมีสถานที่ทำกิจกรรมกลางแจ้งเพียงพอ) และ

ด้านความปลอดภัย (มีการห้ามบุคคลภายนอกนำรถเข้ามาจอดในบริเวณของหอพัก) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

คำสำคัญ: หอพักเครือข่าย/ความพึงพอใจต่อการใช้บริการหอพัก/การตัดสินใจเช่า

ABSTRACT

The objective of this research was to study factors affecting students' decision to rent the networking dormitory of Mae Fah Luang University and study the level of satisfaction in using the service of networking dormitory of Mae Fah Luang University. Questionnaires were used to collect data from a sample group of 400 students of Mae Fah Luang University that study in second year and third year. The descriptive statistics applied in this research were percentage, frequency, mean, and standard deviation.

The results showed that most respondents were female (61.40%) male (35%) and studying in second year (55%) third year (45%). The most students know about the networking dormitory (76.5%). The most of them have opinions that the networking dormitory of Mae Fah Luang University does not affected to rent (56.3%), currently; most of the dormitories that students live in is Regent Mansion this is the large dormitory with more than 80 rooms (8.3%). The all of them had lived in the networking dormitory and the dormitories that most students have stayed in are Regent Mansion this is the large dormitory with more than 80 rooms (8.3%), most have a period of living in a networking dormitory from 6 to 12 months (54.5). The number of members has lived together (Including the respondents) most of them live together 2 people (53%).

The results based on hypotheses testing showed that physical factors (the exterior design of the beautiful dormitory and cleanliness of the dormitory) and location factors (the location of the dormitory is convenient to travel and the location of the dormitory has a pleasant environment around the dormitory) are affected to students' decision to rent the networking-dormitory of Mae Fah Luang University. The findings also revealed that cleanliness satisfaction (the rooms are clean and tidy), suitability satisfaction (the property has ample outdoor activities) and security satisfaction (disallowing outside to bring vehicles to park in the dormitory area) are affecting the decision to rent the networking-dormitory of Mae Fah Luang University.

Keywords: Networking Dormitory/Satisfaction of Dormitory Services/Decision to Rent

บทนำ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงถือเป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของประเทศไทย ด้วยความโดดเด่นและมีชื่อเสียงในด้านระบบการศึกษาที่ใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนการสอนทฤษฎีวิชา อีกทั้งยังมีทัศนียภาพที่สวยงาม ภูมิอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี ที่สร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนรู้ จึงดึงดูดให้นักศึกษาจากทั่วทุกภูมิภาคสนใจที่จะเข้ามาศึกษาต่อ รวมถึงยังมีแนวโน้มนโยบายในการสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาอย่างเต็มที่ ทำให้มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงได้ชื่อว่าเป็นมหาวิทยาลัยแห่งโอกาส ทำให้ในปัจจุบันมีนักศึกษาที่สนใจเข้ามาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงเพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงแต่นักศึกษาชาวไทยแต่ยังมีนักศึกษาต่างชาติที่ให้ความสนใจในการเข้ามาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงอีกด้วย การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้หอพักนักศึกษา 18 หอพัก ที่สามารถรองรับนักศึกษาได้กว่า 5,800 คน ที่ทางมหาวิทยาลัยมีไว้รองรับนักศึกษานั้นไม่เพียงพอต่อจำนวนของนักศึกษาตั้งแต่ ชั้นปี 2 และชั้นปีอื่น ๆ ไปจนถึงระดับบัณฑิตศึกษาที่แจ้งความประสงค์จะพักในมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยจึงได้ร่วมมือกับหอพักที่อยู่โดยรอบมหาวิทยาลัย จัดตั้ง โครงการ “หอพักเครือข่ายมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง” ขึ้น เพื่อรองรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และชั้นปีอื่น ๆ ไปจนถึงระดับบัณฑิตศึกษาที่ไม่สามารถพักในมหาวิทยาลัยได้และจำเป็นต้องออกไปพักข้างนอกมหาวิทยาลัย โดยหอพักที่สนใจเข้าร่วมโครงการหอพักเครือข่ายสามารถติดต่อขอเข้าร่วมได้ที่สำนักงานหอพัก ฝ่ายหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง โดยหอพักเครือข่ายจะเป็นหอพักที่มีกฎระเบียบที่คล้ายคลึงกับหอพักในมหาวิทยาลัย และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับทางมหาวิทยาลัย ทั้งนี้หอพักเครือข่ายจะได้รับการตรวจสอบจากคณะกรรมการของฝ่ายหอพักนักศึกษา สังกัดส่วนพัฒนานักศึกษา เข้ามาตรวจสอบความเรียบร้อย ภาควิชาการศึกษาระดับ 1 ครั้ง เพื่อตรวจสอบว่าหอพักเครือข่ายจะสามารถให้บริการแก่นักศึกษาได้ดีมากน้อยขนาดไหน นอกจากการตรวจสอบของคณะกรรมการฝ่ายหอพักแล้วนั้นยังมีการจัดสัมมนาผู้ประกอบการหอพักเครือข่ายขึ้น ปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการได้มาแชร์ประสบการณ์ แลกเปลี่ยนความรู้ และวิธีการรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในหอพัก ภายในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นการอัปเดตข้อมูลข่าวสารระหว่างหอพักเครือข่ายและมหาวิทยาลัย เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการแลกเปลี่ยนความรู้มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับนักศึกษาในปีต่อไป

นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นของหอพักเอกชนรอบมหาวิทยาลัยที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้ประกอบการหอพักเครือข่าย ในด้านจำนวนของนักศึกษาที่มีการลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุหลักมาจากนักศึกษาเปลี่ยนใจและย้ายไปพักในหอพักเอกชน เนื่องจากหอพักเอกชนเป็นหอพักที่เพิ่งสร้างขึ้นใหม่ ดูทันสมัยและสวยงามกว่า และด้วยความเป็นหอพักที่เพิ่งสร้างใหม่ ทันสมัย และภาพลักษณ์ภายนอกที่สวยงามจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักศึกษาเปลี่ยนใจและย้ายออกจากหอพักเครือข่าย ส่งผลให้หอพักเครือข่ายประสบกับปัญหาของการย้ายออกของนักศึกษาเดิมที่พักรออยู่และการไม่มีนักศึกษาใหม่เข้ามา

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากความใหม่ ทันสมัย และความสวยงาม แต่จะมุ่งศึกษาในด้านปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ปัจจัยทางด้านบุคลากร

และปัจจัยด้านบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง อีกทั้งยังมีความสนใจที่จะศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้บริการหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ในด้านความสะดวก ความสะอาด ความเหมาะสม ความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยี เพื่อที่จะนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้มาเป็นแนวทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ทราบถึงความต้องการของนักศึกษาในแต่ละด้านอย่างแท้จริง เพื่อที่จะได้ปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาในด้านที่ยังมีความไม่พร้อมให้มีความพร้อมและสามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาต้องการ อีกทั้งยังเป็นการรักษานักศึกษารายเดิมที่พักอยู่ให้พักต่อในหอพักเครือข่ายและดึงดูดให้นักศึกษารายใหม่เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Schiffman and Kanuk (1994, p. 659) อ้างถึงใน ฝนทิพย์ วงศ์สุภชาติกุล (2558) ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรักษาตัวสำหรับชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะ พิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของคอตเลอร์ (Kotler, 2003 อ้างถึงใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2550) ประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น (Problem or Need Recognition) ไม่พอใจ หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนเองที่เกิดขึ้นเองหรือเกิดจากมีสิ่งมากระตุ้นความต้องการ บุคคลเรียนรู้วิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้รู้ว่าจะตอบสนองอย่างไร
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการทันที แต่ถ้า

ความต้องการไม่สามารถตอบสนองได้ในทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้
สะสมไว้มากพอ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นที่ 2 ต่อไป
ผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจและประเมินทางเลือกต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกในขั้นตอนที่ 3 ผู้บริโภค
จะต้องตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลและการ
ตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Feeling) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจภายหลัง
การซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix 7Ps) เป็น
เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

Philip Kotler ศาสตราจารย์ด้านการตลาด กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
(Service Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภค
และบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนด
กลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่
ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว
ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้อง
ไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า
(Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การ
กำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับ
บริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมใน
การนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่
นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้
ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็น
กุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การ
จูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง

เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน เป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมของแต่ละด้านให้มีความเหมาะสมและเข้ากับสภาพแวดล้อมของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะธุรกิจหอพัก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด เป็นกิจกรรมที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการหอพักใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจบริการหอพัก (ขวัญใจ จริยาทัศน์กร และพลิสฐ์ โสภณพงศพัฒน์, 2560)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการหอพัก

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, อ้างถึงใน รัชยา กุลวานิชไชยนันท์, 2535, หน้า 14 -15) กล่าวว่าไว้ว่าการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1) ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - 2) ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 1) ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2) ความพร้อมที่จะให้บริการ
 - 3) มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 4) ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competency) ประกอบด้วย
 - 1) สามารถในการสื่อสาร
 - 2) สามารถในการให้บริการ

- 3) สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 1) ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวกระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป
 - 2) ผู้บริการใช้เวลารอคอยไม่นาน
 - 3) เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4) อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 1) การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 2) ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 3) ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 1) มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 2) มีการอธิบายขั้นตอนให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วยความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
 - 1) การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
 - 2) การแนะนำและการเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
 - 1) การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 2) การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ
 - 3) การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม

จากการพิจารณาแนวคิดที่เกี่ยวกับการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการ คือการทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นการจะวัดว่าการให้บริการบรรลุเป้าหมายหรือไม่ คือการวัดความคิดเห็นของประชาชนผู้รับบริการ เพราะการวัดความคิดเห็นนี้เป็นการตอบคำถามว่า พนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการนั้นมีความสามารถที่จะสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใดอย่างไร จึงสรุปความหมายของการบริการได้ว่า เป็นการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจและสามารถช่วยรักษาลูกค้าเอาไว้ได้

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

ไซเซมอล, พาราสุรามาน และแบร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990, อ้างถึงใน ภวัต วรรณพิณ, 2554) ได้ทำการศึกษาคุณภาพและการจัดการคุณภาพการบริการมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 ในขณะที่พาราสุรามานเริ่มทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นยังไม่พบว่า มีการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมากนัก แต่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า จากนั้น พาราสุรามานและคณะจึงเริ่มทำการวิจัย โดยร่วมกันทำการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยใช้เวลาทำการศึกษานานถึง 7 ปี (1983-1990) โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพการบริการ ต่อมาเป็นวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะ โดยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการแล้วกำหนดเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการไว้ 5 ด้านเรียกว่า RATER และเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 22 รายการ ซึ่งกระจายมาจากคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

ความน่าเชื่อถือ (R: Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือให้บริการตามที่สัญญาไว้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ไม่มีความผิดพลาด มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
2. การเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการ และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ
3. การทำงานไม่ผิดพลาด
4. การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
5. การมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

การสร้างเชื่อมั่นใจ (A: Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการมาติดต่อ สุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ในงานบริการเป็นอย่างดี

มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ
2. การสร้างความเชื่อมั่นและปลอดภัยในการใช้บริการ
3. ความมีมารยาทและความสุภาพของเจ้าหน้าที่
4. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

รูปลักษณ์ทางกายภาพ (T:Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์ต่าง ๆ

ดูสวยงามทันสมัย บุคลากรมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. ความทันสมัยของอุปกรณ์

2. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
3. การแต่งกายของเจ้าหน้าที่
4. เอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการบริการ

การดูแลเอาใจใส่ (E: Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่ และถือผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. การให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ให้บริการแต่ละคนของเจ้าหน้าที่
2. เวลาในการเปิดให้บริการขององค์กร
3. โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร
4. ความสนใจผู้ให้บริการอย่างแท้จริงของเจ้าหน้าที่
5. ความสามารถในการเข้าใจในความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน

การตอบสนอง (R: Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจที่แสดงถึงความพร้อมยินดีให้บริการเสมอ และรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการเข้ามาติดต่อ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว
2. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ให้บริการ
3. ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่
4. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการทันทีที่ต้องการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจหอพัก และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่าหอพัก ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยจากผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ซึ่งมีความคิดเห็นในด้านราคาอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ส่วนความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

สุนิศา ตรีชนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา 2) เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ที่อาศัยในหอพักเอกชน จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็น

เครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับตัวแปรที่จำแนก 2 กลุ่ม และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับตัวแปรที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม จากการวิเคราะห์ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมการเช่าหอพักของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่หอพักในช่วง 22:01 น.-02:00 น. กลับบ้าน 1 ครั้ง ต่อเดือน เล่นเกม/อินเทอร์เน็ตเวลาอยู่หอพัก นอกเหนือจากกิจกรรม ประจำวัน เหตุผลที่เลือกเช่าหอพักภายนอกมหาวิทยาลัย คือ มีความสะดวกสบายมากกว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักมากที่สุด คือ ตัวเอง 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านลักษณะหอพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในเกณฑ์ ระดับปานกลาง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และเก็บข้อมูลด้วยวิธีใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 400 ชุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 จำนวน 400 คน ส่วนชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 4 ไม่ได้ทำการเก็บแบบสอบถาม เนื่องจาก ชั้นปีที่ 1 จะต้องพักอยู่ในหอพักภายในมหาวิทยาลัยตามนโยบายของทางมหาวิทยาลัยที่ต้องการให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เรียนรู้การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นและเอื้ออาทรต่อกัน สำหรับชั้นปีที่ 4 เนื่องจากเป็นปีสุดท้ายของการเรียนมหาวิทยาลัยและจะต้องย้ายออกไปประกอบอาชีพต่าง ๆ เมื่อสำเร็จการศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่เก็บแบบสอบถามกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 4

สถิติที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล

หลังจากเก็บแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา สำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

1. ตัวแปรของปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศและชั้นปีที่ศึกษาอยู่ โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ
2. ตัวแปรด้านการรับรู้เกี่ยวกับหอพักเครือข่าย โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ
3. ตัวแปรด้านการใช้บริการหอพักเครือข่าย โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

4. ตัวแปรของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพักเครือข่าย ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ปัจจัยทางด้านบุคลากร และปัจจัยด้านบริการ เป็นข้อมูลที่ใช้มาตราวัดอันตรภาคชั้น เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการกำหนดค่าคะแนนในแต่ละระดับ

5. ตัวแปรของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพัก ได้แก่ ด้านความสะอาด ด้านความสะดวก ด้านความเหมาะสม ด้านความปลอดภัย และด้านการประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยี

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 55 และชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 45

นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักเกี่ยวกับห้องพักเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 76.5 โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าห้องพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ไม่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 56.3

โดยปัจจุบันห้องพักที่นักศึกษาอาศัยอยู่ ส่วนใหญ่คือรีเจนท์แมนชั่น คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมาคือห้องพักอื่น ๆ นอกเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 7.3 และห้องพักภูสกันต์ คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ ซึ่งนักศึกษาทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถามเคยพักอาศัยในห้องพักเครือข่าย และห้องพักที่นักศึกษาเคยพักมากที่สุดได้แก่ รีเจนท์แมนชั่น คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมาคือห้องพักภูสกันต์ คิดเป็นร้อยละ 7 และห้องพัก STK ริสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาอาศัยในห้องพักเครือข่ายตั้งแต่ 6-12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 และน้อยกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจำนวนสมาชิกที่เคยพักอาศัยอยู่ด้วยกัน (รวมตัวผู้ตอบแบบสอบถาม) ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ด้วยกัน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา อาศัยอยู่คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 39.3 อาศัยอยู่ 3 คนคิดเป็นร้อยละ 4.5 และอาศัยอยู่มากกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ด้านปัจจัยทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.61 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ ขนาดของห้องพักที่กว้างขวาง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ซึ่งมีระดับความสำคัญมาก รองลงมาคือ ความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63) มีระดับความสำคัญมาก การออกแบบอาคารภายนอกที่มีความสวยงามของห้องพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62) มีระดับความสำคัญมาก หอพักมีการอำนวยความสะดวกทางด้านอุปกรณ์ภายในห้องพักที่ครบถ้วน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60) มีระดับความสำคัญมาก การออกแบบภายในห้องพักของห้องพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58) มีระดับความสำคัญมาก และห้องพักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการของผู้เช่า (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53) มีระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.71 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ ท่าเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและมหาวิทยาลัย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76) มีระดับความสำคัญมาก รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งของหอพักมีความสะดวกในการเดินทาง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) มีระดับความสำคัญมาก และท่าเลที่ตั้งของหอพักมีสภาพแวดล้อมหอพักที่น่าอยู่ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) ซึ่งมีระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยทางด้านบุคลากรนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกหอพักเครือข่ายในปัจจัยทางด้านบุคลากรในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.60 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ เจ้าของหอพัก ผู้ดูแล หรือพนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) มีระดับความสำคัญมาก รองลงมาคือ เจ้าของหอพักมีความน่าเชื่อถือ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61) มีระดับความสำคัญมาก เจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานมีความซื่อสัตย์ในการทำงาน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55) มีระดับความสำคัญมาก ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54) มีระดับความสำคัญมาก และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53) มีระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยทางการบริการ นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกหอพักเครือข่ายในปัจจัยด้านบริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.39 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ หอพักมีการกำหนดกฎเกณฑ์ การปฏิบัติในการอยู่หอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) มีระดับความสำคัญมาก รองลงมาคือ หอพักมีการจัดเวรยามของพนักงานรักษาความปลอดภัยในยามวิกาล ตลอด 24 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) มีระดับความสำคัญมาก การจัดการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของหอพักที่มีความรวดเร็ว เช่น การแจ้งซ่อมอุปกรณ์ภายในห้องพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) มีระดับความสำคัญมาก หอพักมีความยืดหยุ่นในด้านการชำระค่าบริการต่าง ๆ ภายในห้องพัก เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ และการดูแลห้องพักและทรัพย์สินของผู้เช่า เมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6) มีระดับความสำคัญมาก และการบริการเสริมอื่น ๆ เช่น บริการรับซักผ้าภายในห้องพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) ซึ่งมีระดับความสำคัญค่อนข้างมาก

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการหอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ด้านความสะอาด พบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.67 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ ห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76) มีระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ทางเดินภายในหอพักมีความสะอาดและไม่ส่งกลิ่นเหม็น (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) มีระดับความพึงพอใจมาก ห้องน้ำไม่ส่งกลิ่นเหม็น (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) มีระดับความพึงพอใจมาก การดูแลรักษาและการทำความสะอาดส่วนกลางของหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) มีระดับความพึงพอใจมาก และถึงขยะส่วนกลางมีความสะอาดและไม่ส่งกลิ่นเหม็น (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57) มีระดับความพึงพอใจมาก ตามลำดับ

ด้านความสะดวก พบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.58 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ ได้รับการอำนวยความสะดวกในการเข้าพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74) มีระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อเจ้าของหอพัก ผู้ดูแล หรือพนักงานหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62) มีระดับความพึงพอใจมาก การให้บริการของเจ้าของหอพัก ผู้ดูแล หรือพนักงานหอพัก มีความถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50) มีระดับความพึงพอใจมาก และการให้บริการซ่อมบำรุงรักษาพัสดุภัณฑ์ภายในห้องพัก มีความรวดเร็ว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47) มีระดับความพึงพอใจมาก

ด้านความเหมาะสม พบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.41 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ ขนาดของห้องพักตรงกับความต้องการ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98) มีระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ อาคารหอพักมีการจัดตกแต่งสวยงาม (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51) มีระดับความพึงพอใจมาก มีสถานที่ทำกิจกรรมกลางแจ้งเพียงพอ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) มีระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก และภายในหอพักมีห้องทบทวนตำราให้บริการอย่างเพียงพอ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) มีระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก ตามลำดับ

ด้านความปลอดภัย พบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ มีระบบกล้องวงจรปิดภายในหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) มีระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ มีพนักงานรักษาความปลอดภัยภายในหอพัก 24 ชม. (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) มีระดับความพึงพอใจมาก มีการห้ามบุคคลภายนอกเข้าหอพักหากไม่ได้รับอนุญาตและในยามวิกาล (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) มีระดับความพึงพอใจมาก และมีการห้ามบุคคลภายนอกนำรถเข้ามาจอดในบริเวณของหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25) มีระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก

ด้านการประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยี พบว่านักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในด้านการประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.23 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ คือ มีการอำนวยความสะดวกของอินเทอร์เน็ตไร้สายภายในหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) มีระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ภายในหอพัก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25) มีระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก และมีการจัดวารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ให้แก่ผู้เช่า (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) มีระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการอยู่หอพักต่อ(สำหรับคนที่กำลังพักหอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามที่กำลังพักอยู่ในหอพักเครือข่ายส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการอยู่หอพักเครือข่ายต่อแน่นอน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ อาจจะพักต่อ จำนวน 102 คน คิดเป็น

ร้อยละ 25.5 ไม่นั่งใจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ไม่พักต่อแน่นอน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และอาจจะไม่พักต่อ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผลการวิเคราะห์เหตุผลที่ไม่พักต่อที่หอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (สำหรับคนที่เคยพักแล้วไม่ได้พักต่อที่หอพักเครือข่าย)

นักศึกษาที่เคยพักแล้วไม่ได้พักต่อที่หอพักเครือข่ายส่วนใหญ่มีเหตุผลในการไม่พักต่อ มีทั้งหมดจำนวน 151 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 ได้แก่ ด้านการเดินทางมากที่สุด จำนวน 34 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.5 รองลงมาคือ สภาพหอพัก จำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7 สภาพแวดล้อมรอบหอพัก จำนวน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.5 Internet จำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4 ค่าอุปโภค-บริโภค จำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.75 ราคาหอพัก จำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3 สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.75 กฎระเบียบหอพัก จำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 ความปลอดภัย จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และบุคลากร จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์จำนวนนักศึกษาที่ให้เหตุผลที่ไม่พักต่อที่หอพักเครือข่าย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (สำหรับคนที่เคยพัก แล้วไม่ได้พักต่อที่หอพักเครือข่าย)

นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ให้เหตุผลในการไม่พักต่อในหอพักเครือข่าย ซึ่งอยู่ในข้อคำถามในแบบสอบถามข้อที่ 6.2 จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 นักศึกษาที่ตอบ 3 เหตุผลที่ไม่พักต่อที่หอพักเครือข่าย มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาคือ ตอบ 2 เหตุผล มีจำนวน 48 คน คิดเป็น 12 และตอบ 1 เหตุผล มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผลการอภิปราย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอธิบายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ปัจจัยด้านกายภาพ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ขนาดของห้องพักที่กว้างขวาง ความสะอาดเรียบร้อยของหอพัก และการออกแบบอาคารภายนอกที่มีความสวยงามของหอพักเป็นปัจจัยทางกายภาพที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากในการเลือกเช่าหอพักเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษานโยบายของนายสุส เขียวเชิงการุณ (2554) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล, หน้า 14-20 ที่พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก โดยเรียงความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ขนาดความกว้างของห้องพัก, สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น เเคเบิ้ลทีวี, ร้านสะดวกซื้อ, Internet, เครื่องปรับอากาศ, Fitness ฯลฯ), จำนวนห้องที่ไม่มากเกินไปในแต่ละชั้น, เงื่อนไขการเช่าพักต่าง ๆ (เช่น ห้ามประกอบอาหารในห้องพัก ห้ามเล่นการพนัน และมีระบบคีย์การ์ดป้องกันบุคคลภายนอก)

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ท่าเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล ที่ได้อ้างอิงงานวิจัยของ ปิติ โชติสุกานต์ (2555) ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล, หน้า 14-20 ว่า ปัจจัยแรกในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์เป็นปัจจัยที่สำคัญ คือ ท่าเลที่ตั้งของอพาร์ทเมนต์ เพราะอพาร์ทเมนต์เปรียบเสมือนบ้านหลังที่สอง ที่ผู้เช่าต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ปัจจัยด้านท่าเลที่ตั้งจึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มจำนวนผู้ที่ต้องการเช่าได้ โดยเฉพาะ อพาร์ทเมนต์ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เพียบพร้อมไปด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้งการคมนาคมที่ทั่วถึง และมีห้างสรรพสินค้าใกล้ๆ เพื่อความสะดวกในการพักผ่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล (2556) ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือหอพักที่อยู่ใกล้สถาบันการศึกษา ส่วนหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และหอพักที่มีความสะดวกในการเดินทาง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากรองลงมา

ปัจจัยทางด้านบุคลากร จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านเจ้าของหอพัก ผู้ดูแล หรือพนักงานมีอิทธิพลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และด้านความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานหอพักอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล ที่ได้อ้างอิง พจนารถ อิ่มสอน (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล, หน้า 14-20 ว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรและกระบวนการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค หากพนักงานและกระบวนการ การให้บริการดี จะทำให้ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ รู้สึกสบายใจและไม่ย้ายไปอยู่ที่อื่น และสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยธีรภคิ นวรัตน์ ณ อุษรยา (2547) ได้กล่าวว่า การส่งมอบคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ดีให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Retention) ก่อให้เกิดฐานลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าและบริการ (Customer Loyalty) สอดคล้องกับ ภาณุพงศ์ แต่งอักษร (2557) ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย บุคลากรในหอพักมีมารยาทพูดจาสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้และทักษะในการให้บริการ มีความซื่อสัตย์ สามารถให้บริการได้รวดเร็วถูกต้องและแม่นยำบุคลากรในหอพักมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดกฎระเบียบ มีความสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ โดยผู้ศึกษาเห็นว่าความรู้และทักษะในการให้บริการของบุคลากร จะมีส่วนเสริมให้มีคุณภาพการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น และธุรกิจหอพักเป็นธุรกิจบริการ คุณภาพการให้บริการของพนักงานนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยให้ผู้เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจ สบายใจในการพักอาศัย

ปัจจัยทางด้านบริการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านหอพักมีการกำหนดกฎเกณฑ์ การปฏิบัติในการอยู่หอพัก เป็นปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังมีด้านหอพักมีการจัดเวรยามของพนักงานรักษาความปลอดภัยในยามวิกาล ตลอด 24 ชั่วโมงและด้านการจัดการแก้ปัญหาต่าง

ๆของหอพักที่มีความรวดเร็ว เช่น การแจ้งซ่อมอุปกรณ์ภายในห้องพักที่นักศึกษาให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของ สุนิศา ตรีชนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ที่พบว่า นักศึกษาต้องการหอพักที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน มีชื่อเสียงภาพลักษณ์ของหอพักมีความน่าเชื่อถือ มีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพักและบริการให้แก่ผู้เช่า โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาณุพงศ์ แต่งอักษร (2557) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งประกอบด้วย การทำสัญญาเช่าเป็นลายลักษณ์อักษรแสดงเงื่อนไข รวมถึงระเบียบต่างๆของหอพักอย่างชัดเจน มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ก่อนการชำระค่าเช่า ผู้เช่าสามารถ เข้า – ออกห้องพักได้ตลอด สะดวกต่อการทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัย เนื่องจาก จะช่วยให้นักศึกษาทราบถึงเงื่อนไขในการทำสัญญา และทราบว่าจะมีค่าใช้จ่ายจากส่วนใดบ้างที่จะเกิดขึ้นจากการพักอาศัย ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถจัดเตรียมเงิน เพื่อให้เพียงพอต่อการชำระค่าเช่าจ่ายตลอดการศึกษา และเรื่องผู้เช่าเข้า – ออกห้องพักได้ตลอดสะดวกต่อการทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัย สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของนักศึกษา ที่มีกิจกรรมจากคณะและชมรมต่างๆ ให้เข้าร่วมทำกิจกรรมอยู่เสมอ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ด้านความสะอาด จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจในด้านห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อย เป็นด้านที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด จากความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน รองลงมาคือ ทางเดินภายในห้องพักมีความสะอาดและไม่ส่งกลิ่นเหม็นและห้องน้ำไม่ส่งกลิ่นเหม็น ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของภกมน วิทยปิยานนท์ และ ศพัตร์รัตน์ ภาสกรพิพัฒน์กุล (2560) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาระหว่างที่พักกับมหาวิทยาลัย ความสะอาดของห้องพัก และสภาพแวดล้อมรอบๆหอพักเอกชน

ด้านความสะดวก จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การได้รับการอำนวยความสะดวกในการเข้าพัก คือสิ่งแรกที่นักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อเข้ามาติดต่อกับทางหอพักนั้นๆแล้วการได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างทันท่วงที่เป็นสิ่งที่ทำให้นักศึกษารับรู้ได้ว่าหอพักมีบริการที่ได้อย่างไร โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษางานวิจัยของภาณุพงศ์ แต่งอักษร (2557) เรื่องที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ประกอบด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และระบบการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบุคคลแวดล้อม และยังสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของ นवलจันทร์ นนทสูติ (2553) เรื่อง ความต้องการการใช้บริการหอพักของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าของหอพักและเจ้าหน้าที่หอพักมีมารยาท สุภาพเรียบร้อย ทั้งนี้ยังมี

ความต้องการให้แม่บ้านและพนักงานรักษาความปลอดภัยมีมนุษยสัมพันธ์และการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ด้านความเหมาะสม จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักศึกษามีระดับความพึงพอใจในด้านขนาดของห้องพักตรงกับความต้องการเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของสุวรรณ เชน้อย (2559) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของแรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของแรงงานในจังหวัดนครราชสีมาอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านลักษณะของห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการบริการ ด้านภาพลักษณ์และสภาพแวดล้อม ด้านบุคลากรที่ให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านความปลอดภัย จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การมีระบบกล้องวงจรปิดภายในห้องพัก ทำให้นักศึกษารู้สึกพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักศึกษาขณะพักอยู่ในห้องพัก โดยสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของสุนิสา ตรีชนพัฒน์ (2557) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ที่พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย ด้านสภาพภายในห้องพัก ด้านความสะอาด ด้านความสะดวกรวดเร็ว ด้านพนักงานประจำห้องพัก ด้านสาธารณูปโภค และด้านอื่นๆ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยี จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักศึกษาให้ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านการอำนวยความสะดวกของอินเทอร์เน็ตไร้สายภายในห้องพัก มาเป็นอันดับแรก ซึ่งด้านการอำนวยความสะดวกของอินเทอร์เน็ตไร้สายภายในห้องพักมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆภายในห้องพักและการจัดวารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ให้แก่ผู้เช่า มีระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของสุนิสา จวงจันทิก (2553) ที่ได้ทำการศึกษาถึงปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริการในหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา พบว่าปัญหาที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม (กลุ่มชั้นปี 1 และชั้นปีอื่นๆ 2-4) คือระบบอินเทอร์เน็ตที่ขาดประสิทธิภาพ

การนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการห้องพักเครือข่าย

จากผลการวิจัยพบว่าสาเหตุที่นักศึกษาย้ายออกจากห้องพักเครือข่ายไปพักหอพักอื่น มีสาเหตุหลักมาจากด้านการเดินทาง ด้านสภาพของห้องพัก และด้านสภาพแวดล้อมของห้องพัก ตามลำดับ เนื่องจากนักศึกษา

ให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง โดยการพิจารณาจากปัจจัยเหล่านี้เป็นลำดับแรก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 3 ด้าน โดยการพัฒนา ปรับปรุง ดูแลรักษา หอพักเครือข่ายของตนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้นักศึกษาเกิดความประทับใจและพึงพอใจต่อการที่จะพักอยู่ในหอพักนี้ต่อไปโดยไม่ย้ายออกไปพักที่หอพักอื่น ทั้งนี้ยังเป็นการดึงดูดให้นักศึกษาที่กำลังมองหาหอพักใหม่ให้เข้ามาพักในหอพักเครือข่ายเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงสาเหตุของการลดจำนวนลงของนักศึกษาในหอพักเครือข่ายของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยควรมีการจัดประชุมหารือกับทางหอพักเครือข่ายเพื่อจะได้ทราบถึงเหตุผลหรือปัญหาที่ทางหอพักเครือข่ายประสบ เพื่อจะได้ร่วมกันหาแนวทางในการแก้ปัญหา อีกทั้งทางมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงจะต้องคอยส่งเสริม สนับสนุน และประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปทราบและรู้จักหอพักเครือข่ายมากขึ้น เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปเกิดความสนใจและเลือกเช่าหอพักเครือข่ายเป็นตัวเลือกแรกในการเช่าหอพัก

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความต้องการของนักศึกษาในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านราคา หอพัก เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาหอพักเครือข่ายให้ตรงตามความต้องการของนักศึกษามากที่สุด
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีศึกษาวิจัยเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ถึงปัญหาที่ส่งผลให้นักศึกษาที่พักอยู่ปัจจุบัน ย้ายออกไปพักยังหอพักอื่น ที่อาจจะส่งผลต่อการนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาเพื่อดึงดูดให้นักศึกษาพักอยู่ในหอพักเครือข่ายได้

รายการอ้างอิง

กัลยา วาณิชชัชบัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.

โกวิท ภัณฑนนท์. (2529). กระบวนการตัดสินใจด้านการบริหารและกรอบแนวคิดทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. อ้างถึงใน เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ขวัญใจ จริยาทัศน์กร และพลิชฐ์ โสภณพงศ์พัฒน์. (2560). การวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 6(2), 48-62.

ชญาส เชี่ยวเชิงการณ. (2554). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกหอพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครกรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32. วารสารการเงินการธนาคารตลาดและการบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรังสิต, สาขาบริหารธุรกิจ, 3(1), 39-60.

ชัชวาล เวศย์วรุฒม์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์. (2520). เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์. (2520). การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษา. อ้างถึงใน เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นวลจันทร์ นนทสุติ. (2553). ความต้องการการใช้บริการหอพักของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพฯ.

นพรุจ บรรจงจิตร และกองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. (2556, 23 พฤษภาคม). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เช่าบริเวณรอบมหาวิทยาลัยรังสิต. CONFERENCE PAPER มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, 1-6.

ปิติ โชติสุกานต์. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาอพาร์ทเมนต์ย่านสีลม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, กรุงเทพฯ.

พจนารถ อิ่มสอน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาเรเช่าพาร์ตเมนต์ของผู้บริโภคในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาบริหารธุรกิจ, 6(2), 134-144.

พระราชบัญญัติหอพัก. (2558). สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562, จาก

https://library2.parliament.go.th/giventake/content_nla2557/law32-220458-1.pdf

ภคมน วิทยปิยานนท์ และศัพย์รัตน์ ภาสน์พิพัฒนกุล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าลักษณะที่พักของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

ภาณุพงศ์ แต่งอักษร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. (2556). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542, หน้า 192). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์. อ้างถึงใน ฝนทิพย์ วงศ์สุกษชาติกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สงกรานต์ คงเพชร. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าพาร์ตเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

สุนิสา ตรีชนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์. มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2), 1442-1453.

สุวรรณ เชน้อย. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของแรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 9(1), 197-201.

สุณิสรา จวงจันทิก. (2553). การศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริการในห้องพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

Kotler, P. (2003). Marketing management (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
อ้างอิงใน อุดุ้ย จาตุรงกุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. (eds). Emerging Perspectives in Service Marketing (pp. 99-107). Chicago: American Marketing Association.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing 49, Fall: 41-50. อ้างอิงใน รัชชา กุลวานิช ไชยพันธ์. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (หน้า 14 -15). มปท.: สำนักงานประกันสังคม.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40. อ้างอิงใน ภาวัต วรรณพิน. (2554). การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. อ้างอิงใน ฝนทิพย์ วงศ์สุชาติกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

Zeithaml, V. A. (1998). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22. อ้างถึงใน ภาวัต วรรณพิณ. (2554). การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions*. New York: The Free Press. อ้างถึงใน ภาวัต วรรณพิณ. (2554). การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

Mae Fah Luang University