

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้นำเสนอตามลำดับดังนี้

- ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ
- ความหมายของการบริการ
- คุณภาพการให้บริการ
- แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ
- ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค
- โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- กระบวนการตัดสินใจซื้อ
  1. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow)
  2. ความรู้เกี่ยวกับหอพัก
- ประวัติการจัดหอพักนักเรียน นักศึกษา ในประเทศไทย
- วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งหอพัก
- ความต้องการเช่าหอพักของนักเรียน นักศึกษา
- ข้อกำหนดในการจัดตั้งและดำเนินงานหอพัก
- พระราชบัญญัติหอพัก
- คุณสมบัติของผู้เป็นเจ้าของหอพัก
- บทกำหนดโทษของหอพัก
- รูปแบบหอพักนิสิตนักศึกษาที่พึงประสงค์
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหอพัก โดยศึกษาจากนักเรียน นักศึกษา ที่ตัดสินใจเช่าหอพักแล้ว ดังนั้นธุรกิจหอพักเป็นลักษณะธุรกิจบริการ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดด้านการตลาดของธุรกิจบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ความหมายของการบริการ

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ ได้นิยามคำว่าบริการ หมายถึง สิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น โดยจาก บริกร และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ(ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบทันทีที่มีการให้บริการนั้น (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539, หน้า 7)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า บริการจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถสัมผัสได้ ที่เสนอขายผลประโยชน์ทางการเงิน กฎหมาย การดูแลรักษา การพักผ่อน หรือผลประโยชน์อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น โรงแรม บริการห้องพัก โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540, หน้า 115)

จึงสรุปได้ว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม พฤติกรรม และการกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น ไปยังลูกค้า

### คุณภาพการให้บริการ

อย่างไรก็ตามในการส่งมอบบริการไปยังลูกค้ามันจะต้องคำนึงคุณภาพบริการเป็นสำคัญ สำหรับคุณภาพของบริการนั้น มองได้ 3 ประเด็นดังนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539, หน้า 27)

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

นั่นหมายถึงการวัดคุณภาพของการบริการจะสำรวจจากความพึงพอใจของลูกค้า จึงได้มีนักวิชาการศึกษาปัจจัยที่ลูกค้านำมาวัดคุณภาพบริการ โดยการศึกษาของ Professor Berry (Berry, 1985 p. 152 อ้างถึงใน วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539, หน้า 17) พบปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างอิงอยู่ถึง 10 ประการดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ
2. การตอบสนอง (Responsiveness) เป็นการตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า
3. ความสามารถหรือสมรรถนะ (Competence) เป็นสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญจริง
4. การเข้าถึงง่าย (Access) เป็นการเข้าถึงการบริการ โดยการใช้บริการต้องไม่ยุ่งยาก
5. ความสุภาพ (Courtesy) เป็นความสุภาพ เคารพนบนาบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของบริการ
6. ความสามารถในการสื่อสาร (Communication) เป็นความสามารถความสมบูรณ์ ในการสื่อความและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด
7. ความเชื่อถือได้ (Creditability) เป็นความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ
8. ความมั่นคง ปลอดภัย (Security) เป็นความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้า ในขณะที่ใช้บริการ
9. ความเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) เป็นความเข้าใจอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้า มาใส่ใจตน
10. ส่วนที่สัมผัสได้ (Tangible) เป็นส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

### ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Of Service Mix)

การพัฒนาบริการให้มีคุณภาพตรงความต้องการของลูกค้าจึงเป็นประเด็นสำคัญในการให้บริการ ถึงอย่างไรก็ตามปัจจุบันมีการแข่งขันของธุรกิจบริการ จึงได้มีความพยายามในการเอาชนะคู่แข่งด้วยการจูงใจผู้บริโภคด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงนำเสนอทฤษฎีด้านการตลาดบริการ ไว้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารห้องพัก ต่อไป

สำหรับแนวคิดด้านการตลาดบริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้กล่าวถึงแนวความคิดทางการตลาดของ Phillip Kotler ว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับการทำการตลาดธุรกิจที่เป็นสินค้า ซึ่งประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540, หน้า 69)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความทนทาน ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการซ่อมแซมได้ รูปลักษณ์พิเศษ การออกแบบห้องพัก สถานที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณค่าแก่ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นต้นทุนของลูกค้า แต่เป็นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจ ส่วนประสมด้านราคานับเป็นส่วนที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เนื่องจากราคาสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ไม่เหมือนกับตัวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือช่องทางการจัดจำหน่าย แม้ว่าทศวรรษปัจจุบัน จะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับราคามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น แต่ปัจจัยด้านราคาก็ยังเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งตลาดและผลกำไรของบริษัทอยู่เช่นเดิม ผู้บริโภคจะได้เปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value) กับราคาผลิตภัณฑ์ (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ

3. สถานที่ (Place) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตตัวสินค้าไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม การกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการห้องพักต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการที่ให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด จะต้องหาทำเลที่ตั้งที่สะดวก ต่อการเดินทาง อยู่ใกล้สถาบันการศึกษา อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูล ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติแลพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงใจผู้ซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายหรือการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เช่นการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ใบบลิว หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น

5. บุคคลหรือผู้ให้บริการ (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งได้จากการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้นแตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. กระบวนการบริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เป็นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการไปสู่ลูกค้า โดยเน้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อันได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ การทักทาย และต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อห้องพัก การแนะนำลูกค้าเยี่ยมชมห้องพัก การคิดค่าบริการที่เที่ยงตรง การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น การซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพักที่เกิดปัญหาทันทีที่ลูกค้าแจ้ง เป็นต้น

7. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการ โดยการสร้างคุณภาพรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ในอาคารห้องพัก การดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่ และทรัพย์สินของลูกค้าให้มีความปลอดภัยอยู่เสมอ และลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย

## ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีนั้น จะเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ว่าด้วยการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าและนำเสนอเป็นหลักการของการวิจัยดังกล่าว ซึ่งมีการกล่าวถึง ความหมาย ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะของผู้บริโภค โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค พร้อมทั้งกล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังจะกล่าวรายละเอียดต่อไป

## ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

มีผู้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ ได้กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกเหล่านี้ พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน จนกว่าผู้บริโภคจะแสดงผลพร้อมออกมา คือ ซื้อหรือไม่ซื้อ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ, 2543, หน้า 72)

ธงชัย สันติวงษ์ ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำนี้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540, หน้า 30)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้กล่าวถึง คือ กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคล (ผู้บริโภค) ที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540, หน้า 65)

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นว่าธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการซื้อ ด้วยเหตุผลหลายประการ คือ

1. วิธีการที่ผู้ซื้อกระทำหรือแสดงออกต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ จะมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง
2. จากแนวความคิดการตลาดที่ว่าธุรกิจควรต้องสร้างส่วนประสมการตลาด ที่ทำให้ลูกค้าพอใจ เพื่อเพิ่มความเข้าใจว่า อะไรที่ทำให้ผู้บริโภคพอใจ นักการตลาดจึงต้องพิจารณาถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคว่า เขาจะซื้อหรือไม่ ซื้ออะไรที่ไหน เมื่อไร อย่างไร
3. เมื่อนักการตลาดได้เข้าถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อดีขึ้น จะทำให้นักการตลาดเป็นผู้อยู่ในสถานะที่ดีขึ้นกว่าเดิม ในการคาดคะเนถึงการตอบสนองของผู้ซื้อที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจได้

### สรุป

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำ การแสดงออก หรือความพยายามในการให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ โดยการแสดงออกจะเป็นกระบวนการต่าง ๆ ดังนั้น นักธุรกิจ จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาสินค้าหรือบริการตอบสนองให้สอดคล้องกับพฤติกรรมดังกล่าว

ดังนั้น ธุรกิจหอพัก จึงต้องเข้าใจถึงผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง จำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรมลูกค้า โดยเฉพาะการตัดสินใจซื้อนั้น ลูกค้าได้นำปัจจัยอะไรบ้างมาประกอบการพิจารณาคัดเลือกเช่าหอพักดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยเพื่อให้เข้าใจผู้บริโภคมากขึ้น

### ลักษณะของผู้บริโภค

การศึกษาถึง ปัจจัยส่วนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีนั้น จำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะของผู้บริโภคด้วย เพื่อความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เนื่องด้วยการเกิดพฤติกรรมการซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล นั่นก็คือ ลักษณะของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนั่นเอง

เสรี วงษ์มณฑา ได้กล่าวถึง ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 31)

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการซื้อ (Need) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค

2. ผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ผู้บริโภคจะมีเพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่เขาจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีเพียงความต้องการแล้วไม่มีอำนาจซื้อ ก็ยังไม่ใช่ผู้บริโภคของสินค้านั้นเพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงิน

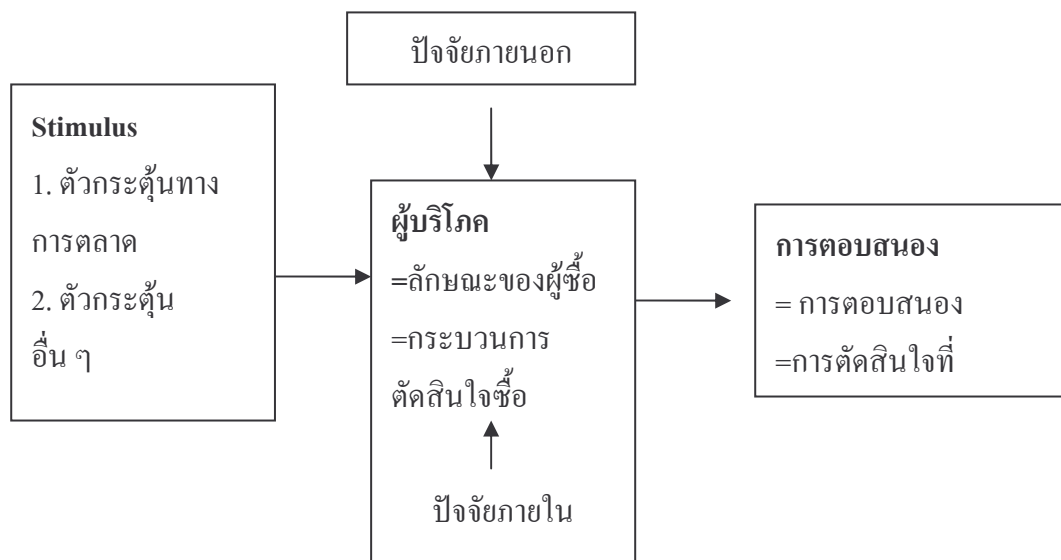
3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้วก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน เช่น ในครัวเรือนส่วนใหญ่แม่บ้านจะเป็นผู้ซื้อของภายในบ้าน หรือบางครอบครัวอาจจะแยกซื้อสินค้าเป็นส่วนตัว บางคนซื้อสินค้าเอง บางคนพ่อแม่ซื้อให้ บางคนซื้อของที่ละชิ้น บางคนซื้อที่ละโหล บางครอบครัวจะซื้อสินค้าเข้าบ้านทุก 2 สัปดาห์ บางคนซื้อของทุกวันโดยไม่ต้องรอให้ถึงของหมด ผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าเมื่อของหมด บางคนซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ บางคนซื้อที่ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

4. พฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินใช้อย่างไร เช่น ดื่มสุราที่ไหนที่บ้านหรือร้านอาหาร ดื่มน้ำกับใคร คนเดียวหรือกับเพื่อน ดื่มเมื่อใดดื่มมากน้อยแค่ไหน ดื่มอย่างไรสุราอย่างเดียวหรือผสมน้ำหรือผสมโซดา หรือผสมน้ำอัดลม ในการสระผมแต่ละครั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้แชมพูสระผมกี่ครั้ง ใช้ครีมนวดผมหรือไม่ การแต่งหน้าใช้รองพื้นหรือไม่ และใช้ครีมบำรุงผิวที่เหมือนกันกับรองพื้นหรือไม่ เป็นต้น

ผู้บริโภคจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเป็นไปขององค์กร โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจด้วยแล้ว ถ้าขาดลูกค้า ธุรกิจก็อยู่รอดไม่ได้ ความสำคัญจึงต้องเข้าใจลูกค้าอย่างยิ่ง จึงควรทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าว่า เกิดการแสดงออกอย่างไรต่อกระบวนการซื้อด้วย ดังจะกล่าวต่อไป

## โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้อธิบายถึง โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกนึ้กคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกลึกนึ้กคิดของผู้ซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540, หน้า 36)



ภาพที่ 2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

### 1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ อาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจด้านจิตวิทยาได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ



1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ก. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

ข. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

ค. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายบริการให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

ง. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2.1 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

ก. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

ข. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

ค. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่นกฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

ง. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

## 2. กล้องดำหรือความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer' S Black Box)

ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

### 3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer' S Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer' S Purchase Decisions)

ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมนมปั่น ฯลฯ สมมุติว่า ผู้บริโภคเลือกนมสด

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟรโมสต์ มะลิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเข้ากลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค(Determinants Of Consumer ehavior)

คุกร เสรีรัตน์ กล่าวว่า การรู้ว่าผู้บริโภคมีการตัดสินใจอย่างไรในตลาดนั้นยังไม่มี การเพียงพอสำหรับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เรายังต้องสนใจด้วยว่า ทำไมผู้บริโภคจึงมีการตัดสินใจในลักษณะใดลักษณะหนึ่งโดยเฉพาะด้วย ดังนั้น เมื่อเราได้กล่าวถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคแล้ว ต่อไปนี้เราก็จะได้กล่าวถึงหลักของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ทำให้ผู้บริโภคมีการเลือกซื้อสินค้าใดสินค้านั้นๆ โดยเฉพาะ ซึ่งจะทำให้เราเห็นว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเกี่ยวข้องกับอย่างไร (คุกร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 19)

กฎเกณฑ์สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคจะอยู่ที่ตัวบุคคลแต่ละคน เพราะการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อเป็นเรื่องของการตัดสินใจของบุคคลแต่ละคน แม้ว่าบางครั้งบุคคลอาจตัดสินใจโดยได้รับคำแนะนำ หรือแม้แต่แรงกดดันจากภายนอกก็ตาม แต่การตัดสินใจก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลว่าจะตัดสินใจเป็นแบบใด ดังนั้น สิ่งที่ผู้บริโภคได้รับก็คือ ข้อมูลจากภายนอกที่จะถูกรวบรวมไว้เป็นสิ่งที่ใช้อย่างองของผู้บริโภคได้ ข้อมูลภายนอกดังกล่าวอาจกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ชื่อของผู้บริโภคได้ แต่ผู้บริโภคก็ยังคงต้องทำการตัดสินใจเอง โดยจะอาศัยข้อมูลที่ได้รับนั้นหรือไม่ก็ได้ ตลอดจนวิธีการนำเอาข้อมูลไปใช้ด้วย

นักการตลาดจึงสนใจอิทธิพลดังกล่าวทั้ง 2 ที่มีต่อผู้บริโภคคือ กระบวนการตัดสินใจของบุคคลกับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ดังนั้น เราจึงกล่าวได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคมี 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่อยู่ภายในของบุคคล (Internal Variables)
2. ปัจจัยที่อยู่ภายนอกของบุคคล (External Variables)

โดยเราเรียกปัจจัยภายในนั้นว่า ปัจจัยพื้นฐาน (Basic Determinants) และเรียกปัจจัยภายนอกว่าปัจจัยหรืออิทธิพลของสิ่งแวดล้อม (Environmental Determinants or Influences)

ผู้บริโภคแต่ละคนคือผู้ที่ตัดสินใจคนสุดท้าย ในปัญหาการซื้อทั้งหมด ซึ่งความสำคัญอันนี้เราจึงเรียกปัจจัยภายในของบุคคลว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค มักเรียกชื่ออีกอย่างว่าปัจจัยที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล (Endogenous Variables) เฉพาะปัจจัยพื้นฐานเท่านั้นที่จะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยภายนอกของบุคคลก็มักเรียกอีกอย่างว่าปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวของบุคคล (Exogenous Variables) จะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคทางอ้อมต่อการตัดสินใจ ในลำดับนี้จะขอกล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานก่อน โดยจะแยกอธิบายเป็นหัวข้อย่อย 3 หัวข้อคือ (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 19)

1. ประเภทของปัจจัยพื้นฐาน
2. ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระหว่างปัจจัยพื้นฐาน
3. ปัจจัยพื้นฐานกับการตัดสินใจซื้อ

#### **ประเภทของปัจจัยพื้นฐาน (Types Of Basic Determinants)**

ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นตัวควบคุมกระบวนการความคิดภายในทั้งหมดของผู้บริโภคจะมีด้วยกัน 4 ประการคือ

1. ความต้องการของผู้บริโภค (Needs)
2. แรงจูงใจ (Motive)
3. บุคลิกภาพ (Personality)
4. การรู้ (Awareness)

#### **ความต้องการของผู้บริโภค (Needs)**

ความต้องการ หมายถึง “สิ่งที่จำเป็นใด ๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 20) ถ้าพูดในแง่ของความรู้สึกแล้ว ความต้องการก็คือ การขาดในบางสิ่ง

บางอย่างที่มีประโยชน์ที่จำเป็นต้องมี หรือที่ปรารถนาที่อยากได้ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยได้ว่าความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

### **การจูงใจ (Motivation)**

การจูงใจ คือ การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ซึ่งการจูงใจจะเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งหมดเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น แต่การเกิดการจูงใจดังกล่าวจะถูกกระทบโดยปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม เศรษฐกิจ เป็นต้น

แรงจูงใจ คือ ความต้องการที่เป็นแรงกระตุ้นของบุคคลหนึ่งซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมบุคคลเพื่อแสวงหาความพอใจ แรงจูงใจปกติก็คือ แรงกระตุ้น ซึ่งก็คือตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างแรง เพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ หรือ หมายถึง “สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลกระทำหรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 20) แรงจูงใจที่ทำให้เราได้รู้ถึงความต้องการของเราเอง และเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าวเหล่านั้น

### **บุคลิกภาพ (Personality)**

บุคลิกภาพ หมายถึง “ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 20) แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขามีความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลกระทำในลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

### **การรู้ (Awareness)**

การรู้ เป็นคำกว้าง ๆ ที่หมายถึง “ การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้า ” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 21) ซึ่งการรู้นั้นจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกของเขา ในขณะที่บุคลิกภาพเป็นเรื่องของการมองเห็นสิ่งที่มีอยู่ภายในตัวของบุคคล และการรู้ของผู้บริโภค (Awareness) เป็นการมองเห็นสิ่งที่มีอยู่ภายนอกของผู้บริโภคที่ต้องมีการตีความหมายสำหรับสิ่งที่ผู้บริโภคได้เห็น ได้ยิน ได้รู้สึกและอื่น ๆ เป็นต้น

การรู้ของผู้บริโภคจะสามารถแยกย่อยเป็น 3 ประการ คือ การรับรู้ (Perception) ทักษะคติ (Attitudes) และการเรียนรู้ (Learning) ซึ่งปัจจัยทั้งสามนี้เป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค

การรับรู้/ การสัมผัสรับรู้ (Perception) หมายถึง “การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาททั้ง 5” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 21)

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง “การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญญาณ” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 21) พุคอีกนัยหนึ่งได้ก็คือ ความรู้ที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน นั่นเอง

### ทัศนคติ (Attitudes)

ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง “ กลุ่มกว้าง ๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์ หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคล ” (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 21) หรือหมายถึงหมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอทั้งด้านบวกและด้านลบ หรืออาจหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั้งด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสิ่งของ บุคคล ความคิดหรือผลิตภัณฑ์ทัศนคติและความเชื่อในพลังโดยตรงที่ส่งผลกระทบต่อถึงการรับรู้ของผู้บริโภคและพฤติกรรมในการซื้อ นอกจากนี้ทัศนคดียังสามารถบิดเบือนการรับรู้ข่าวสารและส่งผลกระทบต่อระดับของความทรงจำของบุคคลได้

ทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของเขาจะมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ถ้าจะกล่าวโดยทั่วไปแล้วทัศนคติจะก่อตัวขึ้นมาจากข้อมูลของแต่ละคนที่ได้รับ กล่าวคือ (1) เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิด (2) เกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิงของบุคคล เช่น ครอบครัว กลุ่มสังคมหรือกลุ่มเพื่อนร่วมงาน

นักการตลาดควรจะยอมรับความจริงที่ว่าเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคนั้นทำได้ยาก นักการตลาดมีทางเลือก 2 ทาง คือ (1) สร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ (2) พิจารณาว่า ทัศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไรบ้างแล้วจึงเปลี่ยนสินค้าของธุรกิจให้สอดคล้องกับทัศนคติเหล่านั้นของผู้บริโภค

ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระหว่างปัจจัยพื้นฐาน (Relationship Between Determinants) จากความหมายของปัจจัยต่าง ๆ ของปัจจัยพื้นฐานทั้งหมดที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กันโดยตรงในระหว่างปัจจัยพื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งบางครั้งความสัมพันธ์นั้นใกล้ชิดกันมากจนยากที่จะแยกได้ว่า เมื่อไรที่ปัจจัยตัวหนึ่งสิ้นสุดลง และอีกปัจจัยหนึ่งมีบทบาท ตัวอย่าง เช่น นักวิชาการหลายคนถือว่าความต้องการ (Needs) กับแรงจูงใจ (Motives) เป็นสิ่งเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งข้อเท็จจริงมีอยู่ว่า ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระหว่างปัจจัยพื้นฐานเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกันในตัวผู้บริโภคดังตัวอย่างที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวอย่างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของปัจจัยพื้นฐาน

ปัจจัยพื้นฐาน	ตัวอย่าง
1. ความต้องการ	=อาหาร
2. แรงจูงใจ	=ความหิว
3. บุคลิกภาพ	=ความโน้มเอียงที่มีต่อการกระทำโดยตรง
4. การรู้	=ความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อเนื้อสัตว์ที่เห็นว่าน่าจะมีรสชาติอร่อย
++การตัดสินใจของผู้บริโภค	ซื้อและรับประทานเนื้อสัตว์

บุคคลมีความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับร่างกายคืออาหาร แต่จะเริ่มเต็มใจที่จะกระทำ (คือรับประทาน) ก็ต่อเมื่อได้รับแรงจูงใจที่มากพอจากสภาพร่างกายที่อึดอัดอันเนื่องมาจากความหิว การรู้ (Awariness) เป็นที่ทำให้ผู้บริโภคได้สำนึกถึงการแก้ความหิวด้วยสิ่งที่ผู้บริโภคชอบคือ เนื้อสัตว์ และเนื่องจากบุคลิกภาพของบุคคลจะเป็นตัวชี้ถึงทิศทางของการกระทำ ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อและสนุกกับการรับประทานเนื้อสัตว์นั้น อย่างไรก็ตามต้องไม่ลืมว่าการเรียนรู้ในตัวอย่างทีกล่าวมานั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ปัจจัยกล่าวคือ การที่รู้ว่าเนื้อสัตว์มีรสชาติดีก็เพราะเกิดจากการได้เรียนรู้ หรือที่เรียกว่ามีประสบการณ์ที่เคยรับประทานมาก่อน การรับรู้ก็เข้ามาเกี่ยวข้องในแง่ที่ว่า การนำเอาเนื้อสัตว์ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาในความนึกคิดของผู้บริโภค และตีความหมายไปสู่ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหาร ส่วนทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อประมวลความรู้สึกรู้สึกที่ได้รับจากปัจจัยต่าง ๆ รวมกันแล้วเกิดความโน้มเอียงที่ชอบจะรับประทานเนื้อสัตว์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยเหล่านี้ ทั้งหมดจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกันที่จะมีผลต่อผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนั้นควรตระหนักด้วยว่าไม่มีปัจจัยตัวใดที่มีความสำคัญไปกว่ากัน แต่ปัจจัยแต่ละตัวต่างก็มีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของผู้บริโภค และทั้งหมดก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันที่เป็นเงื่อนไขให้ผู้บริโภคกระทำเฉพาะในแบบใด ๆ

ปัจจัยพื้นฐานกับการตัดสินใจซื้อ (Basic Determinants And The Purchase Decision) ดังที่ทราบแล้วว่าความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการรู้ของบุคคลไม่สามารถควบคุมให้คงเดิมได้ในขณะเวลาใดเวลาหนึ่ง ปัจจัยพื้นฐานจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการความคิดที่มีทั้งไม่รู้สึกรู้สีก้าวและรู้สึกรู้สีก้าวที่จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของความคิดทัศนคติที่มีอยู่ภายในตัวของบุคคล ทัศนคติและอคติที่ได้ก่อตัวขึ้นแล้วในจิตใจ ปัจจัยพื้นฐานของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงเสมอ แต่การ

เปลี่ยนแปลงนั้นยากที่จะเห็นได้ชัด เรามักจะไม่มีการวางแผนที่จะเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอย่างช้า ๆ และค่อย ๆ เป็นค่อย ๆ ไป การที่บุคคลจะเป็นอะไรต้องสามารถบอกให้เห็นถึงความแตกต่างของการที่บุคคลจะทำอะไรได้ด้วยบุคคลไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าจะมีความรู้สึกหรือการรับรู้ได้อย่างไร แต่ตรงกันข้ามบุคคลจะต้องตัดสินใจว่าเขาต้องการจะได้รับความรู้สึกหรือการรับรู้แบบไหนได้โดยการตัดสินใจกระทำในสิ่งที่เขาต้องการจะรู้สึกหรือรับรู้ปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้จะเป็นตัวควบคุมการตัดสินใจของผู้บริโภคในแต่ละครั้งที่เกิดขึ้น แต่ตัวของปัจจัยเองที่บุคคลไม่อาจจะควบคุมได้ในเวลาอันสั้น บุคคลไม่ได้วางแผนที่จะเป็นคนที่เก็บตัวแต่การที่เป็นคนเก็บตัวของบุคคลจะทำให้มีการกระทำที่แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ที่เป็นคนชอบเปิดเผยในท้องตลาด เป็นต้น การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภคที่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น เราจะสามารถมองเห็นความเป็นเหตุเป็นผลของเรื่องนี้ได้ ซึ่งการตัดสินใจซื้อจะอยู่ตรงกลางของวงกลม ก็เพราะว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของบุคคล ตัวอย่างเช่น สมมุติว่าชายคนหนึ่งตัดสินใจว่ารถยนต์เป็นสินค้าที่เขาต้องการจากบรรดาสินค้าทั้งหลายที่เขาอยากได้ และเขาได้เลือกที่จะซื้อโตโยต้า โคอโรล่า แทนที่จะเป็นโตโยต้า โคอโรน่า เนื่องจากโตโยต้า โคอโรล่า มันสอดคล้องกับทัศนคติและการรู้ของเขาที่มีต่อรถยนต์ ดังนั้น กิจกรรมตลาดของ ผู้บริโภคก็คือ การไปยังศูนย์จำหน่ายโตโยต้าเพื่อจะเปรียบเทียบสี ราคา การแลกเปลี่ยนรถเก่าและอุปกรณ์ที่มีให้ของรถยนต์ โดยเขามีเป้าหมายว่าจะต้องได้รถยนต์ที่พอใจในราคาที่ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติต่าง ๆ แล้ว ในการตัดสินใจซื้อนี้ แรงจูงใจของบุคคลจะเป็นส่วนที่มีบทบาทอย่างมากต่อการตัดสินใจ

การเกิดขึ้นร่วมกันของปัจจัยพื้นฐานนี้เป็นเรื่องของกระบวนการที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Process) ของบุคคลซึ่งยังคงเป็นกระบวนการที่ยังไม่อาจสามารถเข้าใจได้ทั้งหมด แต่อย่างไรก็ตามเราก็ได้ทราบว่าปัจจัยภายในทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระหว่างปัจจัยแต่ละตัวได้ว่าเป็นอย่างไร

### **ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค**

#### **ปัจจัยด้านวัฒนธรรม**

1. วัฒนธรรม (Culture) เป็นตัวกำหนดหลักของความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลเด็ก ๆ มีค่านิยม การรับรู้ ความนิยมชมชอบและพฤติกรรมซึ่งเขาได้มาจากครอบครัวของเขาหรือไม่ก็จากสถาบันอื่น

2. วัฒนธรรมย่อย (Subculture) วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วยสัญชาติ ศาสนา กลุ่มสีผิว และเขตทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมย่อยบางทีอาจทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของตลาดและนักการตลาดมักออกแบบสินค้าและโปรแกรมการตลาดพิเศษเฉพาะให้เข้ากับความต้องการของตลาดดังกล่าว

3. การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural Change) มีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา จากแบบแผนเก่า ๆ ไปสู่แบบแผนใหม่ ๆ อยู่เสมอ ผู้บริหารการตลาดจะต้องเป็นผู้เตรียมพร้อม ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์หรือให้นำหน้าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงที่มีผลทางการตลาดที่น่าพิจารณามีดังนี้

1. มนุษย์ในปัจจุบันคำนึงถึงคุณภาพชีวิตมากกว่าคุณภาพของสินค้า
2. การเปลี่ยนแปลงบทบาทของสตรี สตรีทำงานนอกบ้านมากขึ้น
3. มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัยและความเป็นอยู่ในครอบครัว
4. ทักษะคติเกี่ยวกับการทำงานและการพักผ่อนเปลี่ยนแปลงไป
5. มีการซื้อโดยไม่ได้ตั้งใจมากขึ้น
6. ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น

1. ชั้นทางสังคม (Social Class) หมายถึง การจัดลำดับชั้นสมาชิกภายในสังคม ออกเป็นกลุ่มโดยถือเกณฑ์การศึกษา รายได้ ทรัพย์สินหรืออาชีพ แต่ละชั้นทางสังคมจะมีลักษณะ ค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะอย่าง ลักษณะชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ และเป็นกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับดังนี้

#### 1.1 ชั้นสูง (Upper Class) แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม

(1) กลุ่มชั้นสูงส่วนบน (Upper-Upper Class) เป็นกลุ่ม “ผู้ดีเก่า” ชอบซื้อของ และใช้สินค้าที่มีราคาแพง เนื่องจากกลุ่มนี้มีอำนาจซื้อเพียงพอ ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เพชร รถยนต์ และบ้านราคาแพง

(2) กลุ่มชั้นสูงส่วนล่าง (Lower-Upper Class) เป็นกลุ่มที่เรียกว่า “เศรษฐีใหม่” สินค้าที่ใช้จะคล้ายกับกลุ่มที่ (1) แต่แตกต่างกันที่ลักษณะความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคม กลุ่มนี้ จะต้องการการยอมรับ ต้องการการยกย่อง จึงนิยมใช้สินค้าที่บ่งบอกถึงสถานะความร่ำรวย มากกว่ากลุ่มแรก

#### 1.2 กลุ่มชั้นกลาง (Middle Class) แบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มชั้นกลางส่วนบน (Upper-Middle Class) เป็นกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ กลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมคล้ายกับกลุ่มชั้นสูงส่วนล่าง ลักษณะการซื้อสินค้าที่ แสดงออกซึ่งสถานะ และความสำเร็จของเขามากกว่าพวกกลุ่มชั้นสูงที่กล่าวมา สื่อที่สามารถเข้าถึง กลุ่มนี้คือ โทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งนิตยสาร หนังสือพิมพ์



(2) กลุ่มชั้นกลางส่วนล่าง (Lower-Middle Class) เป็นกลุ่มที่แสวงหาให้ได้มาซึ่งการยอมรับนับถือสินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้เป็นสินค้าที่มีราคาปานกลาง พฤติกรรมการซื้อจึงคำนึงถึงราคาที่เหมาะสม และความคงทน การโฆษณาจึงต้องเน้นความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาและการจูงใจด้านเหตุผล การจัดกิจกรรม ลดแลก ชิงโชค แกรม ใช้ได้ผลกับกลุ่มนี้

### 1.3 กลุ่มชั้นต่ำ (Lower Class) แยกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มชั้นต่ำส่วนบน (Upper-Lower Class) เป็นพวกที่แสวงหาความมั่นคงในงานที่ทำ สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ ได้แก่ สินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพและราคาประหยัด การซื้อสินค้าจึงต้องคำนึงถึงความจำเป็นและการประหยัด

(2) กลุ่มชั้นต่ำส่วนล่าง (Lower-Lower Class) ได้แก่ กรรมกรใช้แรงงานที่มีรายได้ต่ำ ต้องให้รัฐช่วยเหลือ มีการศึกษาน้อย สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้จะมีลักษณะคล้ายกับกลุ่มที่ (1)

### ปัจจัยด้านสังคม

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม ของบุคคล มีประเภทของกลุ่มอ้างอิง 4 กลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มสมาชิก หมายถึงกลุ่มอ้างอิงที่บุคคลสมัครเป็นสมาชิกของกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทางวิชาชีพต่าง ๆ เช่น สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย

1.2 กลุ่มที่ใฝ่ฝัน หมายถึง กลุ่มอ้างอิงที่บุคคลปรารถนาจะได้เป็นสมาชิก แยกเป็น 2 แบบคือ (1) กลุ่มใฝ่ฝันที่คาดไว้ล่วงหน้า (2) กลุ่มใฝ่ฝันที่เป็นสัญลักษณ์ในการเลียนแบบ

1.3 กลุ่มที่ไม่พึงประสงค์ หมายถึง กลุ่มอ้างอิงที่บุคคลไม่ต้องการจะเกี่ยวข้องกับลักษณะนั้นนักการตลาดต้องระมัดระวังที่จะไม่ให้สินค้าของเขาไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มที่ไม่พึงประสงค์ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของเขา

1.4 กลุ่มปฐมภูมิ หมายถึง กลุ่มอ้างอิงที่มีขนาดเล็กที่สมาชิกแต่ละคนมีความเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกันมาก เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อนร่วมงาน

2. ครอบครัว (Family) หมายถึง กลุ่มของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะถูกสร้างขึ้นโดยครอบครัว ครอบครัวเป็นปัจจัยภายนอกส่วนที่เล็กที่สุดแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมากที่สุด

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว ควรจะต้องคำนึงถึงบทบาทของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัวซึ่งบทบาทของบุคคลในการตัดสินใจมีดังนี้ (1) เป็นผู้ริเริ่ม (2) เป็นผู้ที่มีอิทธิพล (3) เป็นผู้ตัดสินใจในชื่อ (4) เป็นผู้ซื้อ (5) เป็นผู้ใช้

## ปัจจัยส่วนบุคคล

การตัดสินใจของผู้ซื้อ มักจะได้รับอิทธิพลมาจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุของผู้ซื้อ ขั้นตอนวงจรชีวิต อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ แบบของการใช้ชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง

### 1. บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีฟรอยด์ (Freud Theory)

บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะด้านจิตวิทยาที่เด่นชัด ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของบุคคลต่อสภาพแวดล้อมในลักษณะที่เหมือนเดิมและสอดคล้องกัน ส่วนทฤษฎีการงูใจของฟรอยด์ มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยาสามารถกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ แรงจูงใจ (Motive) และบุคลิกภาพ (Personality) ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์อันประกอบด้วย อิด อีโก้ ซุปเปอร์อีโก้ ทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย ฟรอยด์พบว่าบุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์จะถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐาน 3 ระดับ คือ

1.1 อิด (Id) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์หรือ ความต้องการที่แท้จริง โดยมีได้ขัดเกลากิจกรรมที่เกิดจากอิดอาจจะดีหรือไม่ดีก็ได้

1.2 อีโก้ (Ego) เป็นความต้องการด้านการยกย่อง ความภูมิใจ ความเคารพ และสถานะของบุคคลอีโก้เป็นศูนย์กลางควบคุมด้วยเหตุผลของจิตใจมนุษย์ ดังนั้น อีโก้จึงส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาให้เหมาะสมกับกาลเทศะเหตุผลหรือเหตุการณ์ที่เป็นจริงในสังคม

1.3 ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามค่านิยมของสังคมและมาตรฐานด้านศีลธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับ บทบาทที่สำคัญของซุปเปอร์อีโก้คือ ทำหน้าที่ยับยั้งการกระทำการแสวงหาความพอใจของบุคคลให้ปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับทางสังคม

คุณลักษณะท่าทางของบุคลิกภาพ ลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลสามารถกำหนดได้หลายอย่างเช่น ลักษณะเป็นคนชอบอิสระ ลักษณะเป็นคนกันเอง ลักษณะเป็นคนใจสูงสาร ลักษณะเป็นคนชอบแข่งขัน เป็นต้น

การจำแนกประเภทของบุคลิกภาพ มีวิธีการจำแนกได้หลายรูปแบบ เช่น วิธีหนึ่งได้แบ่งบุคลิกภาพของคนออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) คนชอบตามอย่างคนอื่น (2) คนก้าวร้าว (3) คนที่ชอบสันโดษ ซึ่งวิธีจำแนกประเภทบุคลิกภาพแบบนี้เป็นที่ยอมรับอย่างมากในการวิจัยทางการตลาด การจำแนกอีกวิธีหนึ่งจะจำแนกออกเป็น (1) คนหัวเก่าหรือคนหัวโบราณ (2) คนที่มีลักษณะเป็นของตัวเอง (3) คนที่มีลักษณะคล้ายตามผู้อื่น ซึ่งการจำแนกแบบนี้ถูกนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและโฆษณาในปัจจุบัน

2. แนวคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนเองอย่างไร แนวคิดของตนเองของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากสัญชาตญาณและการเรียนรู้ที่เกิดจากความต้องการทางจิตวิทยาและความต้องการทางร่างกาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประชากรศาสตร์ และอิทธิพลของกลุ่มสังคม และจากการศึกษายังพบว่า บุคคลมักจะชอบซื้อสินค้าหรือตราหือที่ตรงกับความเข้าใจของตนเองของเขา

3. อายุและขั้นตอนของวงจรชีวิต คนซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันไปตามอายุของตนตลอดชีวิต คนจะกินอาหารสำหรับเด็กตอนแรกเกิด และจะเปลี่ยนอาหารเมื่อโตขึ้น รสนิยมในเรื่องเสื้อผ้า เพอร์เนเจอร์ และการพักผ่อนเกี่ยวข้องกับอายุด้วยเช่นเดียวกัน

### ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่ และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวางรูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่ “สะกดตา” อาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณาประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินเพื่อซื้อสินค้าเช่นกัน

2. ราคา (Price) กลยุทธ์ทางด้านราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อ หรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่นๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-Channel Of Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการ “พบ” ผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อก็จะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมิน ประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดี ในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้านั้นมีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บน “ชั้นวางของ” ในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจ “เตือนใจ” ให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ และมันสามารถส่งมอบคุณค่าให้ได้มากกว่าสินค้าของกลุ่มคู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลังการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

## กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการ เช่น ความหิว หรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น ได้เห็นโฆษณา แล้วเกิดความต้องการขึ้น
2. การค้นหาข้อมูล การค้นหาข้อมูลมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการคือ (1) จำนวนของข้อมูลที่จะหาได้ (2) ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล (3) ผลที่เกิดขึ้นในภายหลัง หากไม่ได้มีการค้นหาข้อมูล
3. การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า
4. การซื้อ จะต้องพิจารณาต่อไปถึงเรื่องตรายี่ห้อ ร้านที่จะซื้อ ราคา สี สัน
5. การประเมินผลหลังการซื้อ เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้วการประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้น เพราะว่ามีผลต่อการซื้อครั้งต่อไป และมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย ดังนั้น นักการตลาดจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปโดยให้ข้อมูลที่เน้นจุดเด่นของสินค้า หรือการติดตามให้บริการหลังการซื้อ

## ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow)

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ที่กล่าวว่า ความต้องการนั้นจะเป็นสิ่งผลักดันให้เราต้องดิ้นรนเพื่อหาทางตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยได้ตั้งสมมติฐานในส่วนที่เกี่ยวกับแรงจูงใจได้แยกแยะความต้องการของมนุษย์ออกเป็นลำดับ โดยตั้งสมมติฐานความต้องการไว้ 3 ประการ ซึ่งเรียกว่าลำดับความต้องการของมนุษย์ (A Hierarchy Of Needs) คือ

1. มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ ความต้องการจะมีอยู่ตลอดเวลาและจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยไม่มีที่สิ้นสุด

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่แรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมของบุคคลอีกต่อไป ความต้องการที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมต้องเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

3. ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง ในขณะที่ความต้องการลำดับขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการลำดับขั้นที่สูงขึ้นขั้นต่อไปก็จะตามมาแต่หากบุคคลรู้สึกว่าความต้องการในลำดับขั้นต่ำที่ได้รับการตอบสนองไปแล้วนั้นถูกกระทบกระเทือนก็จะหันกลับมาคิดถึงความต้องการในลำดับขั้นอีก Maslow ได้จัดลำดับความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ประการ (ศุภร เสรีรัตน์, 2543, หน้า 101) คือ

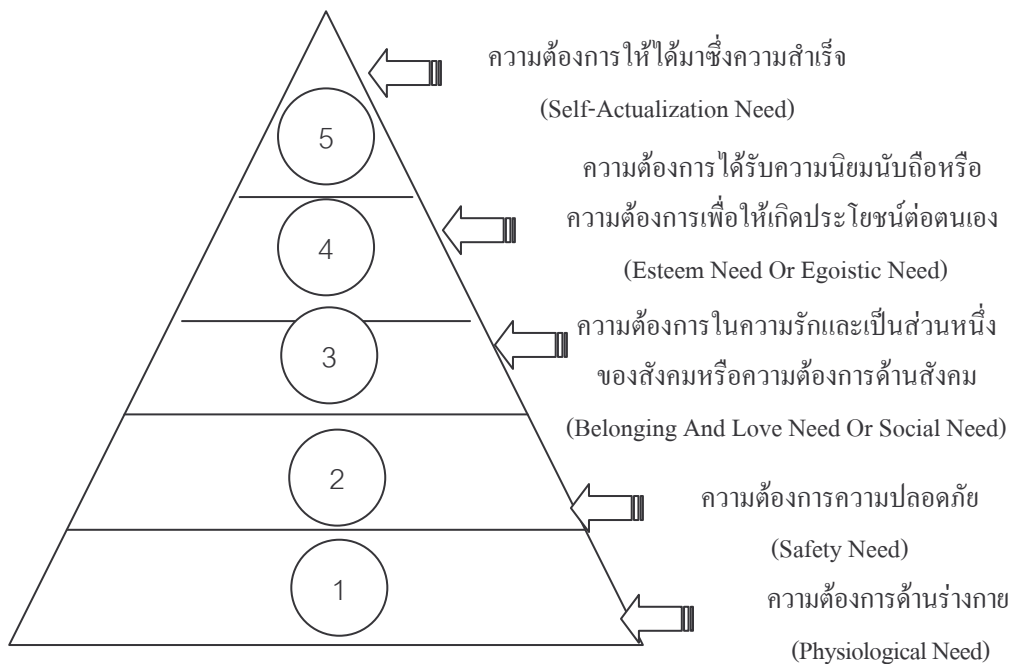
1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Need) ได้แก่ ความต้องการทั้งหลายที่จำเป็นต่อการทำหน้าที่ทางชีวภาพของร่างกาย เช่น ความต้องการในการกินอาหารและน้ำ ความต้องการอากาศในการหายใจ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Need) ได้แก่ ความเป็นอิสระทางจิตวิทยาจากความกลัว ความเจ็บปวด และความไม่สบาย เป็นต้น ซึ่งเป็นความต้องการให้ร่างกาย และจิตใจมีความปลอดภัย

3. ความต้องการในความรักและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือความต้องการด้านสังคม (Belonging And Love Need Or Social Need) เกี่ยวข้องกับการมีชื่อเสียง เกียรติยศ และการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นต้น

4. ความต้องการได้รับความนิยมนับถือหรือความต้องการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง (Esteem Need Of Egoistic Need) เกี่ยวข้องกับการมีชื่อเสียง เกียรติยศ และการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นต้น

5. ความต้องการให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ (Self-Actualization Need) ได้แก่ ความต้องการทั้งหลายที่เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนของบุคคล กำลังความสามารถในการกระทำ และบรรลุถึงความสมปรารถนาส่วนตัวของบุคคลความต้องการทั้ง 5 ประการที่ Maslow กล่าวนั้นสามารถเขียนเป็นแผนภูมิลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1



ภาพที่ 3 แสดงความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow)

ฉะนั้น ความต้องการในการพักอาศัยของนักเรียน นักศึกษาที่ต้องจากภูมิลำเนา และบิดามารดาของตนเอง จึงต้องการที่จะได้รับการตอบสนองในเรื่องที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้คงอยู่รอด เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์นั่นเอง แต่ความต้องการของนักเรียนในเรื่องที่พักอาศัย โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาที่เช่าหอพักนั้น เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข จำเป็นต้องอยู่ในกฎ ระเบียบ วินัยที่เกี่ยวข้อง นั่นคือ พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 ซึ่งเป็นกฎหมายที่ใช้บังคับเกี่ยวกับการจัดระเบียบประจำหอพัก โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาที่เป็นเยาวชนของชาติที่กำลังศึกษาเล่าเรียน หอพักจึงเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของเยาวชน ซึ่งพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 เป็นกฎหมายที่ควบคุมสถานบริการที่พักแรม ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับผู้พักอาศัยที่อยู่ระหว่างศึกษาเล่าเรียน

รัฐบาลได้มีแนวคิดว่า “การก่อสร้างหอพักเป็นภาระต่อรัฐบาลในการลงทุนที่ไม่ใช่ด้านการศึกษาโดยตรง” และมีความเห็นว่า “ควรที่จะได้มีการทบทวนอัตราการจัดเก็บค่าหอพักทุก ๆ แห่งในอัตราที่เหมาะสม เพราะอัตราที่จัดเก็บอยู่ในปัจจุบันต่ำกว่าความเป็นจริง และไม่ส่งเสริมให้เอกชนสนใจที่จะเข้ามาลงทุน นอกจากนี้ รัฐบาลได้มองเห็นปัญหาของนิสิต นักศึกษาที่พักอาศัยในหอพักเอกชนนอกสถาบันการศึกษา มีความประพฤติที่ไม่เหมาะสม จึงได้ตราพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 และต่อมาได้มีการขยายการบังคับใช้ออกไปยังส่วนภูมิภาคต่าง ๆ (สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2544, หน้า 2)

## ความรู้เกี่ยวกับหอพัก

### ประวัติการจัดหอพักนักเรียน นักศึกษา ในประเทศไทย

กิจการหอพักได้เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการจัดการศึกษาของไทยในสมัยรัชกาลที่ 5 ดังพบได้จากหลักฐานว่า กรมพระภาณุพันธุวงศ์วรเดช มีจดหมายลงวันที่ 3 มีนาคม ร.ศ. 114 ถึงพระองค์เจ้ากิติยากรวรลักษณ์ (อธิบดีกรมศึกษาธิการ) ให้คำแนะนำเรื่องการจัดตั้งกรมการดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนประจำตามคำแนะนำของมาสเตอร์คาเตอร์ นอกจากนี้รายงานความเห็นที่มีอิทธิพลต่อการจัดการศึกษาไทยมากที่สุดในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้แก่ รายงานของพระยาวิสุทธีสุริยศักดิ์ที่ได้ทำการศึกษาระบบการศึกษาของอังกฤษมาอย่างละเอียดส่งมาทูลเกล้าฯ ถวาย เมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2441 โดยมีกรกล่าวถึงการจัดโรงเรียนแบบพับบลิคสกูล (Public School) แบบอังกฤษด้วย สำหรับโรงเรียนแบบพับบลิคสกูลได้มีการจัดตั้งครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2439 คือ โรงเรียนฝึกหัดครูฝั่งตะวันตก ต่อมาเปลี่ยนเป็น โรงเรียนฝึกหัดอาจารย์ และภายหลังใช้ชื่อว่า โรงเรียนราชวิทยาลัย เด็กของพระอรรคชายาเธอพระองค์เจ้าชายสวัสดิภิมย์ โดย มีการเปิดสอนและมีหอพัก เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม ร.ศ. 123 “มีห้องเรียน ห้องอ่านหนังสือ ห้องนอน (ซึ่งแบ่งเป็นห้องเล็ก ๆ อีกที ห้องนี้สำหรับนักเรียนนอนห้องละ 8 คน) โรงฝึกหัดกายภาพ โรงครัว โรงรับประทานอาหาร ห้องซักเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ และมีสนามสำหรับนักเรียนเล่นต่าง ๆ มีตึกหลังหนึ่งต่างหากเป็น โรงพยาบาลนักเรียนป่วย อาจารย์รองกับแม่เรือนมีที่อาศัยในบริเวณโรงเรียนในห้องนอนของนักเรียน มีอาจารย์รองนอนประจำอยู่เสมอ” (สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2544, หน้า 2)

หอพักสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษา มีการริเริ่มจัดหอพักนักเรียนพยาบาล ศิริราช ในปี พ.ศ. 2451 ซึ่งปัจจุบันคือคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และในปี พ.ศ. 2465 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้จัดตั้งหอพักเพื่อใช้เป็นที่พักอาศัยของนิสิตนักศึกษาชาย เรียกว่า ไอ่วังฯ พลเอกมังกรพรหมโยธี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้ก่อตั้งวิทยาลัยวิชาการศึกษา บางแสน ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ตั้งนอกกรุงเทพมหานครแห่งแรกของประเทศไทย (ปัจจุบันคือมหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี) ผู้ที่มาเรียนมักจะมาจากจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทางวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน จึงจัดให้มีหอพักนิสิต มีอาจารย์ปกครองดูแลแยกระหว่างหอพักนิสิตชาย และหอพักนิสิตหญิง มีการจัดบริการอาหารในวิทยาลัยครบทั้งสามมื้อ มีกิจกรรมภายในหอพัก เน้นการฝึกระเบียบวินัย การพัฒนาบุคลิกภาพของนิสิต จนกระทั่งปัจจุบันหอพักนิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพาก็ยังคงจัดบริการนิสิตอย่างต่อเนื่อง แต่มีข้อจำกัดที่ว่าจำนวนนิสิตปัจจุบันมีมากกว่าความจุของหอพักที่มีอยู่ จึงกำหนดให้นิสิตชั้นปีที่ 1 ได้สิทธิ์อยู่อาศัยในหอพักมหาวิทยาลัยก่อน (สำเนา ขจรศิลป์, 2545, หน้า 89)

การจัดหอพักนักเรียน นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษามีหลายแนวคิด แต่แนวคิดที่หลายสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีความเชื่อว่าเป็นแนวทางที่เหมาะสม คือ การจัดหอพักให้เป็น “ศูนย์ศึกษา-อาศัยและเอื้ออาทร” (Living, Learning And Caring Center) ลักษณะการจัดหอพักตามแนวคิดนี้ มีความมุ่งหมายจัดหอพักเพื่อให้โอกาสนักเรียน นักศึกษาได้ใช้ความพยายามศึกษาเล่าเรียนได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ โดยจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งแวดล้อมด้านที่พักให้เป็นที่พักอาศัยได้อย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีบรรยากาศ และมีสิ่งสนับสนุนการศึกษาเล่าเรียนเอื้อต่อการเรียนรู้ โดยส่วนประกอบสำคัญของการจัดหอพักแบบนี้ คือ มีโปรแกรมเพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ทำหน้าที่บริหารจัดการ โปรแกรมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถูกออกแบบมาเพื่อสนองตอบกลุ่มผู้พักอาศัยเป็นสำคัญ ทั้งนี้สถาบันต่าง ๆ ได้มีวิสัยทัศน์ คือ

1. หอพักนิสิต นักศึกษา เป็นแหล่งพักอาศัยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามความจำเป็น มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการศึกษาและการเรียนรู้ร่วมกันของนิสิตนักศึกษา
2. หอพักนิสิตนักศึกษา เป็นเครื่องมืออันสำคัญทางการศึกษาที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาบุคลิกภาพและจริยธรรมของนิสิตนักศึกษา
3. หอพักนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาจะต้องเป็นหอพักที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

### วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งหอพัก

งานหอพักนักเรียน นักศึกษาเป็นการบริการอย่างหนึ่งของสถาบันอุดมศึกษาที่จัดให้กับนิสิตนักศึกษา และเป็นโอกาสที่ดียิ่งต่อสถาบันนั้น ๆ ที่จะใช้หอพักเป็นสถานที่ที่จะทำให้อุปนิสัยหรือความมุ่งหวังของการผลิตบัณฑิตบรรลุวัตถุประสงค์ ในการที่จะสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการ และสร้างเสริมบัณฑิตที่มีความเพียบพร้อมไปด้วยลักษณะที่พึงปรารถนา มีคุณธรรม จริยธรรม และมุ่งมั่นที่จะใช้วิชาการให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมในอนาคต ดังนั้นหอพักจึงเป็นแหล่งที่มหาวิทยาลัยจะให้ทั้งทางด้านความรู้ การปรับปรุงบุคลิกภาพ ความมีระเบียบวินัย และการแสดงออกทั้งทางกาย วาจาใจ ได้อย่างดี นอกจากนี้สถาบันอุดมศึกษาที่จัดหอพักให้นิสิต นักศึกษาเข้าพักอาศัย จึงให้ความอบอุ่นและดูแลนิสิตนักศึกษา เช่นเดียวกับผู้ปกครองที่ดูแลบุตรหลาน เนื่องจากนิสิตนักศึกษาเหล่านี้ได้พ้นจากอ้อมอกของผู้ปกครองมา ทางสถาบันจึงจำเป็นต้องจัดผู้ที่มีความรับผิดชอบในการเอาใจใส่เพื่อดูแลนิสิตนักศึกษาเหล่านั้น สืบทอดจากผู้ปกครอง และสืบทอด



เจตนารมณ์ปณิธานของสถาบันด้วย ดังนั้น การจัดตั้งหอพัก จึงมีนักวิชาการ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งหอพัก ดังนี้

สมหญิง สารโกศล ได้วิจัยหอพักต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกาว่าพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นที่พักอาศัย เพื่อส่งเสริมการศึกษาทางวิชาการเพื่อพัฒนาบุคคลประชาสัมพันธ์และเพื่อปกครองดูแลวินัยนิสิต นักศึกษา (สมหญิง สารโกศล, 2538, หน้า 15)

สมหญิง สารโกศล กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการจัดหอพักว่า โดยพื้นฐานก็เพื่อจัดหาเครื่องอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เป็นสถานที่ที่น่าอยู่ และมีส่วนช่วยสนับสนุนในการศึกษา โดยแบ่งเป็น 4 ประการ คือ (สมหญิง สารโกศล, 2538, หน้า 15)

1. สร้างชุมชนที่มีความเป็นที่น่าสนใจและเป็นระเบียบ ชุมชนเช่นนี้จะมีส่วนทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างนิสิตนักศึกษาในหอพักดีขึ้น ส่งเสริมบรรยากาศที่เอื้อต่อการศึกษาและความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย
2. เพื่อให้ให้นักศึกษาได้พัฒนาการที่เหมาะสมกับความเป็นนักศึกษา และเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์
3. เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของศูนย์ศึกษา และอาศัยให้เป็นไปตามธรรมชาติ มีความสัมพันธ์ และสนุกสนานกิจกรรมในหอพักได้ตลอดเวลา
4. เพื่อจัดประสบการณ์ให้นักศึกษามีความเป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์ และปรับปรุงการเรียนให้ประสบความสำเร็จ ฝึกให้มีมนุษยสัมพันธ์ โดยมีการจัดให้เป็นกระบวนการที่มีผลต่อการปฏิบัติจริง

ทองเรียน อมรัชกุล ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการบริการอาหาร และหอนอน (Food And Housing Service) ว่ามีวัตถุประสงค์ในการจัดการบริการอาหารและหอนอน ดังนี้ (ทองเรียน อมรัชกุล, 2525, หน้า 12)

1. เพื่อจัดให้นิสิตนักศึกษาได้มีสถานที่สำหรับรับประทานอาหารและใช้เป็นที่พักอาศัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย โดยเสียค่าใช้จ่ายราคาถูกลงตามควรแก่ อดภาพ
2. เพื่อจัดให้สถานที่กินอยู่หลับนอนของนิสิต เป็นห้องทดลองสำหรับการเรียนรู้อย่างแท้จริง
3. เพื่อจัดให้บริการอาหารและหอนอน เป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดความเจริญอกงามและพัฒนาการของนิสิตในด้านสติปัญญา สังคม อารมณ์ ร่างกายและจิตใจ
4. เพื่อสร้างนิสัยในการรู้จักกินรู้จักอยู่ ให้กับนิสิต ซึ่งเป็นคุณลักษณะประจำตัวตลอดไป
5. เพื่อช่วยให้หลักสูตรของมหาวิทยาลัยได้เกิดมีบูรณาการ ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ อันจะเป็นประโยชน์โดยตรงแก่นิสิตนักศึกษา

6. เพื่อเป็นศูนย์กลางที่จะให้นิสิตและอาจารย์ตลอดจนผู้บริหารของมหาวิทยาลัยได้พบปะแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งหอพัก ดังนี้ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530, หน้า 32)

1. เพื่อช่วยเหลือนิสิตชั้นปริญญาตรีที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดและไม่มีที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อช่วยเหลือนิสิตที่มีที่พักไม่สะดวกต่อการศึกษา

3. เพื่อฝึกให้นิสิตรู้จักการอยู่ร่วมกัน เคารพในสิทธิซึ่งกันและกัน มีน้ำใจมีความสามัคคี มีความรับผิดชอบต่อตนเอง และต่อส่วนรวม และสามารถดำเนินชีวิตในมหาวิทยาลัยได้อย่างถูกต้อง

4. เพื่อเปิดโอกาสให้นิสิตต่างคณะ ซึ่งมีพื้นฐานความรู้และความสนใจแตกต่างกันได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

การจัดหอพักนักศึกษาของสถาบันราชภัฏ (สมหญิง สารโกศล, 2538, หน้า 17) มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านที่พักอาศัยแก่นักศึกษา ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด และผู้ที่ไม่ใช่ที่พักอาศัยอยู่ใกล้บริเวณสถานศึกษา

2. เพื่อฝึกอบรมนักศึกษาให้รู้จักการใช้ชีวิตร่วมกันในด้านการทำางานอย่างมีระเบียบ ความสามัคคี ความรับผิดชอบต่อตนเอง และส่วนรวม และความมีวินัยในตนเอง

3. เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพครู และวิชาชีพอื่น ๆ รวมถึงการพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมออกไปประกอบอาชีพดังกล่าว

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่จัดหอพักนิสิตนักศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ

1. เพื่อเป็นแหล่งพักอาศัยที่มีคุณภาพ มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ที่เอื้อต่อการศึกษาเล่าเรียนอย่างมีความสุข

2. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลิกภาพและจริยธรรมของนิสิตนักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่สมบูรณ์ ประกอบด้วย “ความรู้คู่คุณธรรม” ตลอดจนมีคุณลักษณะของบัณฑิตตามปณิธานของสถาบันและตามสาขาวิชาชีพ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาหอพักให้เป็นหอพักที่พึงประสงค์สำหรับนักเรียนนักศึกษาในอนาคต

จากการศึกษาวัตถุประสงค์และแนวคิดในการจัดหอพักสำหรับนักเรียน นักศึกษาในแต่ละสถาบัน ล้วนแล้วแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักเรียน นักศึกษาได้มีที่พักอาศัย เพื่อศึกษาเล่าเรียนให้สำเร็จการศึกษา และสิ่งที่สำคัญคือ การพักอยู่ในหอพักสถาบันต่าง ๆ หรือของเอกชน ที่จัดขึ้น

รองรับความต้องการของนักเรียน นักศึกษา วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งหอพักแล้วแต่ต้องการให้นักเรียน นักศึกษาได้รับความสะดวกสบายในการพักหลังจากเลิกเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน จึงเป็นสิ่งจำเป็นและความต้องการของนักเรียน นักศึกษาในการศึกษาเล่าเรียน จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาทฤษฎีประกอบ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### ความต้องการเช่าหอพักของนักเรียน นักศึกษา

นักศึกษาที่ต้องจากภูมิลำเนา และบิดา มารดาของตนเอง ต้องการที่จะได้รับการตอบสนองในเรื่องที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้คงอยู่รอด เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์นั่นเอง แต่ความต้องการของนักเรียนในเรื่องที่พักอาศัย โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาที่เช่าหอพักนั้น เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข จำเป็นต้องอยู่ในกฎ ระเบียบ วินัยที่เกี่ยวข้อง นั่นคือ พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ซึ่งเป็นกฎหมายที่ใช้บังคับเกี่ยวกับการจัดระเบียบประจำหอพัก โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาที่เป็นเยาวชนของชาติที่กำลังศึกษาเล่าเรียน หอพักจึงเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของเยาวชน ซึ่งพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 เป็นกฎหมายที่ควบคุมสถานบริการที่พักแรม ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับผู้พักอาศัยที่อยู่ระหว่างศึกษาเล่าเรียน (สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, ออนไลน์, 2549) รัฐบาลได้มีแนวคิดว่า “การก่อสร้างหอพักเป็นภาระต่อรัฐบาลในการลงทุนที่ไม่ใช่ด้านการศึกษาโดยตรง” และมีความเห็นว่า “ควรที่จะได้มีการทบทวนอัตราการจัดเก็บค่าหอพักทุก ๆ แห่งในอัตราที่เหมาะสม เพราะอัตราที่จัดเก็บอยู่ในปัจจุบันต่ำกว่าความเป็นจริง และไม่ส่งเสริมให้เอกชนสนใจที่จะเข้ามาลงทุน นอกจากนั้น รัฐบาลได้มองเห็นปัญหาของนิสิต นักศึกษาที่พักอาศัยในหอพักเอกชนนอกสถาบันการศึกษา มีความประพฤติที่ไม่เหมาะสม จึงได้ตราพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 และต่อมาได้มีการขยายการบังคับใช้ออกไปยังส่วนภูมิภาคต่าง ๆ (สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2544, หน้า 2)

## พระราชบัญญัติหอพัก

สืบเนื่องจากหอพักที่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ จัดไว้สำหรับนักเรียน นักศึกษามีจำนวนจำกัดไม่สามารถบริการนักเรียน นักศึกษาได้อย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดธุรกิจบริการประเภท หอพักขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองหลวง หรือภายในเขตเทศบาลนครที่มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อเป็นการจัดระเบียบหอพักที่อยู่อาศัยให้อยู่ในศีลธรรม อันดีงามและสนับสนุนให้นักเรียน นักศึกษาที่อยู่ต่างอำเภอ ต่างจังหวัดได้เข้ามาศึกษา จึงได้ตราพระราชบัญญัติหอพัก ซึ่งปัจจุบันกฎหมายที่บังคับใช้คือ พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 โดยสรุปสาระส่วนที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารุ่นนี้ ดังนี้

1. หอพัก อย่างน้อยต้องมีห้องนอน ต้องต้อนรับผู้เยี่ยมชม ห้องอาหาร ห้องน้ำ และห้องส้วม ซึ่งมีสภาพถูกสุขลักษณะตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

2. เจ้าของหอพักต้องจัดให้มีป้ายคำว่าหอพัก ชื่อของหอพัก และประเภทหอพักชาย หรือหอพักหญิง เป็นภาษาไทยขนาดใหญ่ พอเห็นได้ในระยะอันสมควรติดไว้ ณ หอพักในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายจากภายนอกอาคาร

3. หอพักจะดำเนินกิจการได้ ต้องมีผู้จัดการหอพัก ห้ามมิให้ผู้ใดจัดการหอพัก เว้นแต่จะได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าของหอพัก และได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน เจ้าของหอพักซึ่งเป็นคนคลุณธรรมดาจะเป็นผู้จัดการหอพักเองก็ได้ แต่ต้องได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการหอพักด้วย

4. ผู้จัดการหอพักต้องแสดงใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการหอพักไว้ ณ ที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายในหอพัก ทั้งต้องดูแลให้มีการปฏิบัติตามมาตรา 15 และมาตรา 16 ด้วย

5. เจ้าของหอพักต้องจัดระเบียบประจำหอพักเพื่อเป็นข้อปฏิบัติของนักเรียน นักศึกษาดังนี้

5.1 หลักเกณฑ์การรับผู้พัก

5.2 อัตราค่าเช่าหอพัก ค่าอาหารและค่าบริการอื่น ๆ

5.3 เวลาเข้าออกหอพัก

5.4 การเยี่ยมผู้พัก

5.5 การรักษาพยาบาล

5.6 การค้างแรมที่อื่น

5.7 การห้ามผู้พักก่อความรำคาญผู้ที่อยู่ใกล้เคียง

6. ผู้จัดการหอพัก ต้องให้ความร่วมมือแก่สถานศึกษาของผู้พักในเรื่องเกี่ยวกับการศึกษา และความประพฤติของผู้พัก

7. ผู้จัดการหอพัก ต้องไม่รับหรือยอมให้บุคคลซึ่งขาดคุณสมบัติตามมาตรา 8 (2) (3) (4) หรือ (5) ทำงานในหอพัก และเฉพาะหอพักหญิง ต้องใช้หญิงเท่านั้นเป็นผู้ทำงานในหอพัก

8. เมื่อปรากฏหรือมีเหตุอันสงสัยว่า ผู้พักตกอยู่หรือจะตกอยู่ในอันตรายเพราะเหตุเจ็บป่วยหรือเหตุอื่นใดก็ตาม ให้ผู้จัดการหอพักแจ้งให้บิดา มารดา หรือผู้ปกครองของผู้พักทราบโดยด่วน

9. ผู้จัดการหอพักต้องควบคุมดูแลมิให้หญิงเข้าอยู่ในหอพักชาย และมีให้ชายเข้าอยู่ในหอพักหญิง

จากมาตรา 10 แห่งพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 ที่กำหนดกำหนดให้หอพักต้องจัดระเบียบหอพักนั้น ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1. หลักเกณฑ์การรับผู้พัก ซึ่งได้แก่ การกำหนดรับเฉพาะเพศชาย หรือหญิง หรือหอพักรวม เป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ หรือผู้ทำงานเป็นหลักฐานเท่านั้น และไม่เป็นโรคภัยไข้เจ็บที่สังคมรังเกียจ เมื่อสมัครเข้าพักแล้วจะต้องมีหลักฐานบัตรประจำตัวและต้องลงชื่อในสมุดทะเบียนผู้พักก่อนเข้าพักในหอพัก

2. อัตราค่าเช่าหอพัก ซึ่งจำแนกเป็นห้องพักเดี่ยว ห้องคู่ หรือห้องรวม เป็นการรวมทั้งค่าน้ำประปา ไฟฟ้า หรือค่าบริการอื่น ๆ รวมด้วยหรือไม่

3. เวลาเข้า – ออกหอพัก เป็นการกำหนดเวลาปิด เปิดหอพัก หากออกนอกเวลาที่กำหนดจะต้องแจ้งเจ้าของหอพักทราบ

4. การเยี่ยมผู้พัก โดยกำหนดหลักเกณฑ์กว้าง ๆ คือ การอนุญาตให้บุคคลภายนอกที่ไม่ได้เช่าพักอาศัย เข้ามาเยี่ยม เช่น บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง

5. การรักษาพยาบาล หอพักได้จัดเตรียมยาสามัญประจำบ้านไว้บริการผู้พักเมื่อยามเจ็บไข้เล็กน้อยและปฐมพยาบาลเบื้องต้น ก่อนที่จะนำส่งโรงพยาบาล

6. การค้างแรมที่อื่น ผู้เช่าหอพักซึ่งบางครั้งมีกิจกรรมนอกสถานที่และมีความจำเป็นที่จะต้องค้างแรมนอกหอพัก จะต้องแจ้งให้เจ้าของหอพักทราบ ทั้งนี้เพื่อสะดวกสำหรับญาติที่จะมาติดต่อและเยี่ยมเยียน

7. การห้ามผู้พักก่อความรำคาญผู้อยู่ใกล้เคียงอันจะเป็นการก่อความรำคาญให้ผู้อื่น เช่น การเล่นการพนัน เสพสุรา ส่งเสียงดัง และการนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาในหอพัก เป็นต้น

จากพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ที่บังคับใช้ในปัจจุบันการจัดระเบียบหอพักสำหรับนักเรียน นักศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งใจให้นักเรียน นักศึกษา ที่จากภูมิลำเนาเดิม หรือต่างจังหวัด ได้พักอาศัยศึกษาเล่าเรียน ฉะนั้น หอพักจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้มาตรฐานและสร้าง

ความพึงพอใจของผู้พักและให้ความสบายใจแก่ผู้ปกครองด้วย หอพักที่ดีและพึงประสงค์ของนักเรียน นักศึกษา จึงเป็นการส่งเสริมการจัดการศึกษาของเยาวชนอีกทางหนึ่งด้วย

## รูปแบบหอพักนิสิตนักศึกษาที่พึงประสงค์

แนวทางการบริหารจัดการหอพักนิสิตนักศึกษา เพื่อให้เป็นไปตามแนวคิด “ศูนย์ศึกษาอาศัยและเอื้ออาทร” มีรูปแบบหอพักที่นิสิตนักศึกษาพึงประสงค์ (สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2544, หน้า 10) ดังนี้

### 1. การจัดหอพักเพื่อให้มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการศึกษาล่าเรียน

1.1 หอพักต้องมีห้องที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะเพื่อสนับสนุนการศึกษา เช่น ห้องอ่านหนังสือ ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

1.2 หอพักต้องจัดขนาดห้องต่าง ๆ ที่สนับสนุนการศึกษาให้เพียงพอบริการแก่นิสิตนักศึกษอย่างทั่วถึง เช่น มุมคั่นคว้านในแต่ละหอพัก

1.3 หอพักต้องจัดอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการศึกษา เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โต๊ะเขียนแบบ โต๊ะปฏิบัติการ เครื่องพิมพ์ไว้อย่างเพียงพอ

1.4 หอพักต้องส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้นิสิตนักศึกษา สามารถจัดกิจกรรม ทบวงนการเรียนการสอน

1.5 หอพักต้องจัดบรรยากาศในหอพักและบริเวณหอพักให้มีความสงบและเอื้ออำนวยต่อการศึกษา

1.6 หอพักต้องจัดระบบภายในหอพักให้มีจุดเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้าสู่ Internet ได้ อย่างเพียงพอ

1.7 ภายในห้องพักแต่ละห้อง ต้องมีโต๊ะ – เก้าอี้ สำหรับนิสิตนักศึกษาแต่ละคนได้ทำงาน

1.8 ปริมาณแสงสว่างภายในห้องพักทั่วไป ต้องสว่างทั่วทั้งห้องได้มาตรฐานโดยไม่ต้องเปิดไฟแสงสว่างในช่วงเวลากลางวัน

1.9 ภายในห้องพักต้องมีชั้นสำหรับเก็บเอกสารหนังสือส่วนตัวของนิสิตนักศึกษา

1.10 หอพักต้องจัดบริการหนังสือพิมพ์ วารสาร เอกสารอ้างอิงที่จำเป็น เช่น พจนานุกรม ศัพท์นุกรมเฉพาะสาขาไว้บริการ

1.11 หอพักต้องอนุญาตหรือเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาสามารถนำอุปกรณ์สนับสนุนการศึกษา เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์เข้าไปใช้ในห้องพักได้

## 2. การจัดหอพักนิสิตนักศึกษา ให้เอื้อต่อการพักอาศัย

- 2.1 การออกแบบห้องพักต้องให้มีระบบระบายอากาศที่ดีพอ
  - 2.2 ภายในห้องพักต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ เป็นต้น
  - 2.3 หอพักควรจัดให้มีห้องนันทนาการในหอพัก เช่น ห้องดูโทรทัศน์ ห้องอ่านหนังสือพิมพ์
  - 2.4 หอพักต้องจัดบริเวณซักล้างและตากผ้าไว้เป็นส่วนส่วนและเพียงพอ
  - 2.5 หอพักต้องมีบริการซักรีดไว้เป็นทางเลือกสำหรับนิสิต นักศึกษาในหอพัก
  - 2.6 หอพักควรจัดให้มีหรือให้สามารถเข้าถึงบริการซื้อสินค้าที่จำเป็น ได้อย่างสะดวก
  - 2.7 หอพักต้องจัดสภาพแวดล้อมรอบหอพักให้ร่มรื่นและสะอาด
  - 2.8 หอพักจะต้องจัดให้มีระบบโทรศัพท์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองสามารถติดต่อกับนิสิตนักศึกษาได้
  - 2.9 หอพักจะต้องมีเจ้าหน้าที่หรือแม่บ้านคอยดูแลความเรียบร้อยทั่วไป
  - 2.10 หอพักจะต้องจัดให้มีบุคลากร ทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยด้านกายภาพของหอพัก เช่น ความสะอาด การซ่อมบำรุง การพัฒนาบริเวณหอพัก
  - 2.11 หอพักจะต้องจัดให้มีบริการน้ำดื่มสะอาดไว้บริการตลอดเวลา
  - 2.12 หอพักควรจัดสถานที่สำหรับการปฏิบัติศาสนกิจไว้ตามความจำเป็น
  - 2.13 หอพักจะต้องจัดให้มีสำนักงานหอพักสำหรับให้นิสิต นักศึกษาติดต่อประสานงาน
  - 2.14 หอพักต้องมีบริการยาสامัญญะประจำบ้านเพื่อการปฐมพยาบาลในหอพัก
  - 2.15 หอพักจะต้องมีระเบียบหอพักอย่างชัดเจน
  - 2.16 หอพักจะต้องจัดห้องน้ำ – ห้องส้วม ไว้บริการอย่างพอเพียง ตามสัดส่วนของนิสิต นักศึกษา
  - 2.17 หอพักต้องจัดให้มีสถานที่จอดรถจักรยานหรือจักรยานยนต์ของนิสิต นักศึกษาอย่างเพียงพอและปลอดภัย
  - 2.18 ควรจัดให้มีบริการร้านอาหารบริเวณหอพักหรือบริเวณทั่วไปที่สามารถใช้บริการได้สะดวก จำนวนนิสิตนักศึกษาต่อห้องพักควรเป็นห้องละ 2 คนและสูงสุดไม่ควรเกิน 4 คน
  - 2.19 หอพักต้องจัดระบบความปลอดภัยในการเข้า ออกหอพักตลอด 24 ชั่วโมง
- ## 3. วัตถุประสงค์ทั่วไปในการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานิสิต นักศึกษาในหอพัก

3.1 พัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีลักษณะเป็นผู้ที่มีการศึกษา มีจิตใจที่งดงามและน้ำใจ  
โอบอ้อมอารี

3.2 พัฒนานิสิตนักศึกษาให้เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมมีส่วน  
ช่วยเหลือสังคม

3.3 พัฒนานิสิตนักศึกษาให้เป็นผู้ที่มีจิตใจงาม ยึดหลักการเห็นแก่ประโยชน์ ต่อ  
ส่วนรวมเป็นที่ตั้งมากกว่าประโยชน์ตนเอง ช่วยผดุงความถูกต้องให้กับสังคม

3.4 พัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตให้มีความสมดุลของการ  
พัฒนาทั้งทางกายและจิตใจ

3.5 ช่วยส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาได้มีโอกาสเผชิญกับการท้าทายปัญหา มีการคิด  
วิพากษ์วิจารณ์วิชาการอย่างกล้าหาญ และใช้หลักแห่งเหตุผล

#### 4. การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษาหอพัก

4.1 หอพักจะต้องจัดโปรแกรมเพื่อพัฒนานิสิตการออกกำลังกาย การพัฒนาบุคลิกภาพ  
และคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ให้แก่ นิสิตนักศึกษาหอพัก

4.2 หอพักจะต้องจัดให้มีการปฐมนิเทศนิสิตนักศึกษาเมื่อแรกเริ่มเข้ามาพักในหอพัก  
เพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการอยู่หอพัก

4.3 หอพักจะต้องจัดให้มีคณะกรรมการนิสิตนักศึกษาหอพัก เพื่อฝึกให้รู้จักการ  
ปกครองดูแลกันเองภายในการให้คำปรึกษาของบุคลากรของมหาวิทยาลัย

4.4 หอพักจะต้องมีจุดมุ่งหมายการพัฒนา นิสิตนักศึกษาให้สอดคล้องกับปณิธาน  
มหาวิทยาลัย

4.5 หอพักจะต้องจัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้คำปรึกษา แนะนำเพื่อการ  
แก้ปัญหาชีวิต ปัญหาการเรียน ปัญหาการปรับตัวและปัญหาอื่น แก่นิสิตนักศึกษาหอพัก

#### 5. ลักษณะกิจกรรมเพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา ควรประกอบด้วย

5.1 โครงการพัฒนาด้านร่างกาย มุ่งส่งเสริมการปลูกฝังพัฒนาทักษะนิสัยการออก  
กำลังกาย การดูแลตนเอง ตลอดจนการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

5.2 โครงการพัฒนาด้านบุคลิกภาพมุ่งส่งเสริมการพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ ทักษะ  
การพูดอย่างมีประสิทธิภาพ การแต่งกาย

5.3 โครงการพัฒนาด้านจิตใจ มุ่งส่งเสริมการพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรม การสร้าง  
สัมพันธภาพ ความเอื้ออาทร ความรัก ความหวังใระหว่างนิสิตนักศึกษาด้วยกันเองและกับอาจารย์  
เจ้าหน้าที่ ความซื่อสัตย์ ความกตัญญู ความสำนึกในหน้าที่ของลูก พ่อแม่ ครู อาจารย์



## ประเภทหอพัก

วัลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา ได้แบ่งหอพักออกเป็นประเภทใหญ่ 2 ประเภท คือ หอพักที่มหาวิทยาลัยจัดดำเนินการและหอพักเอกชน หอพักที่มหาวิทยาลัยจัดให้โดยสากลแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ (วัลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2525, หน้า 17)

1. ประเภทห้องพักและอาหาร หมายถึง ลักษณะหอพักที่จัดแบ่งเป็นห้อง ๆ ให้นักศึกษาอยู่โดยมีเครื่องเรือนที่จำเป็น เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เตียง ที่นอน หมอน ปลอกหมอน หรือผ้าปูที่นอน บริการทำความสะอาดและบริการอาหารให้ด้วย บางแห่งอาจจะไม่มีบริการอาหาร หรือบริการทำความสะอาด แล้วแต่อัตราที่กำหนด

2. ประเภทห้องชุด หอพักประเภทนี้มักจะสร้างขึ้น เพื่อให้นักศึกษาระดับบัณฑิตที่มีครอบครัว และนำครอบครัวมาอยู่ด้วยในขณะที่ศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องมีห้องรับแขก ห้องครัว ห้องนอน ห้องน้ำ และห้องอื่น ๆ ตามสมควร หอพักประเภทนี้ไม่ควรจะมีบริการอาหาร เพราะถือว่าห้องชุดแต่ละชุดมีครัวของตนเองอยู่แล้ว

3. ประเภทช่วยกันทำงาน บางมหาวิทยาลัยมีนโยบายฝึกให้นักศึกษารับผิดชอบ ฝึกการเป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน จึงเปิดโอกาสให้นักศึกษากลุ่มละประมาณ 10 คน อยู่ในหอพักเล็ก ๆ ซึ่งจัดบ้านเป็นหลัง ๆ มีครัว ห้องรับแขก ห้องน้ำมีเตาไฟฟ้าและน้ำในแต่ละห้อง ผู้ที่มหาวิทยาลัยรับเข้าอยู่ในหอพักประเภทนี้จะต้องช่วยกันทำความสะอาด ช่วยกันทำอาหาร โดยมีเวรทำงาน ดูแลความเรียบร้อย ค่าใช้จ่าย ค่าไฟ ค่าอาหาร และค่าเช่าบ้านเฉลี่ยกันออกแต่ละเดือนไป ผู้ที่อยู่ในหอพักประเภทนี้จะต้องทำงานบ้านของตนเอง ค่าใช้จ่ายจะถูกกว่าการอยู่ประเภทหอพัก แต่จะต้องเสียเวลาทำความสะอาดบ้าน ห้องน้ำ ล้างชาม ซักกับข้าว ทำกับข้าวเอง มหาวิทยาลัยไม่มีคนควบคุมแต่วางกฎระเบียบไว้ และสามารถตรวจสอบได้เป็นครั้งคราวอีกด้วย

4. หอพักประเภทบ้านเคลื่อนที่ในต่างประเทศนิยมบ้านเคลื่อนที่ที่จัดทุกสิ่งทุกอย่างกะทัดรัด ประหยัดเนื้อที่ สามารถบรรจุห้องรับแขก ห้องครัว ห้องน้ำ ห้องนอนไว้ในบ้านสี่เหลี่ยมผืนผ้าเล็ก ๆ บ้านเหล่านี้เหมาะสมสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับบัณฑิต เพราะมีที่อยู่เป็นเอกเทศ จำลองแบบบ้านเคลื่อนที่ แต่ไม่มีล้อ และมีความเป็นส่วนตัวอยู่มาก

ลำเนาวิ ขจรศิลป์ ได้รวบรวมประเภทของหอพักไว้ 10 ประเภท (ลำเนาวิ ขจรศิลป์, 2545, หน้า19) คือ

1. Dormitory เป็นหอพักแบบแรก มีขนาดเล็ก และสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย และอบรมระเบียบวินัยนักศึกษา

2. Residential Hall เป็นหอพักขนาดใหญ่มาก มีบุคลากรรับผิดชอบอยู่ 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายที่พักและอาหารกับฝ่ายที่ปรึกษา ซึ่งคอยให้คำปรึกษา แนะนำและร่วมกิจกรรมกับนักศึกษา เพื่อพัฒนานักศึกษาทางด้านสังคม ร่างกายและจิตใจ

3. Fraternity เป็นหอพักนักศึกษาชาย เป็นพวกมีฐานะดี มีตระกูล พวกนี้จะปกครองกันเอง มีการอบรมมารยาทระเบียบวินัย เน้นการเป็นผู้ดี และมีผลการเรียนที่ดี รุ่นพี่จะคอยช่วยเหลือด้านการเรียนรุ่นน้อง มีธรรมเนียมประเพณีในหอพักกันเอง ซึ่งส่งเสริมทักษะในการเข้าสังคม มักมีผู้ใหญ่ดูแล 1 คน

4. Sorority เป็นหอพักนักศึกษาหญิง ซึ่งมีรูปแบบและแนวทางแบบเดียวกับหอพักแบบ Fraternity

5. Cooperative House เป็นหอพักของนักศึกษายากจน ทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบหน้าที่ต่าง ๆ ในหอพัก ดูแลกันเอง มีระบบแบ่งงานกันทำ

6. Coeducational Housing เป็นหอพักที่จัดแบบสหเพศ มีทั้งนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชายในหอพักเดียวกัน ใช้โรงอาหาร ห้องสมุด และบริเวณต่าง ๆ ด้วยกัน แต่ นักศึกษาหญิง ชาย จะไม่อยู่ร่วมห้องเดียวกัน แต่ใช้ห้องสมุดและบริเวณต่าง ๆ ด้วยกัน

7. Residential College เป็นหอพักขนาดใหญ่ มีตึก 3 – 4 หลังติดกัน เป็นที่ตั้งของคณะวิชา ในตึกจะมีห้องเรียน ห้องสมุด ห้องทำงานอาจารย์ ห้องพักอาจารย์ ห้องพักนักศึกษา และที่รับประทานอาหารร่วมกัน

8. University Apartment เป็นอาคารห้องแถว 2 ชั้น สำหรับนักศึกษาที่มีครอบครัวแล้วเช่าอยู่อาศัย โดยเสียค่าเช่าในราคาถูกกว่า Apartment เอกชน

9. Off-Campus Apartment เป็นที่พักนอกเขตมหาวิทยาลัย เป็นของเอกชน

10. Living-Learning Center เป็น Residential Hall ขนาดใหญ่ มีนักศึกษาชาย-หญิงอยู่รวมกันแบบ Coeducational Housing มีชั้นเรียน ห้องฝึกงาน ห้องสมุด ห้องทำงานอาจารย์อยู่ในอาคารนั้นด้วย นักศึกษาจะเป็นผู้ดำเนินการกิจกรรมทุกอย่างเอง โดยมีผู้ใหญ่เป็นผู้แนะนำช่วยเหลือ

สมหญิง สารโกศล กล่าวไว้ในช่วงกลางปี ค.ศ. 1970 ในสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งหอพักออกเป็น 3 ประเภท คือ (สมหญิง สารโกศล, 2538, หน้า 19)

1. หอพักขนาดใหญ่หรือหอพักรวม (Large Dormitories A Dormitories A Dormitory Complexes) เป็นหอพักที่สามารถจุนักศึกษาได้ 100 – 1,000 คน ห้องที่จัดมี 3 ประเภท คือ ห้องสำหรับ 2 คน ห้องเดี่ยว และห้องรวม สามารถจุนักศึกษาได้ 6 – 8 คน ในหอพักนี้มีห้องรับประทานอาหารขนาดใหญ่ และมีบริเวณพักผ่อน สำหรับอ่านหนังสือ หอพักประเภทนี้สถาบันการศึกษาจะเป็นผู้จัด

2. กลุ่มบ้านเล็ก ๆ (Small-Group Houses) คือ หอพักภราดรภาพ (Fraternity) และหอพักขนิษฐภคินี (Sorority) หอพักประเภทนี้เป็นหอพักเก่า วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยจะมีส่วนในการดำเนินการอยู่ ส่วนหอพักใหม่สมาคมศิษย์เก่าเป็นผู้ดำเนินการเอง หอพักนี้เป็นหอพักสำหรับนักศึกษาที่มีฐานะดี ในหอพักจะมีนักศึกษาประมาณ 25 – 50 คน การจัดการศึกษาในหอพักนี้จะประสบความสำเร็จมากที่สุดและเป็นหอพักที่เกิดขึ้นมาจากการเสียดสละเพื่อสังคมอย่างสูง

3. ห้องชุดในบ้านเช่า (Apartments) เป็นห้องเช่าสำหรับนักศึกษาที่แต่งงานแล้วอยู่กันเป็นครอบครัว ไม่มีการจัดโปรแกรมการศึกษาในที่พักประเภทนี้ และแต่ละห้องมีลักษณะแตกต่างกันเล็กน้อย

สำหรับหอพักเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีส่วนคล้ายกัน ในลักษณะให้เช่าห้องพัก และมีเจ้าของอยู่ร่วมด้วย หรือให้เช่าบ้านเป็นหลัง ๆ แล้วแต่เจ้าของบ้านจะจัดให้ กล่าวโดยสรุปคือ ประเภทของหอพักนักเรียน นักศึกษาจะมีตั้งแต่ขนาดเล็กใหญ่ที่สามารถบรรจุนักศึกษาได้จำนวนมาก มีการจัดบริการสวัสดิการและกิจกรรมภายในหอพักให้ นักศึกษาอย่างเหมาะสม ส่วนหอพักขนาดเล็กที่จัดให้กับนักศึกษาที่มีฐานะค่อนข้างดี จะมีจำนวนนักศึกษาประมาณ 25 – 50 คน ที่พักอยู่ร่วมกัน ความเป็นอยู่ค่อนข้างสะดวกสบาย และเป็นพวกที่เรียนอยู่ในเกณฑ์ดี แต่สำหรับหอพักนักศึกษาที่ฐานะการเงินไม่ค่อยดีจะต้องช่วยกันทำงานภายในหอพักและเฉลี่ยค่าใช้จ่ายกันเอง ดูแลตนเองด้วย สำหรับนักศึกษาที่มีครอบครัวแล้วก็จะ เป็น หอพักแบบห้องชุดที่มีเครื่องใช้ที่จำเป็นให้

#### การให้บริการและสวัสดิการของหอพัก

ทองเรียน อมรัชกุล ให้ความเห็นเกี่ยวกับการให้บริการและสวัสดิการแก่นักศึกษาว่า มหาวิทยาลัยให้บริการและสวัสดิการแก่นักศึกษาทั้งที่อยู่หอพักและนอกหอพัก ได้แก่ การให้บริการอาหาร และนอน นอกเหนือจากบริการด้านวิชาการตามหลักสูตรการศึกษาแล้ว โดยบริการอาหาร ก็ควรจะถูกหลักอนามัย มีความสะอาดและปริมาณที่เหมาะสม โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารมาเฝ้าด้วย ส่วนในด้านหอพักนิสิตนักศึกษา จะต้องให้นิสิต นักศึกษามีที่อยู่หลับนอนอย่างถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก ทุกหอพักนักศึกษาจะต้องจัดให้มีกิจกรรมทางสังคม มียาสามัญประจำบ้าน ห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น พร้อมเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และน้ำดื่ม นอกจากนี้ในห้องนั่งเล่น กีฬา ของหอพักก็จะมีอุปกรณ์กีฬาครบครัน ในทำนองเดียวกัน ห้องสมุดประจำหอพักก็มีหนังสือของหอพักพอที่จะใช้ค้นคว้าได้พอสมควร สำหรับทางด้านความเป็นอยู่ของนักศึกษา นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ที่อยู่หอพักควรจะมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์ข้อบังคับ รวมทั้งนโยบายความเป็นอยู่ภายในหอพัก ซึ่งอาจจัดตั้งในรูปแบบคณะกรรมการประจำหอพัก เพื่อการปกครองตนเอง ทั้งจัดงานในหอพักให้เป็นระบบ (System

Approach) รวมทั้งมีการจำแนกลักษณะงาน (Job Description) ของเจ้าหน้าที่และกรรมการแต่ละชุด ให้เด่นชัด (ทองเรียน อมรัชกุลม, 2525, หน้า 23)

วัลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา กล่าวว่าหอพักควรจัดให้สวยงาม เป็นระเบียบ สะอาด มีของใช้ที่ดี สวยงาม เสริมรสนิยมที่ดี มีกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ที่ให้ทุกคนเคารพ มีความสะดวกสบาย สนับสนุนความเป็นตัวของตัวเองได้ดี (วัลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2525, หน้า 7)

จัญญู ณ ระนอง กล่าวว่าหอพักนิสิตนักศึกษาควรจัดสภาพแวดล้อมด้านกายภาพ เช่น ห้องน้ำ ห้องส้วม ห้องทำกิจกรรม ห้องอ่านหนังสือ ห้องนอน โต๊ะ เติง โรงอาหาร ที่นั่งเล่น และสนามกีฬา จะต้องจัดให้สะอาดสวยงามตามควรแก่สภาพ และให้เกิดความเหมาะสมที่จะเอื้ออำนวยให้เกิดบรรยากาศทางการศึกษา เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดพัฒนาการไปในทางที่ไม่เหมาะสม และไม่ขัดขวางต่อการพัฒนาการที่เหมาะสม ส่วนสภาพแวดล้อมทางด้านชีวภาพ ได้แก่ เพื่อนร่วมห้อง เพื่อนร่วมหอ คนงาน ภารโรง พฤติกรรมของตนเอง และเพื่อนร่วมหอจะต้องมีอิสรภาพ เสรีภาพที่เหมาะสมไม่มากจนถึงขั้นทำลายเสรีภาพของผู้อื่น หรือเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น (จัญญู ณ ระนอง, 2531, หน้า 28)

จิรวัดน์ วีรกร ได้กล่าวถึงการจัดบริการในหอพักว่า การจัดบริการหอพักควรจะต้องคำนึงถึงเป้าหมายในการใช้หอพักเป็นเครื่องมือในการพัฒนานักศึกษาให้มีความเจริญเติบโตตามศักยภาพของตน ดังนั้นการจัดบริการต่าง ๆ ภายในหอพักของสถาบัน ควรจะจัดให้มีบริการดังนี้ (จิรวัดน์ วีรกร, 2529, หน้า 34)

1. การจัดที่พักรให้เหมาะสม สะดวก สบาย และปลอดภัย การบริการด้านสาธารณสุขปกจะต้องเพียงพอกับความต้องการใช้
2. การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพักอาศัยที่สุขสบายทั้งกายและใจ ตลอดจนส่งเสริมบรรยากาศทางการศึกษา
3. มีการซ่อมแซม บำรุงรักษาอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา
4. จัดให้มีบริการด้านโภชนาการสะอาด โดยควบคุมมาตรฐานอาหารให้ถูกสุขอนามัย และราคาถูก
5. แต่ละหอพักควรมีบริการด้านรักษาพยาบาล หรือจัดตั้งหน่วยพยาบาลขึ้น โดยมีแพทย์พยาบาล และยาสามัญประจำบ้านอย่างเพียงพอ
6. จัดให้มีบริการด้านกีฬา และนันทนาการเพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียน และปัญหาส่วนตัวของนักศึกษา
7. จัดให้มีบริการให้คำปรึกษา เพื่อช่วยแนะนำและให้คำปรึกษาแก่นิสิต นักศึกษา

8. จัดบริการเกี่ยวกับการศึกษา เพื่อช่วยเสริมบรรยากาศด้านการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนาให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนดีขึ้น

9. การจัดบริการด้านศาสนา อันจะทำให้บัณฑิตนักศึกษามีประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และจัดบริการด้านศิลปวัฒนธรรม อันจะทำให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจตนเอง เข้าใจเอกลักษณ์ของชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดค่านิยมในสังคม

เขาวลัทธิ คัดโนภาส กล่าวว่า หอพักในประเทศไทยนั้น มหาวิทยาลัยจะจัดห้องสมุด ห้อง Common Room ห้องปฐมพยาบาลไว้ตามหอพัก ห้องสมุดมีน้อย ห้องเล็กคับแคบ ห้องปฐมพยาบาลที่ยังจัดได้ไม่เหมาะสมเท่าที่ควรอนามัยหอพักจึงเป็น สิ่งที่น่าคำนึงมากในการจัดหอพักต่อไปในอนาคต แต่มหาวิทยาลัยส่วนมากก็ได้พยายามจัดสนามกีฬา สถานที่เล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้ใช้เวลาว่าง ซึ่งก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ และยังเพิ่มเติมว่า บริการอีกด้านหนึ่งที่สำคัญและเป็นที่ต้องการของนักศึกษามาก แต่มหาวิทยาลัยอาจไม่เห็นความสำคัญ หรือมองข้ามไป คือสวนหย่อม และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจบริเวณหอพัก (เขาวลัทธิ คัดโนภาส, 2523, หน้า 72)

#### การจัดกิจกรรมของหอพัก

สมหญิง สารโกศล กล่าวว่า งานกิจกรรมนิสิตนักศึกษาเป็นศูนย์กลางของกระบวนการอุดมศึกษา ในการพัฒนานิสิตนักศึกษา แต่ละคนให้เป็นคนที่สมบูรณ์ โดยทั่วไปแล้วการจัดกิจกรรมนิสิตนักศึกษาจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 อย่างคือ นิสิตนักศึกษาในฐานะที่เป็นผู้จัดดำเนินการ อาจารย์ในฐานะที่ปรึกษา และผู้สนับสนุน มีสังคมและสถาบันการศึกษา สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมนิสิตนักศึกษาแต่ละประเภท จึงได้รับความนิยมน้อยแตกต่างกันไปตามความสนใจของนิสิตนักศึกษา คณาจารย์ สถาบันอุดมศึกษา และภาวะของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเองและบุคลิกภาพของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยจึงต้องยึดหลักว่าส่วนประกอบของกิจกรรม ต้องสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาตนเองของนักศึกษา ต้องจัดให้สัมพันธ์กันระหว่างกิจกรรมทั้งในและนอกชั้นเรียน และต้องสอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นภายนอกรั้วมหาวิทยาลัยด้วย นั่นคือการผสมผสานระหว่างการเรียนและกิจกรรมในสังคม โดยที่กิจกรรมนั้นควรสนับสนุนให้นักศึกษาเป็นผู้ใหญ่ มีวุฒิภาวะ และสามารถนำประสบการณ์ไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมหญิง สารโกศล, 2535, หน้า 35)

สมหญิง สารโกศล ได้ให้ความเห็นว่า กิจกรรมที่จัดขึ้นในหอพัก ควรจะได้สร้างบรรยากาศทางวิชาการขึ้น โดยการนำคณาจารย์เข้ามาพักอาศัยร่วมกับนิสิตนักศึกษาในหอพัก จัดห้องสมุด ห้องเรียน จัดงานนิทรรศการและการแสดง การอภิปราย เป็นต้น โครงการและกิจกรรมดังกล่าว ควรจะได้มีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมอยู่เสมอ โดยผู้บริหารหอพักอาจไปศึกษาดูงาน

จากสถาบันอื่น หรือเชิญบุคคลภายนอกเข้ามาสังเกตและแสดงความคิดเห็น เป็นต้น และสิ่งที่ควรคำนึงอย่างยิ่งต่อการจัดกิจกรรมภายในหอพัก คือ กิจกรรมที่มีคุณค่าที่สุด ซึ่งสามารถชักจูงให้ผู้พักอาศัยได้มีส่วนร่วมด้วยความต้องการของตนเอง ฉะนั้น กิจกรรมต่าง ๆ จึงต้องเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้พักอาศัย ถ้ากิจกรรมใดมีผู้สนใจน้อยลง อาจจะต้องจัดกิจกรรมใหม่ขึ้น แทนกิจกรรมดังกล่าว แต่การเปลี่ยนแปลงกิจกรรมไม่ควรเน้นในลักษณะของการลดกิจกรรมทางวิชาการลง หรือสร้างความสนุกสนาน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพียงชั่วคราวแก่ผู้พักอาศัย ซึ่งผิดไปจากวัตถุประสงค์ของสถาบัน ที่ต้องการพัฒนาสติปัญญา และความสามารถของบุคคล เพื่อให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพอย่างสมบูรณ์ในสังคม นอกจากนี้แล้วการสื่อสารในห้องพักก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการแจ้ง หรือประกาศข่าวให้ผู้พักอาศัยได้ทราบถึงกิจกรรม และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในหอพัก (สมหญิง สารโกศล, 2535, หน้า 35)

จําริญ ฅ ระนอง ได้กล่าวถึงการจัดกิจกรรมในหอพักว่ากิจกรรมหอพักที่จัดขึ้น ต้องสามารถพัฒนาการเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี เสริมให้นิสิตมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ส่วนรวมและสังคม กิจกรรมบางส่วนที่กรรมการนิสิตไม่สามารถเป็นผู้จัด ทางหอพักควรจะเป็น ผู้จัดแทน โดยให้นิสิตเป็นส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อให้ได้เกิดการเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน กิจกรรมใดที่ทางกรรมการหอพักนิสิตสามารถจัดขึ้น ทางหอพักควรมีการสนับสนุน รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (จําริญ ฅ ระนอง, 2531, หน้า 24)

1. กิจกรรมที่ทางหอพักจัดให้ เช่น การปฐมนิเทศ ปัจฉนิเทศ อบรมเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ ศีลธรรม จริยธรรม อบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการบริหารองค์การแก่กรรมการนิสิตหอพัก หากสามารถให้กรรมการนิสิตได้มีส่วนร่วมสนับสนุน เพื่อจะได้ให้กรรมการนิสิตเกิดการเรียนรู้การปฏิบัติงาน และวิธีการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน

2. กิจกรรมที่กรรมการนิสิตหอพักเป็นผู้จัด เช่น ใต้เวที กีฬา รื่นเริง สังสรรค์ เชียร์ ดนตรี บริการสังคม บำเพ็ญประโยชน์ พัฒนาหอพักและมหาวิทยาลัยกิจกรรมที่เสริมสร้าง จริยธรรมแก่นิสิตหอพัก ศิลปวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ เช่น ไหว้ครู สงกรานต์ ลอยกระทง ปีใหม่ การเป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย ในการเข้าร่วมกิจกรรมสำคัญ ๆ ของมหาวิทยาลัย รวมทั้ง กิจกรรมเสริมหลักสูตรทางด้านวิชาการ เช่น การจัดให้มีการติวในบางวิชา เชิญวิทยากรมาให้ความรู้ทางวิชาการ จัดทัศนศึกษา เป็นต้น

วัลลภา เทพหัสดิน ฅ อยู่ชญา ได้แบ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นในหอพัก ดังนี้

1. กิจกรรมส่งเสริมความรับผิดชอบร่วมกัน และฝึกความเป็นประชาธิปไตย ซึ่งหอพักควรสนับสนุนให้มีการเลือกคณะกรรมการนิสิตนักศึกษาประจำหอพัก เพื่อจะได้ช่วยกันดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิกภายในหอพัก มีการประชุมปรึกษาหารือที่จะจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในหอพัก

เช่น การจัดฉายภาพยนตร์สารคดีต่าง ๆ ในวันศุกร์สัปดาห์ ซึ่งอาจจะให้ฟรี หรือให้ช่วย ค่าใช้จ่ายบ้างเล็กน้อย (วัลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2525, หน้า 35)

2. กิจกรรมส่งเสริมกีฬา หอพักควรจัดอุปกรณ์และสถานที่สำหรับเล่นกีฬาไว้ โดยหาอาสาสมัครที่ช่วยสอนกีฬาต่าง ๆ ให้ เช่น จัดห้องสำหรับฝึกกายบริหาร โยคะ หรือกิจกรรมเข้าจังหวะ ควรมีสโมสรเทนนิส สนามบาสเกตบอล วอลเลย์บอล ไว้ให้นิสิตออกกำลังกาย

3. กิจกรรมส่งเสริมวิชาการ หอพักอาจจัดห้องสำหรับศึกษา มีห้องสมุดที่มีหนังสือที่จำเป็น มีอุปกรณ์โสตทัศนศึกษา ไว้ให้นิสิตยืมเครื่องบันทึกเสียง จากการบรรยายของอาจารย์มาฟังได้ หรืออาจจะมีห้องสำหรับดูโทรทัศน์วงจรปิด คู่มือโอทอปให้นิสิตนักศึกษาได้มีโอกาสทบทวนวิชาการที่ได้ศึกษานอกชั้นเรียนได้ นอกจากการจัดสถานที่ให้เอื้ออำนวยต่อบรรยากาศที่ช่วยให้ศึกษาแล้ว กิจกรรมส่งเสริมวิชาการ อาจจัดได้ในรูปแบบต่าง ๆ กัน เช่น เชิญวิทยากรมาบรรยายในหัวข้อต่าง ๆ ในหอพักหรือบริเวณใกล้เคียง หอพัก สอนซ่อมเสริมในวิชาที่นิสิตนักศึกษาเรียนอ่อนอย่างต่อเนื่อง หรือสอนทบทวนบางวิชาที่ค่อนข้างยากเป็นครั้งคราว โดยอาจจะให้อาจารย์มาสอนหรืออาสาสมัครนิสิตนักศึกษาสอนกันเอง เปิดโทรทัศน์วงจรปิด จัดบริการวิทยุ หรือโทรทัศน์การศึกษา สนทนาวิชาการระหว่างนิสิตกับอาจารย์ จัดทำเอกสารประกอบวิชาการ

4. กิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ความสามารถพิเศษเฉพาะตัว เช่น กิจกรรมดนตรี กิจกรรมละคร กิจกรรมศิลปะ หรือกิจกรรมราตรีต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อยู่ในหอพักซึ่งมาจาก ภูมิภาคต่าง ๆ กัน ได้รู้จักขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดที่แตกต่างกันไป ทั้งอาหาร เพลง การแต่งกาย การละเล่น ศิลปะพื้นบ้าน

5. กิจกรรมส่งเสริมระเบียบวินัย เช่น ฝึกการหนีไฟ กิจกรรมเปิดหอสนับสนุนให้มีการประกวดแต่งห้องพัก ด้วยวัสดุราคาถูก แต่สวยงาม สะอาดและเป็นระเบียบ นอกจากนี้ก็อาจจะให้กรรมการประจำหอพักคอยสอดส่องดูแล ตักเตือนและมีการประชุมเสนอข้อคิดเห็น รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันในด้านระเบียบวินัยและการสร้างวินัยในตนเอง

6. กิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เพื่อปลูกฝังนิสัยการเสียสละ และการนึกถึงผู้อื่น เพื่อจะได้เป็นบุคคลที่พึงประสงค์ของสังคม กิจกรรมที่จัดให้ได้ก็คือกิจกรรมทำสวนรอบหอพัก กิจกรรมตกแต่งหอ กิจกรรมปลูกต้นไม้รอบมหาวิทยาลัย กิจกรรมทำความสะอาดรอบ ๆ บริเวณสถานศึกษา กิจกรรมสอนพวกคนงาน เด็กล้างจาน เด็กยกอาหารในโรงอาหารในวันเสาร์ อาทิตย์ และกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่นิสิตนักศึกษามีความถนัด และความสนใจ

ถึงแม้ว่าในหอพักจะสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนานิสิต นักศึกษาได้มากมายหลายประเภท แต่สำหรับประเทศไทยแล้ว หอพักนักศึกษายังคงเป็นสถานที่ที่ใช้เพื่อการพักอาศัยเป็นส่วนใหญ่ กิจกรรมต่าง ๆ ในหอพักยังมีน้อยมาก จึงได้มีหอพักเอกชนจำนวนมากเพื่อ

รองรับการขยายตัว และเพื่อให้นักเรียน นักศึกษาได้พักศึกษเล่าเรียนจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา จึงได้มีกฎหมายบังคับใช้เกี่ยวกับหอพัก คือ พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ทั้งนี้เพื่อให้ นักเรียน นักศึกษาที่มาจากต่างอำเภอ ต่างจังหวัดได้พักตามหอพักของเอกชนต่างๆ ฉะนั้น หอพักจึงมีความ จำเป็นที่จะต้อง ได้มาตรฐานและสร้างความพึงพอใจของผู้พักและให้ความสบายใจแก่ผู้ปกครอง ด้วย หอพักที่ดีและพึงประสงค์ของนักเรียน นักศึกษา จึงเป็นการส่งเสริมการจัดการศึกษาของ เยาวชนอีกทางหนึ่งด้วย

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวทางที่เกี่ยวข้องของหอพักของนักเรียน นักศึกษา เพื่อให้ทราบ ผลการดำเนินงานกิจการหอพัก ปัญหาต่อการดำเนินงานกิจการหอพัก และเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหอพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ต่อไป

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากทฤษฎีและแนวทางในการดำเนินงานกิจการหอพักนั้น ได้มีนักวิจัย หน่วยงาน ได้ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการหอพัก ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ใช้ บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีดังนี้

พรจันทร์ ส่งสกุล (2529) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาของหอพักนิสิตจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ตามความรับรู้ของผู้บริหารนิสิตหอพักเก่า และนิสิตหอพักปัจจุบัน พบว่าด้านบริการ และสวัสดิการที่นิสิตปัจจุบันชายและหญิงรับรู้แตกต่างกัน ปัญหาที่นิสิตชายมีมากกว่าคือ ความ สะดวกของบริการน้ำใช้ ไฟฟ้า ภายในหอพัก การจัดน้ำดื่มที่สะอาด สภาพที่นอน ผู้เสื่อผ้า โต๊ะ เขียนหนังสือภายในหอพัก ความสะดวกของการจัดบริการรับจดหมาย ทัศนคติ พัสดุ และโทรเลข การบริการข่าวสาร หนังสือพิมพ์การอำนวยความสะดวกเมื่อมีบุคคลภายนอกมาติดต่อ การจัด สวัสดิการด้านการรักษาพยาบาล การจัดยามดูแลทรัพย์สินและความปลอดภัย รวมทั้งการซ่อมแซม อุปกรณ์และเครื่องใช้ที่ชำรุด ในด้านกิจกรรมโดยส่วนรวมเห็นว่าปัญหาน้อย แต่เมื่อแยกพิจารณา เป็นข้อ ๆ พบว่าปัญหาเรื่องการเชิญวิทยากรมาบรรยายให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่นิสิตเป็นปัญหามาก ปัญหาความร่วมมือของนิสิตในการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมของกิจกรรมมีปัญหาค่อนข้างมาก

ปภากร สุวรรณธาดา (2538) ได้ศึกษาวิจัยความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยศึกษาถึงลักษณะสภาพความเป็นอยู่ของนักศึกษาวิทยาลัยขอนแก่นศึกษา ปัญหาความต้องการเกี่ยวกับหอพักของนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยใน



หอพักของมหาวิทยาลัย โดยมีบางส่วนอยู่โดยไม่ได้รับสิทธิ์ รองลงมาคือ การพักอาศัยในที่พักอาศัยให้เช่าของเอกชน ซึ่งมีราคาค่าเช่าสูงกว่าหอพักของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก ปัญหาของนักศึกษาที่พักในหอพักมหาวิทยาลัยเรียงลำดับความสำคัญ คือ

1. ความปลอดภัยในทรัพย์สิน
2. เสียงรบกวน
3. ห้องน้ำ ห้องส้วม

ด้านความพึงพอใจ นักศึกษามีความพึงพอใจมากในเรื่องที่ต้องการของหอพักในมหาวิทยาลัยเพราะมีความสะดวกในการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยของนักศึกษาเรียงลำดับความสำคัญ คือ

1. ความปลอดภัย
2. ราคาค่าใช้จ่าย
3. ความสะดวกสบายในการพักอาศัย

ความต้องการของนักศึกษาในการแก้ไขปัญหาเรื่องที่พักอาศัยของนักศึกษาเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ

1. สร้างหอพักให้เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา
2. ลดความแออัดของหอพัก โดยจัดให้นักศึกษาเข้าอยู่ตามความเหมาะสมกับขนาดของหอพัก
3. เพิ่มการดูแลความปลอดภัย รวมทั้งทรัพย์สินของนักศึกษา

ฉัฐพงษ์ พงษ์เผ่าทอง (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักเรียน นักศึกษา ภายในเขตเทศบาลเมืองเลย ผลการศึกษาปรากฏว่าผู้เช่าหอพักที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16 – 18 ปี และมีรายได้ครอบครัวอยู่ในระดับ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่นิยมพักห้องละ 2 คน อัตราค่าเช่าอยู่ในระดับ 1,501 – 2,000 บาทต่อเดือน ผู้เช่าหอพักเห็นว่าด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักเรียน นักศึกษามากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนทางด้านลักษณะการบริการของหอพักที่สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน นักศึกษา คือ จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ การติดตั้งเครื่องกรองน้ำ มีตู้เย็นไว้สำหรับบริการ ระบบความปลอดภัย โทรศัพท์สาธารณะ มีการบริการน้ำอุ่นในฤดูหนาว รวมทั้งมีบริการรับฝากของในช่วงปิดเทอม

นอกจากนี้ ผู้เช่าหอพักเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สำคัญต่อการตัดสินใจต่อการเลือกเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน แต่ผู้เช่าหอพักเพศชายเห็นว่ามิโทรศัพท์ภายในหอพักมีความสำคัญมากกว่า

ส่วนการมีห้องสำหรับพักผ่อนมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักน้อยกว่าผู้เช่าห้องพักพิเศษหญิง ส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งคือ หอพักอยู่ใกล้กับสถาบัน หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน หอพักอยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค และหอพักอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาน้ำท่วมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักไม่แตกต่างกัน และในส่วนปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ระบบการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด และมีการจัดงานสังสรรค์เนื่องในโอกาสต่าง ๆ มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักมากกว่าผู้เช่าห้องพักหญิง

วรภาพร กริเทพ (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ของประชากรในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้เช่า อพาร์ทเมนต์เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ในระดับสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสำคัญได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์เห็นว่าลักษณะ อพาร์ทเมนต์ที่สอดคล้องกับความต้องการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องเตียงนอน โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้เสื้อผ้า โคมไฟ โทรทัศน์ที่ชั้นล่างของอพาร์ทเมนต์ มีบริการร้านอาหาร โทรทัศน์ตอบรับภายใน ร้านซักอบรีด สำหรับการบริการส่วนกลางของอพาร์ทเมนต์มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีคาดฟ้าเป็นบริเวณที่ตากผ้า และมีสวนหย่อมบริเวณอพาร์ทเมนต์ ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์เห็นว่าราคาที่เหมาะสมกับความต้องการคือ มีการชำระค่าส่วนกลาง (ค่าใช้จ่ายส่วนรวมของ ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์) ได้ในอัตราต่ำกว่า 200 บาท สามารถชำระค่าห้องพักล่วงหน้าได้ในระยะเวลา 1 เดือน มีการชำระค่าประกันของเสียหายได้อัตราเท่ากับราคาห้องพักราคาห้องพักพัคคลม และมีเครื่องทำน้ำอุ่นควรอยู่ในระดับราคา 2,000 – 2,500 บาทราคาห้องพักแอร์และมีเครื่องทำน้ำอุ่นควรอยู่ในระดับราคา 3,000 – 3,500 บาท สถานที่สำหรับการพักผ่อนยาปฐุมพยาบาลมีไม่เพียงพอ ห้องน้ำห้องส้วมไม่สะอาดเท่าที่ควร เพื่อนพักอาศัยอยู่ด้วยยังบกพร่องในการรักษาผลประโยชน์ของเพื่อน คนงาน ภารโรง เจ้าหน้าที่ คนเฝ้ายาม คอยดูแลรักษาของในหอมีน้อย

เชมกร คำนวน (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าที่พักรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลต่อพนักงานในการเลือกเช่าที่พักรายเดือนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการรองลงมาคือปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรมอำเภอเมืองเชียงราย เป็นอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัย

ด้านสถานที่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป หอพักนิสิตนักศึกษาเป็นสถานที่ที่มีบทบาทสำคัญแห่งหนึ่งที่จะช่วยพัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความรู้ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านสังคมและด้านบุคลิกภาพ พร้อมทั้งจะเป็นบัณฑิตที่สมบูรณ์ แต่สิ่งที่กล่าวมาจะประสบความสำเร็จได้หอพักจะต้องจัดบริการ สวัสดิการ กิจกรรม และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนานิสิตนักศึกษาได้อย่างเต็มที่ มีการจัดโปรแกรมทางการศึกษาที่ช่วยส่งเสริมการประกอบอาชีพต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและมีผู้บริหารงานที่มีประสิทธิภาพ เอาใจใส่ต่อการพัฒนานิสิต นักศึกษาอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยของ ปภากร สุวรรณธาดา (2538) ณัฐพงษ์ พงษ์เผ่าทอง (2544) พรจันทร์ ส่งสกุล (2530) วราพร กริเทพ (2544) เขมกร คำนวน (2544) ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) สามารถสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

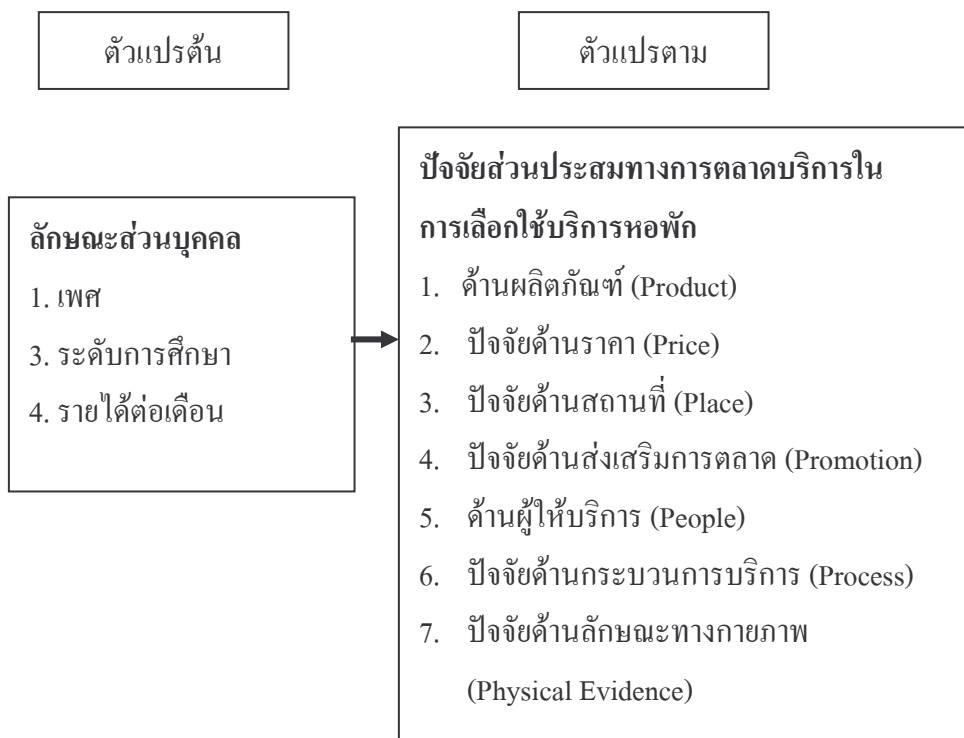
1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ คุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย

- 1.1 เพศ
- 1.2 ระดับการศึกษา
- 1.3 รายได้ต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการหอพัก ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

- 2.1 ด้านรูปแบบบริการ (Product)
- 2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)
- 2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)
- 2.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 2.5 ด้านผู้ให้บริการ (People)
- 2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process)
- 2.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการหอพักของนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นกรอบความคิดรวบยอดในการวิจัย (Conceptual Framework) ดังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในภาพที่ 3



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง