

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ
สวัสดิการหอพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
Marketing Mix Factors Affecting Student Satisfaction with Dormitory
Welfare Services at Prince of Songkla University, Pattani Campus

เครื่องมือ แก้วทอง ^{1*} โสจิรัตน์ เพ็ชรพาน ¹ และ ณรงค์ศักดิ์ รอบคอบ ¹
Kruamas Kaewthorn ^{1*} Sojirat Phetphan ¹ and Narongsak Rorbkorb ¹

¹ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

¹ Faculty of Education Prince of Songkla University

*Corresponding Author, E-mail: kruamas.k@psu.ac.th

Article Info

■ Received: November 14, 2023

■ Revised: July 31, 2024

■ Accepted: August 21, 2024

■ Available Online: August 26, 2024

Abstract

This research aims to examine the levels and marketing mix factors influencing student satisfaction with dormitory welfare services at Prince of Songkla University, Pattani Campus. The sample size was determined using Yamane's formula, achieving a 95% confidence level with a $\pm 5\%$ margin of error, resulting in a total sample of 311 students. Stratified random sampling was employed based on the proportion of undergraduate dormitory students at the campus. Data were collected using a 5-point Likert scale questionnaire comprising 40 items, with a reliability coefficient of 0.889. The analysis utilized descriptive statistics (mean, percentage, standard deviation) and multiple regression analysis. The study revealed that: 1) The overall level of marketing mix factors (4Ps) in dormitory welfare services was high ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.63), with each aspect also rated at a high level. 2) The marketing mix factors significantly influencing satisfaction with dormitory welfare services included product factors, price factors, distribution channel factors, and marketing promotion factors. These four factors collectively accounted for 75% of the variation in satisfaction, with a significance level of 0.01. Among them, the product factor had the highest influence, as the university's improvements to buildings and facilities notably impacted service usage. The product factor exhibited the highest regression coefficient ($\beta_1 = 0.33$), while the price factor had the lowest ($\beta_2 = 0.17$).

Keywords: Physical, Services, Marketing mix, Welfare, Dormitory

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ การให้บริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ผู้วิจัยใช้การคำนวณ กลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 311 คน โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนนักศึกษาหอพักระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบ Likert จำนวนทั้งสิ้น 40 ข้อ มีความเชื่อมั่น 0.889 วิเคราะห์โดยใช้สถิติ (ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) สมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ด้านบริการสวัสดิการหอพักโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$ S.D. = .63) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพัก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจด้านบริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 สามารถอธิบาย การเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจด้านในการรับบริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษา ได้ร้อยละ 75 เพราะในทางการตลาด ราคา โปรโมชัน โปรดัก พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด เนื่องจาก มหาวิทยาลัยได้มีการปรับปรุง พัฒนาอาคารสถานที่ ให้มีความเหมาะสม จึงส่งผลต่อปัจจัยที่ใช้บริการ โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมากที่สุด ($\beta_1 = 0.33$) และปัจจัยด้านราคามีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยน้อยที่สุด ($\beta_2 = 0.17$)

คำสำคัญ: กายภาพ, บริการ, ส่วนประสมทางการตลาด, สวัสดิการ, หอพัก

บทนำ

ความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบันทำให้สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวให้อยู่รอดในสถานการณ์ปัจจุบัน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้ทบทวนและปรับปรุงแผนฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566 – 2570 ให้สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ที่สำคัญ โดยมียุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาศักยภาพคนให้มีความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงเรียนรู้ยกระดับคุณภาพการอุดมศึกษาและสมรรถนะกำลังคนตอบสนองทิศทาง การพัฒนาประเทศ Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (2024). จากการศึกษาของ Chantachit (2019) ในระดับอุดมศึกษามีความมุ่งหมายที่จะพัฒนาบุคคลให้เป็นกำลังคนมีคุณภาพเป็นเครื่องมือการใช้ชีวิตในอนาคต ซึ่งหอพักนักศึกษาเป็นสวัสดิการบริการหนึ่งที่สถาบันอุดมศึกษาจัดให้นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาหรือที่พักอยู่ห่างไกลจากสถานศึกษา มีความสะดวกในด้านที่พักอาศัยแล้วยังเป็นสถานที่ที่จะส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาการ ของนักศึกษาให้เป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ Yamkasikorn (1999) กล่าวว่า การจัดการระบบหอพักที่สนับสนุนการพัฒนานักศึกษาที่มีความเหมาะสมคือแนวคิดแบบ “ศูนย์ศึกษาและอาศัย” (Living and Learning Centers) ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาบัณฑิตโดยมีส่วนประกอบของการจัดการหอพักที่ประกอบด้วย การมีโปรแกรมเพื่อพัฒนานักศึกษาตาม ความต้องการของนักศึกษา การมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความชำนาญคอยจัดการดูแลโปรแกรม และ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นของนักศึกษา ดังนั้น หอพักที่ดีจึงควรมีลักษณะเป็นทั้งศูนย์ศึกษาและที่พักอาศัยในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปสถาบันอุดมศึกษาจัดหอพักเพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักศึกษาได้อยู่อย่างสบายและปลอดภัย เช่นเดียวกับหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ภายใต้การดูแลของงานสวัสดิการที่พักและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ กองพัฒนานักศึกษาวิทยาเขตปัตตานี จัดให้บริการเป็นพื้นที่สำหรับพักอาศัยและสนับสนุนให้การศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งพัฒนานักศึกษาในลักษณะเป็นแหล่งพักอาศัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้ Living Learning and Caring Center ภายใต้กรอบแนวคิด Happy Dormitory Community : HDC ซึ่งภายในหอพักให้บริการและสวัสดิการทั้งภายในและภายนอกห้องพัก เครื่องน้ำร้อนน้ำเย็น ตู้เย็น ไมโครเวฟ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เครื่องถ่ายเอกสาร ด้านความปลอดภัย CCTV ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) Co-Learning Space เป็นต้น

Good (1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ ระดับความพึงพอใจ หรือความรู้สึกทางบวก ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น ส่งผลต่อความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้พักอาศัยในปัจจุบัน ตอบโจทย์ รูปแบบการให้บริการของหอพัก ผู้พักอาศัยที่ต้องการความเป็นส่วนตัว สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย และช่องทางการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว เข้าถึงง่าย เพื่อให้การดำเนินการด้านหอพักเป็นไปด้วยความเรียบร้อย Kotler (2003) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการกำหนดกลยุทธ์การตลาด จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ของ Vannavanit (2011) กล่าวว่าองค์ประกอบที่สำคัญในกลยุทธ์การตลาดคือ กระบวนการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด โดยมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ขอบเขตการบริการ คุณภาพการบริการและการบริการหลังการขาย ที่จะต้องครอบคลุมทุก ๆ ด้าน 2) ราคา (Price) ระดับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน 3) การจัดจำหน่าย (Place) ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายต้องมีความครอบคลุมเป็นปัจจัยเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการ และ 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ความหลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่าง ๆ และรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่ออื่น ๆ ซึ่งจากรายงานประเมินความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการให้บริการ งานสวัสดิการที่พักและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ กองพัฒนานักศึกษาวิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2565 Student Development Division, Pattani Campus (2022) กล่าวว่า ได้มีข้อเสนอแนะการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านบริการ ด้านสวัสดิการ จึงนำมาซึ่งการที่หน่วยงานดำเนินการจัดทำเสนอคำขอของบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาหอพักนักศึกษาในปีการศึกษาถัดไป

ดังนั้น จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ (4Ps) คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านบริการสวัสดิการของนักศึกษาหอพัก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และผลที่ได้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการให้บริการสวัสดิการหอพัก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ในด้านต่าง ๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการนักศึกษาหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

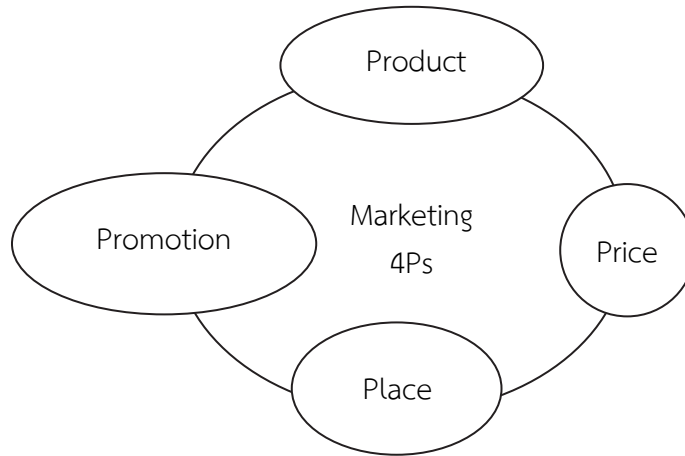
Kotler (2003) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

Lomsetthi (2011) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในระดับที่สูง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ได้แก่ เพศ ภูมิฐานะ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบอีกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน

Vannavanit (2011) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญในกลยุทธ์การตลาดนั้นก็คือ กระบวนการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดโดยรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ขอบเขตการบริการ คุณภาพการบริการ การรับประกันและการบริการหลังการขาย นั่นคือส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์ด้านบริการที่จะต้องครอบคลุมทุก ๆ ด้านดังกล่าว
2. ราคา (Price) ระดับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่าง ๆ มีคุณภาพของการให้บริการ
3. การจัดจำหน่าย (Place) ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายต้องมีความครอบคลุมเป็นปัจจัยเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการ
4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ความหลากหลายของการสื่อสารกับตลาด ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผ่านโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่ออื่น ๆ

กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจำเป็นต้องมีส่วนประสมทางการตลาดเป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อน และทำให้มีความแตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป



ภาพ 1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดแบบ 4Ps

ที่มา: ดัดแปลงจาก Udomthanathira (2022)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน โดยใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory Motivation) ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์และได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ ดังนี้

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม
5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป

การวัดความพึงพอใจตามทฤษฎีที่ Kajornsini (2006) ได้กล่าวถึงวิธีที่สามารถใช้วัดความพึงพอใจ เจตคติ หรือทัศนคติของบุคคลได้คือการวัดความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ โดยใช้เทคนิคลิเคิร์ต (Likert) อย่างไรก็ตามการวัดความพึงพอใจนั้นสามารถเกิดความคลาดเคลื่อนได้ เนื่องจากบุคคลอาจมีการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของตนเอง โดยได้เสนอว่าเทคนิค Likert เป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถวัดทัศนคติได้โดยให้ค่าเที่ยงตรงสูง การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม การใช้คำถามที่ได้รับการทดสอบเพื่อความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ทำให้ได้รับคำตอบที่ชัดเจนและแน่นอน มีความสะดวกและรวดเร็วในการสำรวจ สามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีประชากร คือ นักศึกษาซึ่งพักอาศัยในหอพักของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี จำนวน 1,390 คน กลุ่มตัวอย่าง ที่พักในหอพัก จำนวน 311 คน ซึ่งได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ ± 5 โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนประชากร จำแนกตามหอพัก โดยเลือกนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในหอพักระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2566 ทั้งหมด 6 แห่ง ประกอบด้วย นักศึกษาชายที่อาศัยอยู่ในหอพัก 9 และนักศึกษานหญิงที่อาศัยอยู่ในหอพัก 4, 5, 6, 8, และ 10 ในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหอพัก

หอ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
4 (หญิง)	33	6
5 (หญิง)	126	25
6 (หญิง)	141	27
8 (หญิง)	260	96
9 (ชาย)	390	77
10 (หญิง)	440	80
รวม	1390	311

ขั้นตอนการสร้างพัฒนาเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการให้บริการสวัสดิการหอพักนักศึกษา
2. กำหนดนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
3. ยกร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
4. ตรวจสอบความตรงของข้อคำถาม พิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า (IOC) อยู่ในช่วง 0.67-1.00
5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาซึ่งพักอาศัยในหอพักของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาคซ์ (Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ 0.83 ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสมนำไปใช้ได้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยความพึงพอใจต่อการให้บริการและสวัสดิการของนักศึกษาภายในหอพัก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา หรือช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จำนวน 4 ปัจจัย 10 ข้อคำถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 ข้อคำถาม
2. ราคา จำนวน 3 ข้อคำถาม
3. สถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย จำนวน 3 ข้อคำถาม
4. การส่งเสริมการตลาด จำนวน 2 ข้อคำถาม

ตอนที่ 3: ความพึงพอใจต่อการบริการและสวัสดิการด้านต่าง ๆ ได้แก่ด้านกายภาพ ด้านบริการ ด้านสวัสดิการ และด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาในหอพัก จำนวน 5 ด้าน 36 ข้อคำถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านกายภาพ จำนวน 8 ข้อคำถาม
2. ด้านบริการ จำนวน 5 ข้อคำถาม
3. ด้านสวัสดิการ จำนวน 15 ข้อคำถาม
4. ด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาในหอพัก จำนวน 8 ข้อคำถาม

ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวคิด Likert Rating Scales ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 ถึง 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 ถึง 4.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 ถึง 3.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 ถึง 2.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 ถึง 1.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ทำการตรวจหาค่า IOC และเมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติอย่างง่าย ซึ่งรวมถึงค่าความถี่ (f) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้เข้าใจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหอพักและบริการที่ได้รับอย่างชัดเจนและเชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้จำนวนและร้อยละ จำแนกตามหอพัก เพศ คณะ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

จากการส่งแบบสอบถามทั้งหมด 311 ชุด และมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 311 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการของนักศึกษาภายในหอพัก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี สรุปได้ว่า

1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 311 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 74.28 เมื่อจำแนกตามชั้นปี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 78.14 เมื่อจำแนกตามศาสนา ศาสนาอิสลาม จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 87.14 เมื่อจำแนกตามอายุ อายุ 18 – 21 ปี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 96.14 เมื่อจำแนกตามคณะ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 23.15 เมื่อจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน เป็นเงิน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 30.22 เมื่อจำแนกตามหอพัก หอพัก 8 จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 28.94 ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ระดับตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	1. ชาย	80	25.72
	2. หญิง	231	74.28
ชั้นปีที่นักศึกษา กำลังศึกษา	1. ชั้นปีที่ 1	243	78.14
	2. ชั้นปีที่ 2	27	8.68
	3. ชั้นปีที่ 3	32	10.29
	4. ชั้นปีที่ 4	9	2.89
ศาสนา	1. พุทธ	36	11.57
	2. อิสลาม	271	87.14
	3. คริสต์	0	0
	4. อื่นๆ	4	1.29
อายุ	1. ต่ำกว่า 18 ปี	4	1.29
	2. 18-21 ปี	299	96.14
	3. 22 ปีขึ้นไป	8	2.57
คณะ	1. ศึกษาศาสตร์	60	19.29
	2. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	72	23.15
	3. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	62	19.93
	4. วิทยาการอิสลาม	31	9.97
	5. รัฐศาสตร์	34	10.94
	6. วิทยาการสื่อสาร	24	7.72
	7. ศิลปกรรมศาสตร์	5	1.61
	8. พยาบาลศาสตร์ วิทยาเขตปัตตานี	23	7.39
รายได้ครอบครัวต่อเดือน	1. น้อยกว่า 5,000 บาท	67	21.54
	2. 5,001-10,000 บาท	94	30.22
	3. 10,001-15,000 บาท	61	19.61
	4. 15,001-20,000 บาท	41	12.20
	5. 20,001-25,000 บาท	16	4.80
	6. มากกว่า 25,000 บาท	32	9.50

ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
หอพักที่นักศึกษาพักอาศัย	1. หอพัก 4	6	1.80
	2. หอพัก 5	30	8.90
	3. หอพัก 6	30	8.90
	4. หอพัก 8	90	28.94
	5. หอพัก 9	73	23.47
	6. หอพัก 10	82	26.37

2. วิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) หมายถึง การวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการของหอพักนักศึกษาในภาพรวม

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P)	M	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.10	.83	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.10	.75	มาก
3. ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.15	.72	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.07	.78	มาก
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ในภาพรวม	4.11	.63	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีความคิดเห็นต่อระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการ ด้านกายภาพของหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ด้านกายภาพ	M	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายในหอพักเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้	3.84	.92	มาก
2. ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายใน หอพักมีความน่าอยู่	3.95	.88	มาก
3. ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคารหอพักเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้	3.87	.89	มาก
4. ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคารหอพักมีความน่าอยู่	3.91	.88	มาก
5. ความเหมาะสมของระบบแสงสว่างภายในห้องพัก	4.02	.89	มาก
6. ความเหมาะสมของระบบแสงสว่างบริเวณภายนอกอาคารหอพัก	3.92	.98	มาก
7. ความเหมาะสมของระบบระบายอากาศภายในห้องพัก	3.83	.98	มาก
8. ความเรียบร้อยด้านกายภาพของหอพัก	4.00	.85	มาก
ความพึงพอใจด้านกายภาพในภาพรวม	3.92	.78	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการด้านกายภาพของหอพักนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความเหมาะสมของระบบแสงสว่างภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ ความเรียบร้อยด้านกายภาพของหอพัก

ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายในหอพักมีความน่าอยู่ ความเหมาะสมของระบบแสงสว่างบริเวณภายนอกอาคารหอพัก ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคารหอพักมีความน่าอยู่ ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคารหอพักเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ ความเหมาะสมของการจัดสภาพแวดล้อมภายในหอพักเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ ความเหมาะสมของระบบระบายอากาศภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 3.95, 3.92, 3.91, 3.87, 3.84 และ 3.83 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการ ด้านบริการของหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ด้านบริการ	M	S.D.	ระดับ
1. ความสุภาพในการให้บริการ	4.10	.88	มาก
2. ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ	3.93	.94	มาก
3. ความสามารถในการให้คำปรึกษาหรือแนะนำนักศึกษา	4.02	.92	มาก
4. ความสามารถในการช่วยนักศึกษาแก้ปัญหาในหอพัก	4.00	.91	มาก
5. ความเป็นกลางในการให้บริการ	4.11	.92	มาก
ความพึงพอใจด้านบริการของหอพักนักศึกษาในภาพรวม	4.03	.83	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีความคิดเห็นต่อระดับระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการ ด้านบริการของหอพักนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเป็นกลางในการให้บริการ ความสุภาพในการให้บริการ ความสามารถในการให้คำปรึกษาหรือแนะนำนักศึกษา ความสามารถในการช่วยนักศึกษาแก้ปัญหาในหอพัก ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11, 4.10, 4.02, 4.00 และ 3.93 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการ ด้านสวัสดิการของหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ด้านสวัสดิการ	M	S.D.	ระดับ
1. ภายนอกห้องพัก			
1.1 ความเหมาะสมของจำนวนตู้กดน้ำในการให้บริการแต่ละชั้น	3.76	1.09	มาก
1.2 ห้องน้ำและอุปกรณ์ในห้องน้ำมีความสะอาด	3.55	1.09	มาก
1.3 ประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์มีความเหมาะสมกับการใช้งานของนักศึกษา	3.23	1.24	ปานกลาง
ด้านสวัสดิการ	M	S.D.	ระดับ
1.4 สภาพโดยรวมของหอพักมีบรรยากาศเอื้อต่อการเรียนรู้	3.73	.98	มาก
1.5 นักศึกษาได้รับการบริการข้อมูลข่าวสารของหอพักผ่านเว็บไซต์หอพัก/ เฟซ / เพชบุ๊ก/ บอร์ดประชาสัมพันธ์ของหอพัก / ไลน์กลุ่ม	4.20	.90	มาก
1.6 การบริการการเปิด - ปิดและเวชภัณฑ์ หอพักมีอาสาสมัครประจำบ้านให้บริการ	3.96	.96	มาก
1.7 การจัดพื้นที่แห่งการเรียนรู้ (Co-learning Space)	3.78	.92	มาก
1.8 ความสะดวกในการขอรับบริการหอพักรายวัน	3.89	.89	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านสวัสดิการ	M	S.D.	ระดับ
2. การให้บริการภายในห้องพักและการจัดนักศึกษาเข้าห้องพัก			
2.1 ความเหมาะสมของอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เตียง เป็นต้น	4.00	.90	มาก
2.2 สภาพห้องพักมีความสะอาดน่าอยู่	4.01	.87	มาก
2.3 ความเหมาะสมของจำนวนนักศึกษาต่อห้องพัก	3.97	1.03	มาก
3. ระบบรักษาความปลอดภัย			
3.1 เจ้าหน้าที่หน่วยรักษาความปลอดภัยมีความสุภาพเป็นมิตร	3.99	.93	มาก
3.2 เจ้าหน้าที่หน่วยรักษาความปลอดภัยให้การช่วยเหลือนักศึกษา เมื่อเกิดเหตุวุ่นเหตุน่ากลัว	4.13	.85	มาก
3.3 สมาชิกในหอพักมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือกันในการดูแล สอดส่องความปลอดภัยในหอพัก	4.12	.85	มาก
3.4 นักศึกษามีความรู้สึกละเลยเมื่ออยู่ภายในบริเวณหอพัก	4.15	.81	มาก
ความพึงพอใจด้านสวัสดิการของหอพักในภาพรวม	3.95	.71	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการด้านสวัสดิการของหอพักนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านด้านภายนอกห้องพัก พบว่า นักศึกษาได้รับการบริการข้อมูลข่าวสารของหอพักผ่านเว็บไซต์หอพัก/เพจ / บอร์ดประชาสัมพันธ์ของหอพัก / ไลน์กลุ่ม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ การบริการการเบิก – จ่ายยาและเวชภัณฑ์ หอพักมีอาสาสมัครประจำบ้านไว้บริการ ความสะดวกในการขอรับบริการหอพักรายวัน การจัดพื้นที่แห่งการเรียนรู้ (Co-Learning Space), ความเหมาะสมของจำนวนตู้กดน้ำในการให้บริการแต่ละชั้น สภาพโดยรวมของหอพักมีบรรยากาศเอื้อต่อการเรียนรู้ห้องน้ำและอุปกรณ์ในหอพักมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96, 3.89, 3.78, 3.76, 3.73, 3.55 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์มีความเหมาะสมกับการใช้งานของนักศึกษามีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ด้านการให้บริการภายในห้องพักและการจัดนักศึกษาเข้าห้องพัก พบว่า สภาพห้องพักมีความสะอาดน่าอยู่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เตียง เป็นต้น ความเหมาะสมของจำนวนนักศึกษาต่อห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ 3.97 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า นักศึกษามีความรู้สึกละเลยเมื่ออยู่ภายในบริเวณหอพัก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่หน่วยรักษาความปลอดภัยให้การช่วยเหลือนักศึกษา เมื่อเกิดเหตุวุ่นเหตุน่ากลัว สมาชิกในหอพักมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือกันในการดูแลสอดส่องความปลอดภัยในหอพัก เจ้าหน้าที่หน่วยรักษาความปลอดภัยมีความสุภาพเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13, 4.12 และ 3.99 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการ ด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาหอพักของหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาหอพัก	M	S.D.	ระดับ
1. กิจกรรม/โครงการพัฒนานักศึกษาหอพัก			
1.1 กิจกรรมหอพักมีความน่าสนใจ	3.77	.93	มาก
1.2 จำนวนกิจกรรมมีความเพียงพอและเหมาะสม	3.82	.89	มาก
1.3 นักศึกษาให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมที่หอพักจัดให้	3.94	.86	มาก
1.4 นักศึกษาได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมของหอพัก	3.95	.87	มาก
1.5 นักศึกษามีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนในหอพัก และเจ้าหน้าที่หอพัก	4.06	.80	มาก
2. กิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และวินัยนักศึกษา			
2.1 นักศึกษารู้สึกภูมิใจที่ปฏิบัติตามระเบียบ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติของหอพัก	4.20	.82	มาก
2.2 นักศึกษาเห็นด้วยกับการมีระเบียบ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติของหอพัก เพื่อการอยู่ร่วมกันในหอพัก	4.28	.80	มาก
2.3 นักศึกษาเห็นด้วยว่าหากมีผู้กระทำความผิด ควรถูกดำเนินการด้านวินัยนักศึกษา	4.29	.79	มาก
ความพึงพอใจด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาหอพักในภาพรวม	4.08	.67	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจต่อการบริการสวัสดิการด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาหอพักในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านกิจกรรม/โครงการพัฒนานักศึกษาหอพัก พบว่า นักศึกษามีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนในหอพัก และเจ้าหน้าที่หอพัก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมา คือนักศึกษาได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมของหอพักนักศึกษานักศึกษาให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมที่หอพักจัดให้ จำนวนกิจกรรมมีความเพียงพอและเหมาะสม กิจกรรมหอพักมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95, 3.94, 3.82 และ 3.77 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ด้านกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และวินัยนักศึกษา พบว่า นักศึกษาเห็นด้วยว่าหากมีผู้กระทำความผิดควรถูกดำเนินการด้านวินัยนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือนักศึกษาเห็นด้วยกับการมีระเบียบ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติของหอพัก เพื่อการอยู่ร่วมกันในหอพัก นักศึกษารู้สึกภูมิใจที่ปฏิบัติตามระเบียบ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติของหอพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ตาราง 8 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ตัวแปรพยากรณ์	<u>b</u>	β	SE_b	t	p-value
(constant)	.43		.12	3.49**	.001
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.25	.33	.03	9.31**	.000
2. ด้านราคา (X_2)	.15	.17	.03	4.72**	.000
3. ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.23	.26	.04	6.30**	.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	.24	.29	.04	6.52**	.000
$R = 0.87 \quad R^2 = 0.75 \quad Adj.R^2 = 0.75 \quad F = 230.43$					

**p < .01

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ร้อยละ 75 โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมากที่สุด ($\beta_1 = 0.33$) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta_4 = 0.29$) ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta_3 = 0.26$) และด้านราคา ($\beta_2 = 0.17$) แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ในรูปคะแนนดิบ และมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.43 - 0.25X_1 + 0.15X_2 + 0.23X_3 + 0.24X_4$$

$$\hat{Z} = 0.33Z_1 - 0.17Z_2 + 0.26Z_3 + 0.29Z_4$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยค้นพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาในการรับบริการสวัสดิการหอพักนักศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาหอพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมา คือ ด้านบริการของหอพักนักศึกษา ด้านสวัสดิการของหอพักนักศึกษา ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 3.95 และ 3.92 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระเบียบและข้อบังคับของหอพักนักศึกษารวมถึงให้ความสนใจกับกิจกรรม/โครงการพัฒนานักศึกษาหอพักและส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมที่หน่วยงานจัดขึ้น และด้านกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด จากข้อมูลที่ว่าความเหมาะสมของระบบระบายอากาศภายในห้องพักเนื่องจากบางอาคารมีช่องปิดกันบังสายตาระหว่างอาคารหอพักชายและหญิง จึงทำให้การระบายอากาศภายในห้องพักไม่ถ่ายเทและทึบแสง สอดคล้องกับแนวคิดของ Chantachit (2019) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี อยู่ในระดับร้อยละ 75 โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านราคา พิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ความพร้อมและบริการ ทั้งนี้ เนื่องจากนักศึกษามีความพึงพอใจกับสภาพการออกแบบของหอพัก ซึ่งมีความสะดวกสบาย มีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยอย่างเหมาะสม มีสาธารณูปโภคที่เพียงพอกับจำนวนผู้พักอาศัย ด้านราคา (Price) ค่าธรรมเนียมหอพักนักศึกษาในแต่ละหอพักต่อคนต่อภาคการศึกษา ทั้ง 2 ด้านสอดคล้องกับการศึกษาของ Rakbangyo (2010) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกหอพักเอกชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักเอกชน บริเวณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ทำเลที่ตั้งของหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี สอดคล้องกับการศึกษาของ Chantacharoen (2008) ศึกษาการเลือกใช้บริการหอพักของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ช่องทาง/เครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารเกี่ยวกับหอพักมีประสิทธิภาพนักศึกษาเข้าถึงการบริการได้สะดวก รวดเร็ว และนักศึกษามีโอกาสการเลือกจองหอพัก สอดคล้องกับการศึกษาของ Malasam (2013) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเช่าอพาร์ทเมนต์แบบรายเดือนในตำบลสุเทพ ผลการศึกษา พบว่า ระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการสวัสดิการหอพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ซึ่งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสวัสดิการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาหอพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านบริการของหอพักนักศึกษา ด้านสวัสดิการของหอพักนักศึกษา ด้านกายภาพ ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมากและสำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสวัสดิการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสวัสดิการหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะการนำวิจัยไปใช้ดังนี้

1) ความพึงพอใจที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในการให้บริการสวัสดิการ คือด้านกายภาพและการบริการ ผู้ให้บริการควรมีแผนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงโดยการปรับแผนการจัดห้องพักและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานตามความเปลี่ยนแปลงของผู้รับบริการในยุคปัจจุบัน รวมถึง ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การตอบข้อสงสัยหรือข้อซักถามและการเข้าปรับปรุงซ่อมแซมหอพัก เป็นต้น

2) จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจสูงที่สุด ดังนั้นจึงควรหาแนวทางในการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเด็นคำถามในแบบสอบถามมีความสำคัญอย่างมาก ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ผู้วิจัยจะได้ข้อมูลในการวิจัยอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยควรอธิบาย และสร้างความเข้าใจระหว่างการตอบแบบสอบถาม สามารถตอบข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้อย่างชัดเจน
- 2) ควรศึกษาในการวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Cross-sectional Study) ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อพรรณนาและอธิบายถึงความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการและลักษณะงานการให้บริการของงานสวัสดิการที่พักและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลที่แท้จริงต่อความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจึงควรออกแบบเป็นการวิจัยไปข้างหน้า (Cohort study) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ
- 3) ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาในด้านที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพตามกรอบของ AUN-QA ของมหาวิทยาลัยต่อไป

References

- Chantacharoen, P. (2008). *Factors Influencing the Choice of Accommodation Services for Employees in the Northern Industrial Estate of Lamphun Province*. (Research Report). Chiang Mai University.
- Chantachit, N. (2019). *Tertiary Students' Satisfaction toward the dormitory service at Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang Campus*. Retrieved october 31, 2023, from http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2562-5-11_1599048411.pdf
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of education* (3rd ed). New York: McGraw-Hill Book.
- Kajornsinsin, B. (2006). *Research statistics 1* (9th ed.). Bangkok: Department of Educational Research, Faculty of Education, Kasetsart University.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* 11th ed. Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lomsetthi, A. (2011). *Factors affecting selecting accommodation of foreign visitors, Bangkok* (Master of Business Administration Program). Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Malasam, P. (2013). *Services Marketing Mix affecting staff and students of Chiang Mai University towards renting monthly apartments in Tambon Suthep* (Master of Business Administration). Chiang Mai University.
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2023). *Higher education plan for producing and developing the nation's workforce 2021 – 2027, revised edition 2023 – 2027*. Retrieved March 1, 2024, from <https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announce-all/pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html>

- Rakbangyo, S. (2010). *Marketing Mix Factors effecting the choice of private dormitories around Mae Fah Luang University, Chiang Rai* (Master's Thesis in Business Administration). Mae Fah Luang University.
- Student Development Division, Pattani Campus. (2022). *Survey on Student Satisfaction and Expectations*.
- Udomthanathira, K. (2022). *Marketing: 4Ps marketing strategies and Marketing Mix*. Retrieved March 1, 2023, from <https://www.iok2u.com/article/marketing/4ps-marketing-mix>
- Vannavanit, Y. (2011). *Service Marketing* (4th ed.). Kasetsart University.
- Yamkasikorn, M. (1999). *Research report on student dormitory models for Universities in Thailand*. Faculty of Education, Burapha University

