

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคุ้มค่าในการตัดสินใจเข้าสถานที่พักของนักศึกษา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประสิทธิ์ รุ่งเรือง^{1*} มีพร หาญชัยสุขสกุล² สิริชนก อินทะสุวรรณ³ ศิริวรรณ ลักษณะวงศ์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคุ้มค่าในการตัดสินใจเข้าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 513 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ($\beta=0.173$, $p=0.01$) ด้านราคา ($\beta=0.135$, $p=0.01$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\beta=0.102$, $p=0.01$) ด้านคุณภาพการบริการ ($\beta=0.101$, $p=0.05$) ด้านบุคลากร ($\beta=0.093$, $p=0.05$) ด้านลักษณะห้องพัก ($\beta=0.092$, $p=0.05$) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta=0.091$, $p=0.05$) มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความคุ้มค่าในการตัดสินใจเข้าสถานที่พัก ผลการวิจัยนี้ สามารถนำไปปรับใช้เพื่อปรับปรุง พัฒนาคุณภาพของบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

คำสำคัญ : ความคุ้มค่า ส่วนประสมทางการตลาด สถานที่พัก

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา 90000

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา 90000

³ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา 90000

¹ Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, Songkhla 90000

² Assistant Professor, Department of Marketing, Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, Songkhla 90000

³ Lecturer, Department of Marketing, Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, Songkhla 90000

⁴ Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, Songkhla 90000

* Corresponding author: Tel.: 089-9771003 E-mail address: prasi.ru@skru.ac.th

Factors Influencing to Student's Decision Worthiness of Accommodation Renting,

Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University

Prasit Rungruang^{1*}, Jarinee Theancharoen² and Sirichanok Intasuwan³ Siriwan Laksanawong⁴

Abstract

The research objective was to study factors influencing to student's decision worthiness of accommodation renting, faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University by online questionnaires as a tool for data collection. The research sample was 513 students in the faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, selected by purposive sampling method. The analysis statistics were frequency, percentage, average, standard deviation, correlation analysis and multiple regression analysis. The research results found that marketing mix factors which comprised of process ($\beta=0.173$, $p=0.01$), price ($\beta=0.135$, $p=0.01$), promotion ($\beta=0.102$, $p=0.01$), service quality ($\beta=0.101$, $p=0.05$), staff ($\beta=0.093$, $p=0.05$), types of accommodation ($\beta=0.092$, $p=0.05$), and physical environment ($\beta=0.091$, $p=0.05$) had a positive correlation and influence to the worthiness of rental decision for accommodation. Therefore, the research results can be used for the guidance to entrepreneurs for improving efficiency and better meet customer needs.

Keywords: Marketing Mix, Worthiness, Accommodation