

## การประชุมวิชาการระดับชาติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

THE 2 NATIONAL AND INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES (TSU-HUSOICON 2021) THE ROLE, IMPORTANCE AND CHALLENGES OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES IN THE DISRUPTIVE SOCIETY

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Factors Affecting Students' Loyalty of Accommodation Renting, Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University

อรณิข สาครินทร์<sup>1\*</sup> ณภัสรวัลย์ ยินเจริญ<sup>2</sup> รัตนกรณ กูเอนจบ<sup>3</sup> ณัฐชยา ตันกัญ<sup>4</sup>

Email: <sup>\*1</sup>aranid.sa@skru.ac.th <sup>2</sup>Napassawan.yi@skru.ac.th, <sup>3</sup>Rattanakorn.po@ skru.ac.th <sup>4</sup>Natchaya.ta@ skru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่เช่าสถานที่พักทั้งหมด 2,761 คน กลุ่มตัวอย่าง 487 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าทางสถิติทดสอบ Independent Sample T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักประกอบด้วย อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา สาขาวิชาไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยทางด้านเพศ และรายรับต่อเดือน แตกต่างกัน ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตลาดโดยรวม พบว่ามีค่าเท่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.115 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.490 โดยปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.149 และระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก พบว่า มีค่าเท่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.005 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.749 โดยปัจจัยด้านความไม่พอใจต่อราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.111 ทั้งนี้ผลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกระบวนการทางด้านการตลาดต่อความจงรักภักดี

### บทนำ

ในสภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน ทุกภาคส่วนมีความคาดหวังต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นกว่าเดิมมากน้อย แต่ในสภาพความเป็นจริงนั้นเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าระดับศักยภาพต่ออีกปี เนื่องจากภาวะระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและแรงงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) ธุรกิจสถานที่พักของนักศึกษาที่เป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินการระบาดของไวรัสโควิด-19 เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 ที่รุนแรงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการที่พักนักศึกษาต้องมีการปรับแผนการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด อีกทั้งด้วยประกาศของทางมหาวิทยาลัยหลายๆ แห่ง นักศึกษาจำเป็นต้องเรียนออนไลน์ เพื่อลดการรวมกลุ่มกันในการลดการแพร่เชื้อโควิด 19 นักศึกษาหลายๆ รายจึงมีการเรียนแบบออนไลน์ที่บ้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่พักนักศึกษาเป็นอย่างมาก

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่ลงทะเบียนจากสำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ในภาคเรียนที่ 2/2563 ทั้งหมดจำนวน 2,761 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณทางสถิติตามวิธีการของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตลาดที่มีผลต่อการเช่าสถานที่พัก จำนวน 33 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก มีจำนวนคำถาม 5 ข้อเพื่อหาข้อลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้าง/เนื้อหาข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้าง

### ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 มีอายุ 21 ปีขึ้นไป 241 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 กำลังศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 สาขาวิชาการบัญชี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 และมารายรับต่อเดือนอยู่ระหว่าง ค่ากว่า 5,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าสถานที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 อัตราค่าเช่าในปัจจุบันอยู่ระหว่าง 3,001 - 4,000 บาท จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และรู้จักหอพักนี้เพราะมีเพื่อนำ จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 6.93

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติทดสอบโดยใช้ Independent Sample T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One way ANOVA) พบว่า เพศ และรายรับต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.01 และ 0.00 ตามลำดับ หมายความว่า เพศ และรายรับต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับอายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา และสาขาที่ต่างกันมีระดับความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.56, 0.06 และ 0.43 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา และสาขาที่ต่างกันมีระดับความ

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.115, S.D. = 0.490) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.149, S.D. = 0.574) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.118, S.D. = 0.620) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.120, S.D. = 0.660) ด้านลักษณะห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.112, S.D. = 0.495) ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.098, S.D. = 0.646) ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.081, S.D. = 0.666) และด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.032, S.D. = 0.692) ตามลำดับ

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X= 4.005, S.D. = 0.749) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านความไม่พอใจต่อราคา อยู่ในระดับมาก (X= 4.111, S.D. = 0.783) รองลงมา คือ ด้านการแนะนำผู้เข้ามาใช้บริการ อยู่ในระดับมาก (X= 4.070, S.D. = 0.869) ด้านความตั้งใจซื้อ (X= 4.068, S.D. = 0.814) ด้านการกลับมาใช้บริการ อยู่ในระดับมาก (X= 4.027, S.D. = 0.792) และด้านพฤติกรรมกรรมการร้องเรียน อยู่ในระดับมาก (X= 3.984, S.D. = 0.864) ตามลำดับ

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อธิบายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

เพศ และรายรับต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับ มาสินี เกลี้ยงสำ และบุญสม เกษะประดิษฐ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท พีแอนด์พี อีเลคทรอนิกส์ เทคโนโลยี จำกัด พบว่า เพศที่ต่างกันจะมีความจงรักภักดีต่อองค์กรแตกต่างกัน เหตุผลที่พอเป็นไปได้ เนื่องจากเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับสถานที่พักที่ปลอดภัยสูงมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ คนที่มีรายได้สูงอาจมีความต้องการปัจจัยพื้นฐานของการเช่าที่พักเพิ่มขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับ สุกีสสร ศรีมนตรี และภิเชก ชัยนิรันดร์ (2558) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความภักดีต่อสินค้าในพาณิชย์ อีเลคทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา และสาขาที่ต่างกันมีความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก นักศึกษามีระดับอายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา และสาขาไม่ต่างกันมากอาจมีประสบการณ์เช่าที่พักน้อยเลยขาดข้อเปรียบเทียบหรืออำนาจในการตัดสินใจเช่าสถานที่พักขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักไม่ต่างกัน สอดคล้องกับ จิรภัทร เอนกวิทย์ (2557) พบว่า พนักงานที่มีอายุต่างกันมีความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ นันทพร ชวนชอบ (2560) พบว่า อายุแตกต่างกันส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ช่วงอายุที่ต่างกันอาจให้ความไว้วางใจหรือความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักเหมือนกัน นอกจากนี้ ชั้นปีที่ศึกษาที่ต่างกันมีความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากระดับชั้นปีที่ศึกษาต่างกันจะมีความรู้ ประสบการณ์การเช่าสถานที่พักไม่เท่ากันอย่างไรก็ตามนักศึกษากลุ่มใหญ่ได้รับเงินจากผู้ประกอบการ ดังนั้น การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงสถานที่พักอาศัยจำเป็นต้องให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบจึงสรุปได้ว่าชั้นปีที่ศึกษาที่มีความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักไม่ต่างกัน สอดคล้องกับ สุวรรณศรี ศรีธัญ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการที่สัมพันธ์กับของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ สาขาที่ต่างกันมีความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พัก ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการอาจมีลักษณะนิสัยไม่ต่างกันมากเหมือนสายสังคม กับสายวิทยาศาสตร์ ดังนั้น ความจงรักภักดีในการเช่าสถานที่พักจึงไม่ต่างกัน

### เอกสารอ้างอิง

จิรภัทร เอนกวิทย์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา โรงแรมเอเชีย แอร์พอร์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม).

นันทพร ชวนชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคลากรมีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา กองบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

มาสินี เกลี้ยงสำ และ บุญสม เกษะประดิษฐ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท พีแอนด์พี อีเลคทรอนิกส์ เทคโนโลยี จำกัด. วารสารวิจัยราชภัฏภูเก็ต, 5(3), 1-8.