

พฤติกรรมผู้บริโภคเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Behavior of consumers choosing to use Condotel services in Pattaya City,

Chon Buri Province.

ศิริพร ทองอุทิศ¹, ปริญาภรณ์ พจน์อริยะ²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ทดสอบ (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One way Anova) และการวิเคราะห์แบบไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran

ผลการศึกษา ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี สถานะภาพโสดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

การทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สรุปได้ดังนี้ (1) เพศที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (2) อายุที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์จึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (3) สถานภาพที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (4) รายได้ที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (5) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการ

บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (6) อาชีพที่แตกต่างก็มีปัจจัยต่อการใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Visionary Leaders) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The objective of this independent study is (1) to study the behavior of choosing Condotel services in Pattaya city, Chonburi province. (2) studying factors affecting the decision to use Condotel services in Pattaya city, Chonburi province. Quantitative research the population of There are Thai and foreign tourists visiting and using Condotel in Pattaya City, Chonburi Province. The tools for collecting data were questionnaires. Data analysis statistics include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One way Anova, and unknown size analysis of W.G.Cochran.

The results of personal data study revealed that Respondents Most are 244 female, 31-40 years old, single status, with average monthly income 20,001 - 30,000 Baht. Bachelor degree study have a career in a private company.

Hypothesis testing Personal data, gender, age, status, income, education level, occupation can be summarized as follows: (1) Different genders have different factors in using the services, therefore rejecting the research hypothesis (2) Age differences There was no difference in factors in using services in products, therefore rejecting the acceptance of research hypothesis. (3) Different status, different factors in using services Therefore, rejecting the research hypothesis. (4) Different incomes have different factors to use of services in all aspects, therefore accept the research hypothesis. (5) Different educational levels have the factors affecting the use of services differ in all aspects, therefore accepting the research hypothesis. (6) Different careers have different factors affecting the use of services in all areas, therefore accepting the research hypothesis.

บทนำ

คอนโดเทล (Condotel) เป็นคำผสมระหว่าง คอนโด กับ โฮเทล (Condo + Hotel) เกิดขึ้นในรูปแบบห้องพักที่มีเจ้าของแต่ปล่อยเช่ารายวันแบบถูกกฎหมาย เนื่องจากได้จัดกรรมสิทธิ์และขออนุญาตประกอบกิจการทั้ง 2 รูปแบบ คอนโดเทล (Condotel) แตกต่างจากโรงแรม เปรียบเทียบการซื้อ คอนโดมิเนียม เสมือนเป็นเจ้าของโรงแรม 1 ห้องหรือสามารถที่จะซื้อคอนโดมิเนียมไว้ทั้งตึกได้ นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) จะพัฒนารูปแบบการขายคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยเป็นไปในรูปแบบของการปล่อยเช่า โดยมีการเข้ามาบริหารแทนเจ้าของห้องในรูปแบบโรงแรมก่อนที่จะมีการจัดตั้งนิติบุคคล ซึ่งแต่ละโครงการจะมีระยะเวลาในการการันตีการเช่าแตกต่างกันไป ทำให้คอนโดเทล (Condotel) เป็นรูปแบบของการลงทุนที่นักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจ เนื่องจากจะมีการได้รับเงินปันผลในทุกๆปีจากการการันตีการเช่าโดยนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) ไม่ว่าจะ มีผู้เข้าพักหรือไม่มีผู้เข้าพักก็ตาม อีกทั้งเจ้าของห้องยังประหยัดเวลาในการจัดหาคนเช่าได้อีกด้วย ในส่วนของผู้เข้าพัก อาจจะมีทั้งรายวัน รายเดือน หรือรายปี ซึ่งกำไรจากการปล่อยเช่า ก็คือเป็นค่าดำเนินการของทางนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) เมื่อนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) สิ้นสุดการันตี หลังจากนั้นเจ้าของกรรมสิทธิ์ทุกคน มีสิทธิ์เลือกที่จะยังคงความเป็นคอนโดเทล (Condotel) โดยให้นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) ที่เคยบริหารอยู่แล้วเข้ามาบริหารหรืออาจจะจ้างผู้ดูแลใหม่เพื่อเข้ามาบริหาร ซึ่งตรงนี้แนวโน้มของเรื่องอัตราค่าเช่าที่ผ่านมา สามารถเป็นตัวบ่งบอกถึงผลตอบแทนที่เจ้าของห้องในคอนโดมิเนียมจะปรับให้เหมาะสม หรือเลือกใช้ทีมบริหารของตัวเองชุดใหม่ แต่การตลาดในการหาผู้มาเข้าพักเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) เดิมจะมีความเชี่ยวชาญกว่าหลังจากได้รับผลตอบแทนค่าเช่ามาตลอดหลายปี เมื่อสินทรัพย์มีมูลค่าเพิ่ม อันเกิดจากราคาประเมินที่ดิน ภาวะเงินเฟ้อต่างๆ เจ้าของห้องสามารถขายโอนกรรมสิทธิ์ได้เหมือนคอนโดมิเนียมโดยทั่วไป

ปัจจุบันภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เดิมโตต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย คิดอันดับ 8 ในเอเชียและมีการขยายตัวของเมืองจากหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี และเป็นเมืองท่องเที่ยว

อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวก และมีการเติบโตจากโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ทั้งสนามบิน รถไฟฟ้าความเร็วสูง เส้นทางมอเตอร์เวย์ รวมทั้งโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ส่งผลดีต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการเช่า จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ราคาที่ดินในพัทยาสูงขึ้น จากตารางหลักหมื่นบาทขยับขึ้นไปถึงหลักแสนบาท เดิมโตไม่น้อยกว่าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทำให้ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเติบโตค่อนข้างสูง โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม ซึ่งในเมืองพัทยามีอัตราการเข้าพักถึง 80% ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ตอบสนองเรื่องการท่องเที่ยวเติบโตอย่างเนื่อง จึงเป็นโอกาสให้คอนโดเทล (Condotel) เข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากเพื่อใช้พักอาศัยหรือใช้เป็นบ้านพักตากอากาศแล้วยังสามารถสร้างผลตอบแทนจากอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าได้อีกด้วยเนื่องจากแนวโน้มการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ยังเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถได้ผลตอบแทนทั้งค่าเช่าและส่วนต่างมูลค่าสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น (Capital gain) หากลงทุนในทำเลดีนักลงทุนจึงนิยมลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ประกอบกับบริษัทมีการการันตีผลตอบแทนตามระยะเวลาที่กำหนด หลังจากนั้นจะแบ่งผลกำไรระหว่างเจ้าของห้องและผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Developer) รวมทั้งเจ้าของห้องยังสามารถเข้าพักฟรีตามเงื่อนไขที่ได้ลงนามในสัญญาโครงการได้อีกด้วย

ปัจจุบันภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยอยู่ในภาวะชะลอตัว โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลักอย่างเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงส่งผลกระทบต่อช่วงไฮซีซั่นปลายปีนี้ด้วย ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และกลุ่มสแกนดิเนเวียซึ่งปกติจะเข้ามาพักเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 1 เดือนประกอบกับเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) เพื่อให้ตรงตามความต้องการและตรงตามสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นแนวทางของข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจหรือหน่วยงานอื่นๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาครั้งนั้นวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี

2.2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี

นิยามคำศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายนิยามศัพท์ ดังนี้
ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่
เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานประเภทธุรกิจ

คอนโดเทล (Condotel) หมายถึง คอนโดมิเนียม (Condominium) ที่บริหารจัดการในรูปแบบ
ของโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการครบครัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่เข้ามา
ใช้บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้
สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** พฤติกรรมผู้บริโภคเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ใช้แนวคิดการ
ด้านพื้นที่ที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ระยะเวลาใช้บริการ และรูปแบบการให้บริการ

2. **ขอบเขตด้านประชากร** จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่
เมืองพัทยากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน

3. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน สิงหาคม ถึงเดือน พฤศจิกายน 2562
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบการดำเนินธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
2. เพื่อเป็นข้อมูลที่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่สนใจศึกษา หน่วยงาน และบริษัทต่างๆ เพื่อเป็น
แนวทางให้กับผู้ประกอบการเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการจัดการความรู้ในองค์กร

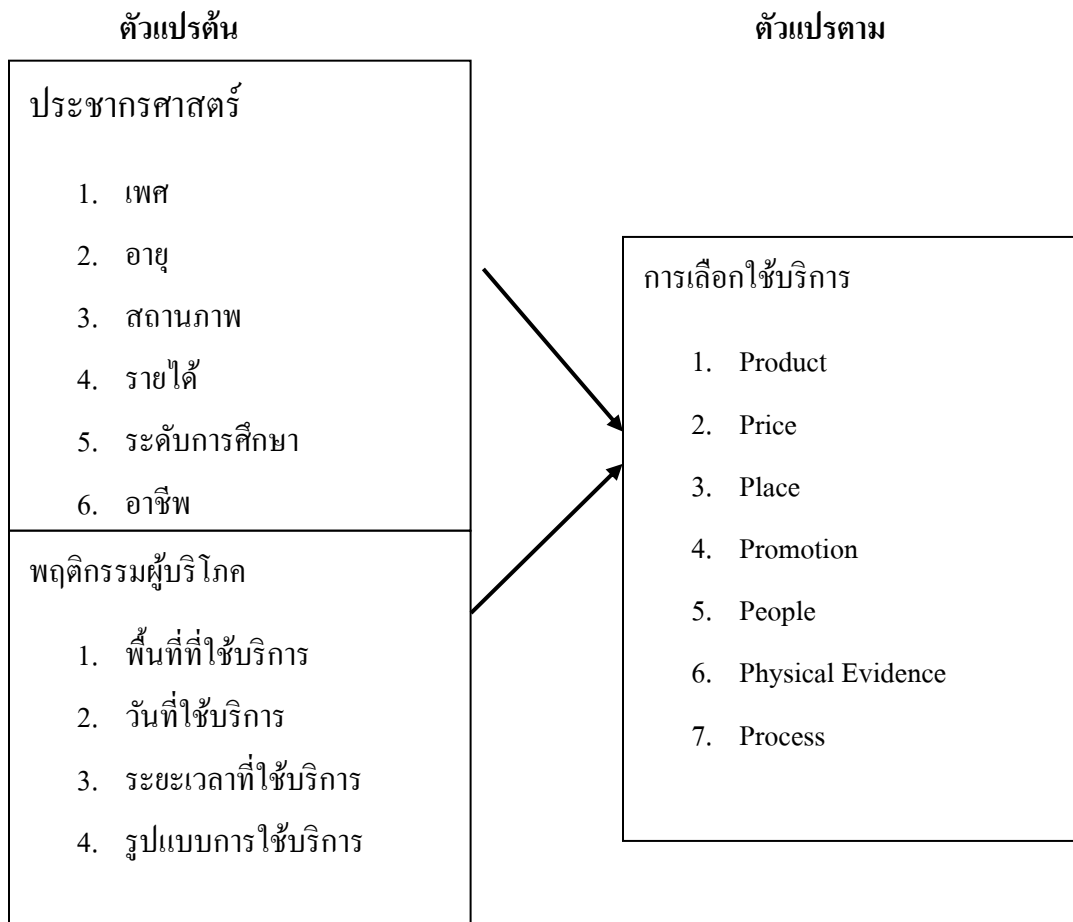
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ที่ใช้บริการ ด้าน
วันที่ใช้บริการ ด้านระยะเวลาใช้บริการ และด้านรูปแบบการบริการ

2. แนวคิด ทฤษฎี การบริการ ได้แก่ ด้านสินค้า(Product) ด้านราคา(Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion)ด้านบุคคล(People)ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและ การเลือกใช้บริการ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด



สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีปัจจัยที่ต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. แนวทางการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวทางการวิจัยรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) แนวคิดทฤษฎี และศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. พื้นที่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ศึกษาประชากรมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อน 5 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3. การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณจึงใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายปิด โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา และนำมาจัดทำแบบสอบถามให้มีความสัมพันธ์กับกรอบแนวความคิด พร้อมทั้งผลการวัดค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยการคำนวณค่า IOC หรือค่าความสอดคล้องของแต่ละข้อ ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.5 จึงจะถือว่าคำถามนั้นมีความเที่ยงตรง

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

การวัดค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยผลการตรวจสอบหาค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการบริโภค และตัวแปรการบริการมีความสอดคล้องกัน

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง จากเช่น เอกสารวิชาการ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร เว็บไซต์เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้เก็บข้อมูลแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยวิธีเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการคอนโดเทล Condotel โดยผู้วิจัยแจกแบบออนไลน์ จนได้ครบจำนวนที่กำหนด เมื่อเก็บครบตามจำนวน ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บจากออนไลน์เสร็จ ทำการ

ตรวจสอบให้มีความครบถ้วนทุกข้ออย่างสมบูรณ์ และผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาแปลงค่าเพื่อนำไปทดสอบในโปรแกรมสำเร็จเพื่อทดสอบหาค่าและนำมาวิเคราะห์สถิติต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยและสถิติ

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเบื้องต้นโดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ทดสอบที (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน(One way Anova)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี สถานะภาพโสดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.33	0.556	มาก
ด้านราคา (Price)	4.30	0.625	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.31	0.702	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.22	0.708	มาก
ด้านบุคลากร (People)	4.26	0.649	มาก

ด้านลักษณะทาง กายภาพ (Physical Evidence)	4.32	0.631	มาก
ด้านกระบวนการ การให้บริการ (Process)	4.29	0.623	มาก

ตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มาก รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านราคา, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคล	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการให้บริการ
เพศ	Sig 0.370 ไม่แตกต่าง	Sig 0.993 ไม่แตกต่าง	Sig 0.269 ไม่แตกต่าง	Sig 0.888 ไม่แตกต่าง	Sig 0.470 ไม่แตกต่าง	Sig 0.261 ไม่แตกต่าง	Sig 0.977 ไม่แตกต่าง
อายุ	Sig 0.349 ไม่แตกต่าง	Sig 0.029* แตกต่าง	Sig 0.017* แตกต่าง	Sig 0.023* แตกต่าง	Sig 0.014* แตกต่าง	Sig 0.017* แตกต่าง	Sig 0.018* แตกต่าง
สถานภาพ	Sig 0.162 ไม่แตกต่าง	Sig 0.439 ไม่แตกต่าง	Sig 0.003* แตกต่าง	Sig 0.500 ไม่แตกต่าง	Sig 0.145 ไม่แตกต่าง	Sig 0.059 ไม่แตกต่าง	Sig 0.027* แตกต่าง

เข้าพัก	0.000** แตกต่างกัน	0.000** แตกต่างกัน	0.000** แตกต่างกัน	0.000** แตกต่างกัน	0.000** แตกต่างกัน	0.000** แตกต่างกัน	0.000** แตกต่างกัน
เหตุผลการ เข้าพัก	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.002** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน
รูปแบบการ จองห้องพัก	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน
จุดประสงค์ การเข้าพัก	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน
เดินทางกับ ใคร	Sig 0.014** แตกต่างกัน	Sig 0.032** แตกต่างกัน	Sig 0.185* ไม่ แตกต่างกัน	Sig 0.006** แตกต่างกัน	Sig 0.001** แตกต่างกัน	Sig 0.001** แตกต่างกัน	Sig 0.001** แตกต่างกัน
ทำเลที่ตั้ง	Sig 0.002** แตกต่างกัน	Sig 0.011** แตกต่างกัน	Sig 0.04** แตกต่างกัน	Sig 0.093 ไม่ แตกต่างกัน	Sig 0.075 ไม่ แตกต่างกัน	Sig 0.022** แตกต่างกัน	Sig 0.073** ไม่แตกต่างกัน
งบประมาณ การเข้าพัก	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.000** แตกต่างกัน
รูปแบบห้อง	Sig 0.000** แตกต่างกัน	Sig 0.001** แตกต่างกัน	Sig 0.014** แตกต่างกัน	Sig 0.006** แตกต่างกัน	Sig 0.002** แตกต่างกัน	Sig 0.001** แตกต่างกัน	Sig 0.005** แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 พบว่า (1) การเข้าพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึง
ปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (2) ระยะเวลาในการเข้าพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้
บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย

(3) เหตุผลการเข้าพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (4) รูปแบบการจองห้องพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (5) จุดประสงค์การเข้าพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (6) เดินทางกับใครที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จึงการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (7) ท่าเลที่ตั้งที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (8) งบประมาณการเข้าพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย (9) รูปแบบห้องพักที่แตกต่างกันมีปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในทุกด้านจึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานการวิจัย

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
 อภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัย ขวัญชนก สุวรรณพงศ์(2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยระดับการศึกษาและอายุเฉลี่ยใกล้เคียงกัน

พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) เข้าพัก 1-3 ครั้งต่อการเข้าพักเฉลี่ย 2 คืนด้วยงบประมาณหรือค่าใช้จ่ายต่อคืนเฉลี่ยอยู่ที่ 1,501-2,000 บาท โดยสอดคล้องกับนางสาวจันทิมา รักมันเจริญ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

การบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคอนโดเทล (Condotel) ห้องพักมีความสะอาด ค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปช่องทางการจองห้องพักที่หลากหลาย เช่น Agoda Booking เป็นต้น มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักด้วยช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ทางด้านบุคลากรพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้ง มีระบบการรักษาความปลอดภัยด้วยกล้อง CCTV และ รปภ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ และการมีระบบการ

ลงทะเบียนเข้าพักมีความสะดวก รวดเร็ว ตามลำดับโดยสอดคล้องกับงานวิจัย อนุรักษ์ ปิ่นทอง (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ใกล้เคียงกัน

ข้อเสนอแนะ

1. คำติสถานที่ยอดควรไม่เพียงพอต่อการให้บริการในการเข้าพัก เนื่องจากมีพื้นที่การให้บริการที่จำกัดและแตกต่างกันออกไป ตามปริมาณเนื้อที่ของแต่ละโครงการ
2. คำชมของผู้มาใช้บริการ สภาพแวดล้อมโดยรวมมีความสะอาด น่าอยู่ เหมาะแก่การเข้ามาพักผ่อน และมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการความช่วยเหลือตลอดเวลา
3. คำแนะนำจากผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ควรนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาใช้บริการด้วย เพื่อมิให้เกิดการรบกวนแก่ผู้มาใช้บริการท่านอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในจังหวัดภูเก็ต
2. ควรศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการคอนโดเทล (Condotel)

เอกสารอ้างอิง

ศิวาพร ศรีศิลป์ (2558).การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการประเมินโครงการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ประเภทการออกกำลังกาย เพื่อชีวิตประจำวัน อำเภอเมืองนนทบุรี
ค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2562, จาก Online URL:

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5704010825_4984_3687.pdf