บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของที่พักแรมในอำเภอเกาะสมุย เนื่องจากในปัจจุบันความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาดังนั้นที่พักแรมที่ดีจึงควรสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ สมมติฐานและตัวแปรกำหนดความหมายของตัวแปร กำหนดนิยามตัวแปรเชิงปฏิบัติการ สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามจำนวน 50 ข้อ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ข้อมูลที่รวบรวมได้มาแล้วนั้นได้นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่ามัชฌิมเลขคณิต (arithmetic means) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากร 2 กลุ่ม (t-test) ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากร 3 กลุ่มขึ้นไป (F-test : one-Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าความแตกต่างโดยวิธีของ Scheffe' และค่าสัมประสิทธิ์ เพียร์สันโปรดักส์โมเม้นต์ (pearson product moment correlation coefficient) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for windows ช่วยในการประมวลผลข้อมูลและได้ทำการทดสอบสมมติฐานทั้ง 13 ข้อ เป็นที่เรียบร้อย

สรุป

ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเกาะสมุยเป็นธุรกิจที่ถือว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงตลอดมา โดยเฉพาะในปี 2550 อำเภอเกาะสมุยมีที่พักแรมทั้งสิ้นจำนวน 414 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ที่มีที่พักแรมจำนวน 365 แห่ง การเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมส่งผลให้สถานการณ์การแข่งขันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นไปอีก ดังนั้น ประเด็นสำคัญที่ธุรกิจที่พักแรมควรนำมาพิจารณาเป็นอย่างยิ่ง ก็คือ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อจะนำมาปรับปรุงและพัฒนาที่พักแรมของตนให้สามารถแข่งขันได้ในธุรกิจต่อไป

การศึกษาครั้งนี้จึงทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรมแรม รีสอร์ท และบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย และความสำคัญของการศึกษาครั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม รวมไปถึงผู้ประกอบการรายใหม่ ได้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม มีทิศทางในการปรับตัวได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

โดยในครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย ปี พ.ศ. 2550 จำนวน 897,799 คน โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดจะใช้การคำนวณสูตรยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (พวงรัตน์, 2540, น.248) ได้เท่ากับ 400 คนและทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างแล้วจึงทำการเก็บรวมรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามในระหว่างวันที่ 20 มิถุนายน – 20 สิงหาคม พ.ศ. 2551

เมื่อรวบรวมข้อมูลเสร็จแล้วนั้น ได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for windows ได้ผลการวิเคราะห์ออกมาดังนี้ คือ ภูมิภาค, อาชีพ, ประสบการณ์เดินทางมาอำเภอเกาะสมุย, จำนวนวันที่พักแรม, รูปแบบการเดินทาง, และวิธีการสำรองห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย จากการวิจัยพบว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่

พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของอดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล ในส่วนของปัจจัยด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขา ภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคล สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับภูมิภาคของนักท่องเที่ยว ได้ทำการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศออกเป็น 6 กลุ่ม ตามภูมิภาค จากทฤษฎีพบว่าสอดคล้องกับการจัดกลุ่มวัฒนธรรมย่อย หรือขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม กลุ่มย่อยมีอิทธิพลมาจาก ชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละกลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคสินค้าแตกต่างกัน และในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของอดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยการศึกษาด้านอาชีพพบว่าบุคคลแต่ละอาชีพมีความต้องการและความจำเป็นในการใช้สินค้าที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การเดินทางมาอำเภอเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกซื้อของ ศุภลักษณ์ อัครางกูร ที่กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกบริการทางการท่องเที่ยว มักจะเป็นกระบวนการที่มีความรอบคอบในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอย่างไรก็ดีในการเลือกดังกล่าวมีปัจจัยต่างๆ อีกมากมายเข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจ หรือปัจจัยในการเลือกทั้งปัจจัยส่วนตัว หรือปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ประสบการณ์เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

จำนวนวันที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานของวชิราภรณ์ โลหะชาละ ซึ่งพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักแรม 1 คืน และ 2 คืน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุดคือ ราคา สาเหตุที่กลุ่มนี้เลือกปัจจัยราคาที่พัก เป็นอันดับแรกเนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องเดินทางไปหลายสถานที่ พักเพียงที่ละ 1 – 2 คืน ดังนั้นจึงชอบที่พักราคาต่ำ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักแรม 5 คืน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุด คือ การบริการ สาเหตุที่กลุ่มนี้เลือกการบริการเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่พักหลายวันและต้องการความสะดวกขณะที่

อยู่ในที่พัก กลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักแรม 6 คืน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุด คือ ความปลอดภัย สาเหตุที่กลุ่มนี้เลือกความปลอดภัยเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่พักหลายวันอาจจะทิ้งสิ่งของไว้ในที่พักและออกไปท่องเที่ยวในที่ไกลๆ จึงต้องการความปลอดภัยของที่พัก

รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ของ อดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดย ขั้นตอนวัฏจักรของครอบครัว ขั้นตอนการดำรงชีวิต ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

วิธีการสำรองห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม สอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของ ศุภลักษณ์ อัครางกูร ในขั้นตอนการหาข้อมูล โดยแหล่งข้อมูลแบบออกได้เป็น 3 แหล่ง ดังนี้ เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก, สื่อเชิงพาณิชย์ และสื่อสาธารณะ สื่อเชิงพาณิชย์ รวมถึง โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การจัดแสดง ส่วนสื่อสาธารณะ เช่น การวิจารณ์/แนะนำสถานที่ต่างๆ บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นอกจากส่วนของการหาข้อมูลแล้ว ยังต้องพิจารณาถึง ขั้นตอน ประเมินทางเลือก ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตน อย่างไรก็ดี การเปรียบตัวเลือกของแต่ละคนมักมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การรับรู้ ความอคติ ประสบการณ์ และทัศนคติ เป็นต้น กระบวนการเปรียบเทียบ/ประเมินตัวเลือก อาจมีความซับซ้อนต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว และกระบวนการการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโกศล วัชโรทน (2542) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮ้าส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่สรุปไว้ว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านชื่อเสียงของเกสต์เฮาส์ รองลงมาเป็นด้านที่เกสต์เฮ้าส์เปิดให้บริการมานานแล้วมากกว่าด้านอื่นๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อณุภา สายบัวทอง (2550) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตันหัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่สรุปไว้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม

มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับอิทธิพลอยู่ในระดับมากคือ ความเพียบพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก รองลงมาคือภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงแรม ความเพียงพอของการบริการรับส่งตามจุดต่างๆ ในหัวหิน ความหลากหลายของประเภทห้องพัก ความหลากหลายของห้องอาหารในโรงแรม ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริการด้านต่างๆ ของโรงแรม ความหลากหลายของเมนูอาหารช่วงเช้า กลางวัน เย็น และความสะอาดของบริการซักอบรีด

ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าหากดูเฉพาะปัจจัยด้านราคาโดยให้ปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ คงที่ พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก จากข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชี้แจงไว้ว่าโดยปกติแล้วปัจจัยราคาของที่พักแรมจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แต่ในครั้งนี้เป็นการดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ ดังนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญมากกว่า นอกจากนี้ยังมีเหตุผลอื่นเพิ่มเติม คือ ขึ้นกับว่าการเดินทางในครั้งนั้นๆ ไปกับใคร ยกตัวอย่างเช่น ถ้าไปกับพ่อแม่ ราคาก็จะไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ เพราะพ่อแม่ต้องการที่พักแรมที่หรูหรามีระดับโดยไม่คำนึงถึงราคาที่พักแรม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอณุภา สายบัวทอง (2550) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่สรุปไว้ว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับมากที่สุด เนื่องจากโรงแรมตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองหัวหิน เส้นทางในการเดินทางไปยังที่พักมีความสะดวกสบาย ตั้งอยู่ติดชายหาดหัวหิน อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งตั้งอยู่ในภูมิประเทศที่สวยงาม จากการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องที่พักตั้งอยู่บนชายหาด จากที่พักสามารถไปยังชายหาดได้สะดวก และที่พักอยู่ในภูมิประเทศที่สวยงาม นอกจากนี้นักท่องท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังให้ความสำคัญมากในเรื่องความสะดวกของเส้นทางในการเดินทางสู่ที่พัก ที่พักอยู่บริเวณศูนย์กลางการท่องเที่ยวและที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับปานกลาง โดยมีเพียงบริการรถรับส่งฟรีจากสนามบิน สถานีขนส่งท่าเรือข้ามฝากที่มีอิทธิพลในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของโกศล วัชโรทน (2542) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาว

ต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสท์เฮ้าส์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ค้นพบว่า ด้านเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการเกสท์เฮาส์ที่พักอยู่ในขณะนั้น พบว่าเหตุผลด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ อาหารเช้าฟรี เป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับมาก ในปัจจุบันเป็นยุคที่ลูกค้ามักมีความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้าและบริการสูงขึ้น แต่มีความภักดีต่อตรายี่ห้อและกิจการน้อยลง เนื่องจากมีข้อมูลในการตัดสินใจ และมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น จึงทำให้ลูกค้าไม่ยอมรับสินค้าและบริการที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังที่สูงของตนได้ (ธีรกิติ ,2547) จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับมาก เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวจะรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องเข้าไปรับบริการเสียก่อน ซึ่งความคาดหวังในส่วนนี้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแต่ละคนจะไม่เท่ากันซึ่งจะต้องทำการศึกษาด้านความพึงพอใจหลังการใช้บริการต่อไป ซึ่งปัจจัยในส่วนนี้จะส่งผลต่อการเลือกที่พักแรมในการเดินทางมาอำเภอเกาะสมุยในครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80 เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยเป็นครั้งแรก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพที่กล่าวว่า มีธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนักที่นำลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้การกำหนดกลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการก็ตาม

ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยทั่วไปลูกค้ามักมองว่ากระบวนการเป็นส่วนหนึ่งของบริการด้วย กระบวนการในการให้บริการที่ดีมีส่วนช่วยทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่มีคุณภาพ การปรับเปลี่ยนกระบวนการให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นช่วยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น (ธีรกิติ, 2547) จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับมาก เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องเข้าไปรับบริการเสียก่อน ซึ่งความคาดหวังในส่วนนี้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแต่ละคนจะไม่เท่ากันซึ่งจะต้องทำการศึกษาด้านความพึงพอใจหลังการใช้บริการต่อไป ซึ่งปัจจัยในส่วนนี้จะส่งผลต่อการเลือกที่พักแรมในการเดินทางมาอำเภอเกาะ

สมุยในครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึงร้อยละ80 เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยเป็นครั้งแรก

2. ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

เพศ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ อดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล ในปัจจัยส่วนบุคคลที่กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ในที่นี้จะกล่าวถึงบุคลิกลักษณะซึ่งหมายถึงทัศนคติและนิสัยแตกต่างกัน ในทางกลับกัน จากผลการศึกษาวิจัยสอดคล้องกับงานของพรรณพัชร อิทธิโอภาสกุล และคณะ (2546) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักสำหรับ SMEs ประเภทโรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิสอพาร์ตเมนท์ เกสท์เฮาส์ และบังกะโล ในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของประเทศไทย ที่สรุปไว้ว่า กลุ่มศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกที่พักบริเวณชายทะเลไม่แตกต่างกัน

อายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ อดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล ในปัจจัยส่วนบุคคลที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ในเรื่องของอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการศึกษาวิจัยยังไม่สอดคล้องกับงานของพรรณพัชร อิทธิโอภาสกุล และคณะ (2546) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักสำหรับSMEsประเภทโรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิสอพาร์ตเมนท์ เกสท์เฮาส์ และบังกะโล ในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของประเทศไทย ที่สรุปไว้ว่า กลุ่มศึกษาที่อายุน้อยกว่า (17 – 40 ปี) ส่วนใหญ่นิยมพักที่บังกะโล ในขณะที่ผู้มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปชอบที่พักโรงแรมมากกว่า

รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับปัจจัยที่มากำหนดอุปสงค์ของ ภราดร ปรีดาศักดิ์ (2548) ที่กล่าวว่ารายได้ของผู้บริโภค ในกรณีที่รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่ออำนาจซื้อของผู้บริโภคหรือผลทางรายได้ ส่วนอุปสงค์จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกับรายได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นเป็นสินค้าปกติ (normal good) หรือสินค้าด้อย (inferior good) ทั้งนี้อาจเนื่องจากราคาที่พักแรมในอำเภอเกาะสมุยหลังจากแบ่งประเภทที่พักแรมแล้วราคาที่พัก

ไม่ส่งผลต่องบประมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่องบประมาณและทำให้เกิดอิทธิพลต่อการเลือกที่พักแรม จะเป็นเรื่องจำนวนวันที่พักแรม สถานภาพ ของชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานของพรรณพัชร อิทธิโอภาสกุล และคณะ (2546) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักสำหรับ SMEs ประเภทโรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิสอพาร์ตเมนท์ เกสท์เฮาส์ และบังกะโล ในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของประเทศไทย ที่สรุปไว้ว่า กลุ่มศึกษาที่ยังเป็นโสดนิยมที่พักบังกะโลเป็นอันดับหนึ่ง โรงแรมเป็นอันดับสอง ในขณะที่ผู้ที่สมรสแล้วนิยมเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับหนึ่ง บังกะโลเป็นอันดับสอง

การศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ อดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล ที่กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของการศึกษา ที่บอกว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มใหญ่ที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจนถึงระดับปริญญาตรี จะเลือกโรงแรมเป็นที่พักมากที่สุดเหมือนกัน จึงทำให้การศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม

วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ ร้อยละ 92 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักร้อน โดยเลือกประเภทที่พักแรมอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ระหว่างที่พักแรม 3 ประเภท คือ โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล เท่ากับร้อยละ 38.80, 32.42 และ 28.42 ตามลำดับ จึงทำให้วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม

จำนวนผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่ (ตั้งแต่ 1-6 คน) มีสัดส่วนเลือกที่พักแรมไปในทิศทางเดียวกัน คือเลือกโรงแรมเป็นที่พักแรมมากที่สุด รีสอร์ทเป็นอันดับที่สอง และบังกะโลเป็นอันดับสุดท้าย จึงทำให้จำนวนผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในปัจจุบันการแข่งขันด้านธุรกิจที่พักแรมได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจที่พักแรมจึงจำเป็นต้องหันมาใช้กลยุทธ์ต่างๆในการสร้างและรักษาลูกค้าผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากข้อค้นพบของการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมควรให้ความสนใจในการพัฒนาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเกาะสมุยควรแบ่งกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน

1.1 ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรมประเภทโรงแรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกโรงแรมเป็นที่พักแรมมากที่สุดนั้น ส่วนมากจะมีอายุระหว่าง 26–35 ปี และกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี โดยส่วนมากจะมาจากทวีปยุโรป เอเชีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ซึ่งประกอบอาชีพข้าราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเกษียณอายุ มีรายได้ตั้งแต่ 3,001 ดอลล่าร์สหรัฐขึ้นไป โดยจะมีสถานภาพโสด หย่า สำหรับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกโรงแรมเป็นที่พักแรมมากที่สุดนั้น มีตั้งแต่ปริญญาตรี ประกาศนียบัตรมัธยมศึกษาตอนปลาย และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ในเรื่องของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักร้อน เยี่ยมญาติหรือเพื่อนจะเลือกโรงแรมเป็นที่พักแรมมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยเป็นครั้งแรก มีผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้จำนวนตั้งแต่ 1-6 คน มีระยะเวลาพักแรม 5 วันขึ้นไป เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยโดยเครื่องบิน และทำการสำรองห้องพักโดยญาติหรือเพื่อน เวปไซต์ของที่พักโดยตรงและตัวแทน(เวปไซต์ของตัวแทน) จะเลือกโรงแรมเป็นที่พักแรมมากที่สุด

1.2 ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรมประเภทรีสอร์ท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกรีสอร์ทเป็นที่พักแรมมากที่สุดนั้นส่วนมากอายุ 36 ปี ขึ้นไป มาจากทวีปโอเชียเนีย ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนเท่ากับ 2,501 - 3,000 ดอลล่าร์สหรัฐ และมากกว่าหรือเท่ากับ 4,001 ดอลล่าร์สหรัฐ สถานภาพสมรสและสถานภาพอื่นๆ (หม้าย) การศึกษาในระดับปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท วัตถุประสงค์ในการเดินทางครั้งนี้คืออื่นๆ (ดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์) จำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน และพักแรม 3-4 วัน

1.3 ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรมประเภทบังกะโล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกบังกะโลเป็นที่พักแรมมากที่สุดนั้นส่วนมากอายุ 18-25 ปี มาจากทวีปอเมริกา เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 ดอลล่าร์สหรัฐ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมไทย ในการเดินทางมาอำเภอเกาะสมุยในครั้งนี้ไม่ใช่ครั้งแรก มีระยะเวลาพักแรม 1-2 วัน เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยโดยทางเรือ และไม่ได้ทำการจองที่พักล่วงหน้า

2. ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเกาะสมุยควรให้ความสำคัญในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับเรื่องที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษมีดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลปานกลาง สำหรับปัจจัยส่วนนี้ได้มาจากการแสวงหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งอาจสอบถามจากเพื่อนหรือญาติที่เคยมาพักว่าที่พักแรมใดดีเหมาะสมแก่การเข้าพัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยพื้นฐานในการเลือกที่พักแรม และสิ่งที่จะขาดไม่ได้เลยคือความหลากหลายของห้องอาหาร โดยมีข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชี้แจงไว้ว่าชอบที่จะให้โรงแรมมีทั้งอาหารพื้นบ้านและอาหารนานาชาติ

2.2 ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลมาก สำหรับเรื่องราคาของที่พักแรมในปัจจุบันมีวิธี hedonic pricing method ซึ่งเป็นวิธีการประมาณราคาแอบแฝง (implicit price) ของคุณลักษณะต่างๆ ที่ประกอบรวมกับเป็นราคาของสินค้า จากการที่สินค้ามีความแตกต่างกัน (heterogeneity product) ทั้งนี้คุณลักษณะต่างๆ ของสินค้าที่นำมาใช้ในการพิจารณาประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพของสินค้า หรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆ ของสินค้า โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคสะท้อนถึงคุณภาพของสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้และยินดีที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ตนรู้สึกว่าให้อรรถประโยชน์สูงสุด (สุปราณี, 2551) และวิธีการกำหนดราคาจากการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของลูกค้า (value-base pricing) บางครั้งเรียกวิธีการกำหนดราคาจากลูกค้า (customer-base pricing) หรือวิธีการกำหนดราคาจากอุปสงค์ (demand-base pricing) ทำได้โดยกำหนดราคาค่าบริการบนพื้นฐานของการรับรู้ในคุณค่าการบริการของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยพิจารณาจากปัจจัยที่สำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้บริโภค ได้แก่ ความสามารถและความเต็มใจในการจ่ายเงินของผู้บริโภค รสนิยม และความต้องการของผู้บริโภค และระดับความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ เป็นต้น (ธีรกิติ, 2547)

2.3 ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลมาก ผู้ประกอบการต้องเลือกทำเลให้เหมาะสม โดยจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าในการมารับบริการเป็นหลัก และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งขันประกอบการพิจารณาด้วย (ธีรกิติ, 2547) สำหรับผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า อาจมีบริการอื่นเสริมเช่น รถรับ-ส่ง ลูกค้าจากที่พักแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือโดยปกติที่พักที่อยู่บริเวณศูนย์กลางการท่องเที่ยวจะขาดความสงบ หรือความเป็นส่วนตัว หากที่พักแรมอยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอาจนำเสนอจุดเด่นของที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสงบเป็นต้น จากข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามชี้แจงไว้ว่าต้องการที่พักสำหรับโอกาสพิเศษที่พักต้องหรูหรามีระดับสะดวกสบาย ใกล้ทะเล มีร้านอาหารหลายหลาย มีสถานสันทนาการ สถานที่สงบ และเป็นส่วนตัว

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลปานกลาง การมีบริการรับนักท่องเที่ยวจากสนามบิน สถานีขนส่ง ท่าเรือข้ามฝัง ย่อมเป็นสิ่งที่ดีเพราะจะสร้างความประทับใจตั้งแต่มาถึง กรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกนักท่องเที่ยวจะไม่เสียเวลาในการหาที่พักที่ทำการจองไว้อีกด้วย

2.5 ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลมาก ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรมจะต้องให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานให้พร้อมสำหรับงานบริการในส่วนต่างๆของที่พักแรม เพราะพนักงานเป็นผู้ที่ต้องติดต่อสื่อสารและให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรง

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลมาก องค์ประกอบทางกายภาพเป็นส่วนประสมทางการตลาดเพียงประการเดียวที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ชัดเจนที่สุด และเป็นองค์ประกอบที่กระทบต่ออารมณ์ความรู้สึก และความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็ว ทั้งการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ ได้สัมผัส การออกแบบส่วนให้บริการลูกค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการดำเนินธุรกิจการบริการ เพราะผังภายในกิจการที่ถูกออกแบบมาอย่างดี จะมีส่วนช่วยให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดความเครียดในระหว่างให้บริการ และมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ในขณะเดียวกันส่วนให้บริการลูกค้าก็มีผลกระทบต่อลูกค้าทั้งทางด้านกายภาพ และในเชิงจิตวิทยา ที่ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายเมื่อมาใช้บริการ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพอใจและประทับใจจนกลับมาใช้บริการอีกเป็นการสร้างความภักดีในการใช้บริการของลูกค้า และทำให้เกิดการบอกต่อถึงคุณภาพที่ดีของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของกิจการบริการในที่สุด (พิภพ, 2547)

2.7 ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับอิทธิพลมาก จากข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามชี้แจงไว้ว่า รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับที่พักควรแสดงที่ตั้ง และ

รายละเอียดที่พักที่แท้จริงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เรื่องที่ยากมากคือการสำรองห้องพักประเภทเกสต์เฮาส์ หรือบังกะโลผ่านทางเวปไซต์ ซึ่งวิธีการสำรองห้องพักช่องทางนี้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจที่พักแรมเพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเกาะสมุยจึงควรให้ความสนใจในเรื่องนี้เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแก่ธุรกิจที่พักแรมอีกหนทางหนึ่ง

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย ดำเนินการศึกษายังพบถึงความไม่สมบูรณ์ของการศึกษาในบางหัวข้อ จึงต้องการชี้แจงรายละเอียดของปัญหา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวและพักแรมในอำเภอเกาะสมุยในช่วงวันที่ 20 มิถุนายน-20 สิงหาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งนับได้ว่าเป็นช่วงเวลาอันสั้น ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลที่ได้มาไม่หลากหลายเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ที่ต้องการศึกษาในครั้งต่อไปจึงควรดำเนินการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องตลอดปี เพื่อจะได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชางต่างประเทศดังนั้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มเติมเพื่อที่จะได้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักแรมของชาวไทย เพราะถึงแม้ว่าอำเภอเกาะสมุยจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากกว่า แต่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเกาะสมุยก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและที่พักแรมแต่ละประเภทจะมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าพักรวมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการผสมผสานให้บริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

3. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการออกแบบแบบสอบถามเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น สำหรับการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนั้นผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามจึงจำกัดเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สามารถอ่านและเข้าใจภาษาอังกฤษเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลที่ได้มาไม่หลากหลายเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ที่ต้องการศึกษาในครั้งต่อไปจึงควรจะเพิ่มแบบสอบถามภาษาอื่น เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษารัสเซีย ภาษาจีน ภาษาอิตาลี และภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจน และมีคุณภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแต่ละประเทศมีความถนัดและความเข้าใจในภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน