

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ณ เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราด ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราด และสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงพัฒนาธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การศึกษารูปแบบนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitive Research) โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot study) กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการเกาะช้าง ริโซเทล จำนวน 260 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประเภทกลุ่มตัวอย่างกรอกเอง (Self-Administered Questionnaire) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยจากสถิติแบบ t-test และค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จากสถิติแบบ F-Test และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่าง รายคู่ จากสถิติทดสอบแบบ LSD และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบแบบสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงกลุ่ม 2 ตัว ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยสามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่ใช้บริการ เกาะช้าง ริโซเทล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.7 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด ร้อยละ 36.5 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 60.4 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด ร้อยละ 39.2 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000-19,999 บาท มากที่สุด ร้อยละ 31.9

2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง ริโซเทล

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ ด้านบุคคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ โดยสรุปผลรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของห้องพัก รองลงมา ได้แก่ ภูมิทัศน์ภายในที่พัก กิจกรรมภายในที่พัก คุณภาพของห้องอาหาร และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานที่พักเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ลดราคาพิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 คืน รองลงมา ได้แก่ ลดราคาพิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 ห้อง ราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก ราคากิจกรรมต่างๆภายในที่พักมีความเหมาะสม และ ราคาอาหารที่ขายในห้องอาหารมีราคาที่เหมาะสม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ เปิดทำการทุกวันไม่เว้นวันหยุด ช่องทางการสำรองที่พักมีหลากหลาย ความสะดวกในการชำระเงิน ความสะดวกในการเข้าถึง และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ ประสิทธิภาพที่พักรู้จัก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ซื้อห้องพักพร้อมอาหารเช้า ราคาพิเศษสำหรับวันหยุดเทศกาล ซื้อห้องพักพร้อมกิจกรรมบนเกาะช้าง ซื้อโปรแกรมเที่ยวเกาะช้างแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ตามลำดับ

ด้านบุคคลากร พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านบุคคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และ พนักงานโรงแรมสามารถอธิบายและแนะนำการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ได้เป็นอย่างดี รองลงมา ได้แก่ พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียดของโรงแรมได้เป็นอย่างดี พนักงานของโรงแรมมีความชำนาญในการบริการ และ พนักงานโรงแรมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ตามลำดับ

ด้านกายภาพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่พักมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง การเดินทางเข้าสู่ที่พักสะดวก ง่ายต่อการเดินทาง ลูกค้าสามารถติดต่อโรงแรมได้สะดวกผ่านทางออฟฟิศกรุงเทพ และลูกค้าสามารถพบเห็นสื่อโฆษณาของโรงแรมได้ง่ายและหลายช่องทาง ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านการกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานโรงแรมให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี รองลงมาได้แก่ ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการ Check in และ Check out พนักงานสามารถให้บริการหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สามารถติดต่อสอบถามผ่าน Front Office ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และ โรงแรมมีกิจกรรมเสริมพิเศษ เช่น สปา ตามลำดับ

3. การตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล

ลูกค้ามีการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการตัดสินใจ ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ตามลำดับ โดยสรุปผลรายด้าน ดังนี้

ลูกค้าที่ใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล มีการตระหนักถึงความต้องการ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความต้องการเดินทางไปเที่ยวเกาะช้าง รองลงมาคือ ลูกค้าใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล โดยเปรียบเทียบโดยคุณภาพและบริการ ลูกค้าใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของที่พัก และ ลูกค้าใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล โดยเปรียบเทียบโดยคุณภาพและบริการ ตามลำดับ

ลูกค้าที่ใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล มีการค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล ในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากสื่อโฆษณาต่างๆ รองลงมาคือ การเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากบุคคลในครอบครัว ได้รับข้อมูลที่พิกจากงานส่งเสริมการท่องเที่ยว และ การเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ตามลำดับ

ลูกค้าที่ใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล มีการประเมินทางเลือก ในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเปรียบเทียบ

การบริการ รองลงมาคือ การเปรียบเทียบราคาแต่ละที่พัก การเปรียบเทียบข้อมูลกับโรงแรมที่มีมาตรฐานเดียวกัน และ การเปรียบเทียบชื่อเสียงของที่พัก ตามลำดับ

ลูกค้าที่ใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล มีการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล เพราะราคาที่พักที่เหมาะสม รองลงมาคือ การตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล เพราะพนักงานขายให้รายละเอียดได้ตรงกับความต้องการ ถ้าจะเดินทางไปเกะช้างอีกครั้ง ท่านจะยังคงพักที่ เกะช้าง ริโซเทล และ ท่านตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล เพราะมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปพักที่ เกะช้าง ริโซเทล ตามลำดับ

ลูกค้าที่ใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล พฤติกรรมหลังการใช้บริการ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้ามีความพึงพอใจในบรรยากาศของที่พัก รองลงมาคือ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในกิจกรรมต่างๆภายในโรงแรม ลูกค้ามีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม และ ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพอาหาร ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า เกะช้าง ริโซเทล จังหวัด ทราด ที่ต่างกัน การตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน เป็นการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการเกะช้าง ริโซเทล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของลูกค้าแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง ริโซเทล จังหวัด ทราด เป็นการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการเกะช้าง ริโซเทล จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดโดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เกะช้าง ริโซเทล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยมีการตัดสินใจในด้านการประเมินทางเลือก สูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกระบวนการหรือพฤติกรรมการซื้อ โดยผลการศึกษาที่ได้รับครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ (The stages of Buying Decision Process) ของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2000:178-183) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในแต่ละคนนั้นส่วนใหญ่จะต้องผ่านกระบวนการในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาแหล่งข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจซื้อ/ใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของลูกค้ายที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของ ปริญญ์ ถักนิทานนท์ และคณะ (2543:54) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นสถานภาพทางสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 29 ปี มากที่สุด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท

3. จากการศึกษา พบว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ โบเลน วิลเลียม (Bolen William, 1988 : อ้างถึงใน เฉลิมพร คงสินธุ์, 2547 : 40-43) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรทางการตลาด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำการคัดเลือกตลาด เป้าหมายการตั้งวัตถุประสงค์และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย หรือเป็นกลยุทธ์ที่

จะนำไปสู่ความสำเร็จก็คือ ต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง ริโซเทล พบว่า ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler. 2000:161-164) ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งที่กระตุ้นทางการตลาดและก่อให้เกิดเหตุูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจเป็นเหตุูงใจซื้อในด้านเหตุผลและเหตุูงใจซื้อในด้านจิตวิทยาที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ กล่าวได้ว่า เป็นการศึกษาในธุรกิจการบริการ ซึ่งธุรกิจการบริการมีมากมายหลากหลายสาขา ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยทางการตลาดมาช่วยให้ธุรกิจนั้นๆดำเนินต่อไปได้ ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญในการนำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์/การบริการ ให้เป็นที่รู้จักโดยทำการโฆษณาให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและควรมีรูปแบบที่พึกและกิจกรรมภายในที่พึกให้หลากหลายเพื่อให้ตรงกับความต้องการ สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ การดำรงชีวิตของผู้บริโภค

1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขในราคาของแต่ละช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน รวมถึงราคาของอาหารที่ขายภายในที่พึก ควรปรับราคาให้เหมาะสม

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญในการนำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์/การบริการ ให้เป็นที่รู้จัก และที่สำคัญที่สุดคือธุรกิจการบริการ (ด้านโรงแรม) ควรเปิดทำการทุกวันไม่เว้นวันหยุด หรือสามารถติดต่อสอบถามได้ตลอด 24 ชั่วโมง

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจควรมีกิจกรรมการส่งเสริมการขายต่อเนื่อง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตลอดจนความสามารถในการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพราะจะสามารถทำให้ลูกค้ารู้จักและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้

1.5 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพทั้งในเรื่องของการแนะนำ การพูดคุย การเจรจาให้เข้าสู่การขาย และมารยาทในการ

บริการของพนักงานในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบการทำงาน เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ

1.6 ด้านกายภาพ ผู้ประกอบธุรกิจต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ บรรยากาศรอบๆที่พัก ให้สะอาด สวยงาม และต้องมีความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า รวมถึง สามารถสอบถามรายละเอียดจากสำนักงานกรุงเทพฯ ได้ เพื่อความสะดวก

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ การบริการ เป็นหัวใจหลักของธุรกิจบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมของพนักงานให้สอดคล้องกับตำแหน่งงานในธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า รวมถึงมีกิจกรรมหลากหลายภายในที่พัก ไว้รองรับลูกค้าในการใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราด ที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงการใช้บริการของลูกค้า เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราด เท่านั้น ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในธุรกิจบริการอื่นๆในพื้นที่หรือจังหวัดต่างๆ จะได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดกับธุรกิจบริการ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการตลาดและธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาในเรื่องปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เกาะช้าง ริโซเทล จังหวัด ตราดเท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น หรือ วิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในธุรกิจบริการอื่นๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น