

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

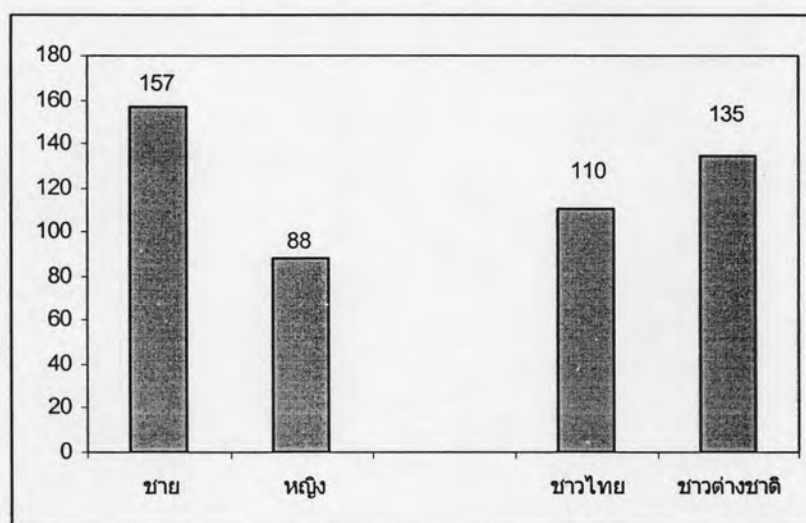
สรุปผลการวิจัย

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างสูงในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศเนื่องด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องเนื่องกันอยู่เป็นลูกโซ่โดยมีธุรกิจหลักได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางขนส่ง ธุรกิจโรงแรมและที่พัก และธุรกิจรองได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจัดจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งนอกจากธุรกิจดังกล่าวแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยในการกระตุ้นอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) โดยในภาพรวมแล้วรายได้ของประเทศที่ได้รับจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีรายได้จำนวนกว่า 380,000 ล้านบาทในปี 2547 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนกว่า 11 ล้านคนในปี 2547 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และเกี่ยวเนื่องในธุรกิจหลายๆธุรกิจ เช่น ธุรกิจการขนส่งเดินทาง ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง ซึ่งล้วนมีความเกี่ยวโยงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การศึกษาถึงระบบห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองพัทว่ามีการร่วมมือกัน ระหว่างห่วงโซ่อุปทานมากน้อยเพียงใด จะมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้การแข่งขันกันทางธุรกิจไม่ว่าจะอุตสาหกรรมใดย่อมมีการแข่งขันกันอย่างสูงอุตสาหกรรมนั้น จำเป็นต้องมีการบริการจัดการในลักษณะการพึ่งพิงกันร่วมมือกัน มีการวางแผนทางร่วมกันหรือที่เรียกว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) จึงจะสามารถแข่งขันกับผู้แข่งขันรายอื่นๆในธุรกิจได้ นอกจากนี้การสร้างความร่วมมือกันในห่วงโซ่อุปทานยังเป็นการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะต้องเปิดเสรีการค้าและบริการระหว่างประเทศตามข้อตกลงต่างๆที่ประเทศไทยได้มีการตกลงไว้กับประเทศต่างๆ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมที่มีต่อห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมที่มีต่อระดับความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในที่นี้จะหมายถึงธุรกิจดังนี้เช่น ธุรกิจการขนส่งเดินทาง ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็น

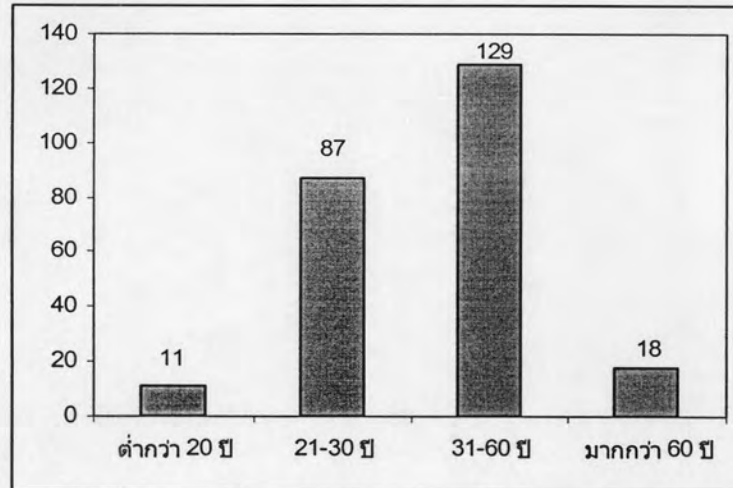
เครื่องมือในการวิจัย สำหรับการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยาและใกล้เคียง โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่มคือกลุ่มแรกผู้มาใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย โดยมีตัวอย่างทั้งสิ้น 245 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 2 คือ โรงแรมที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย โดยมีตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 20 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ใช้สอบถามผู้ให้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย



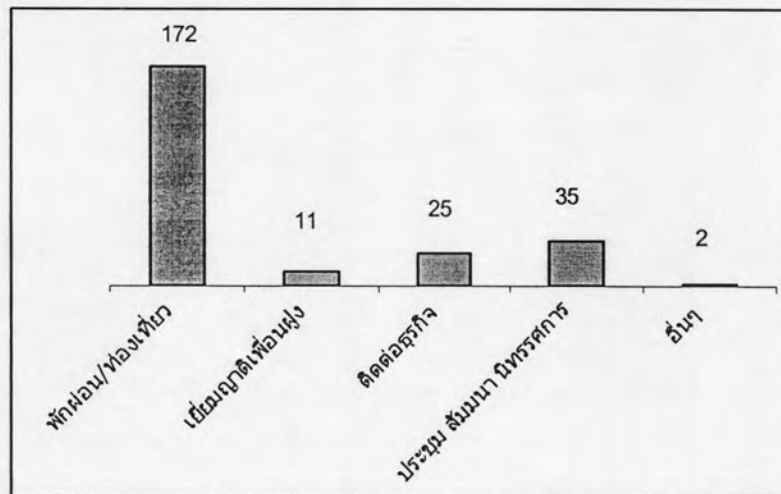
ภาพที่ 5.1 กราฟจำแนกเพศและสัญชาติ

จากภาพที่ 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 245 ตัวอย่างคิดเป็นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามร้อยละ 61.25 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 157 คนคิดเป็นร้อยละ 64.1 และเพศหญิงจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 35.9 เป็นชาวไทยจำนวน 110 คนคิดเป็น ร้อยละ 44.89 และเป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 135 คนคิดเป็นร้อยละ 55.11



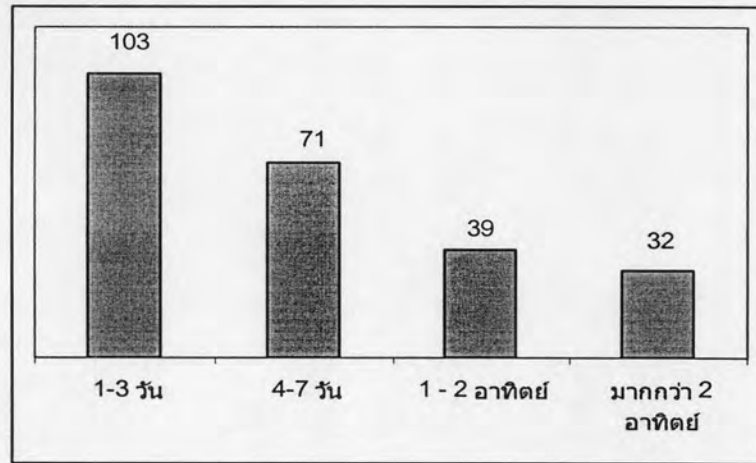
ภาพที่ 5.2 กราฟจำแนกช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 5.2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุพบว่าส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจะอยู่ในช่วงอายุ 31 – 60 ปี จำนวน 129 คน (ร้อยละ 52.7) และช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 87 คน (ร้อยละ 35.5)



ภาพที่ 5.3 กราฟจำแนกวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

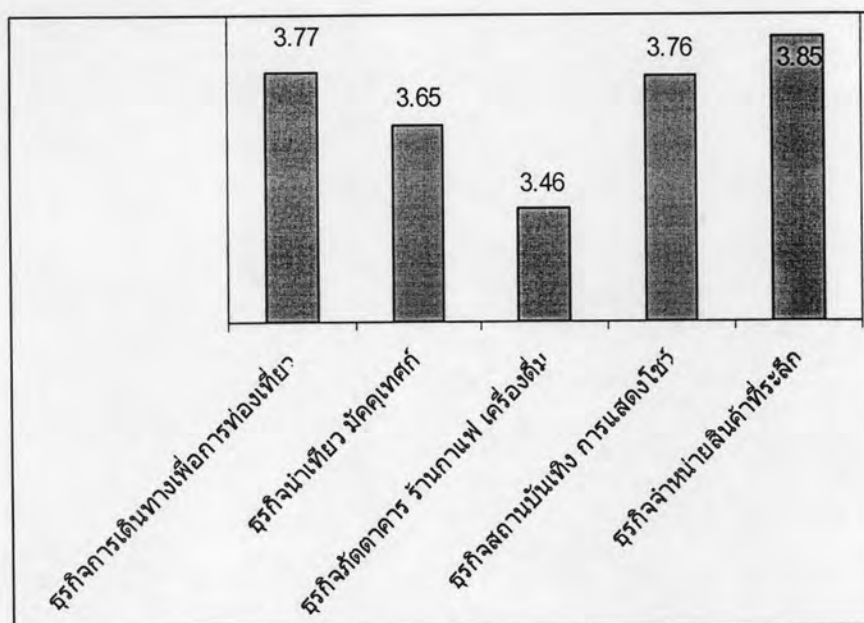
จากภาพที่ 5.3 เมื่อจำแนกจากวัตถุประสงค์การเดินทางพบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยวจำนวน 172 ราย ประชุม สัมมนา นิทรรศการ จำนวน 35 ราย และน้อยที่สุดคือ อื่นๆจำนวน 2 ราย



ภาพที่ 5.4 กราฟจำแนกระยะเวลาพำนักท่องเที่ยว

จากภาพที่ 5.4 ระยะเวลาพำนักท่องเที่ยวช่วง 1-3 วันมากที่สุดคือจำนวน 103 ราย (ร้อยละ 42.0) รองลงมาคือจำนวน 4-7 วัน (ร้อยละ 28.97) และ มากกว่า 2 อาทิตย์น้อยที่สุดคือจำนวน 32 ราย (ร้อยละ 13.06)

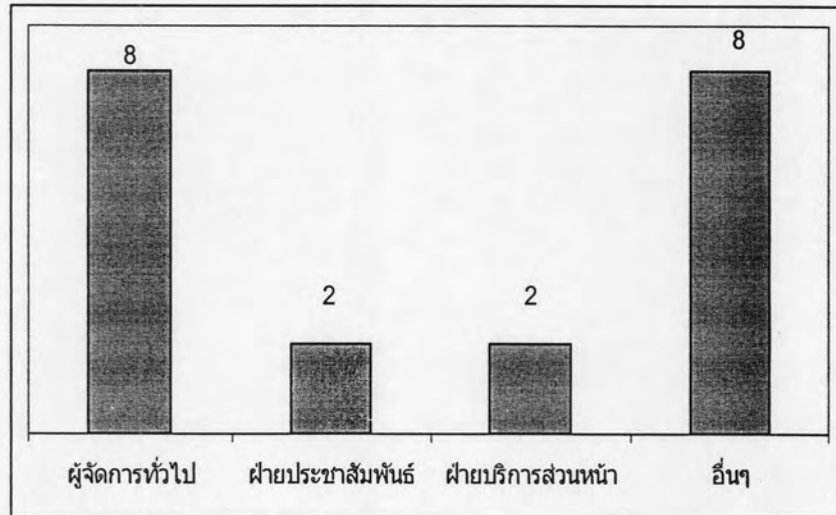
นอกจากนี้แล้วส่วนใหญ่มีแผนไปท่องเที่ยวสถานที่อื่นๆ(ร้อยละ 93.1)เรื่องของราคาห้องพักมาตรฐานส่วนใหญ่พักห้องพักมาตรฐานราคาสูงกว่า 2,500 บาท(ร้อยละ 51.4) เมื่อจำแนกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่าในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติส่วนใหญ่นิยมเที่ยวทะเลชายหาด (ร้อยละ 65.7)สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนิยมชมสถานที่การแสดงทางวัฒนธรรมเช่น การแสดงทางวัฒนธรรมสวนนงนุช อลังการ (ร้อยละ 52.2) สถานที่ท่องเที่ยวประเภท สถานบันเทิง ศูนย์การค้า นิยมเที่ยว ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 50.2)และนิยมเที่ยวสถานบันเทิง ดิสโก้เธค ผับ (ร้อยละ 40.0) ตามลำดับ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวประเภทกีฬา นันทนาการส่วนใหญ่นิยมเล่น เทนนิส(ร้อยละ 25.3)



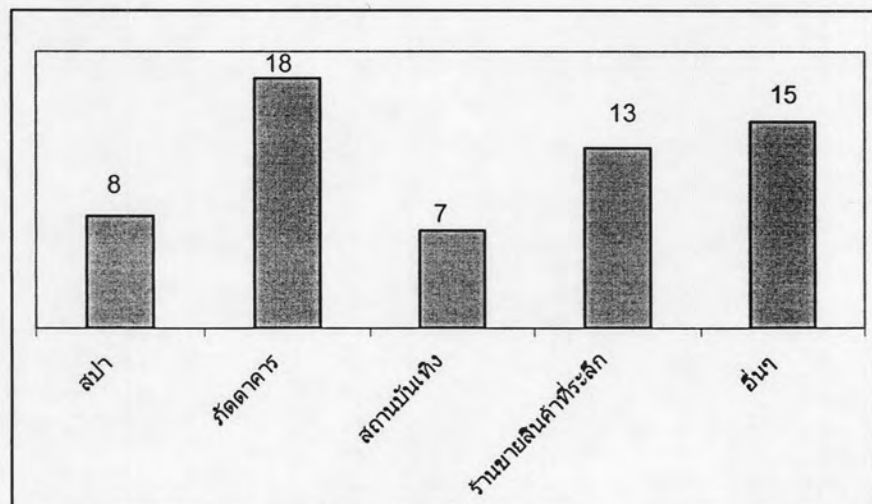
ภาพที่ 5.5 กราฟจำแนกค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในความสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาจากภาพที่ 5.5 แล้ว พบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจในความสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) เมื่อแยกเป็นรายธุรกิจพบว่า ใน ธุรกิจเดินทาง ขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85) ธุรกิจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.77) ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์ (ในกรณีที่ไม่ได้ใช้บริการมัคคุเทศก์) (ค่าเฉลี่ย 3.67) ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์(ค่าเฉลี่ย 3.65) ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยไม่แยกรายธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับปานกลางค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 7.06)

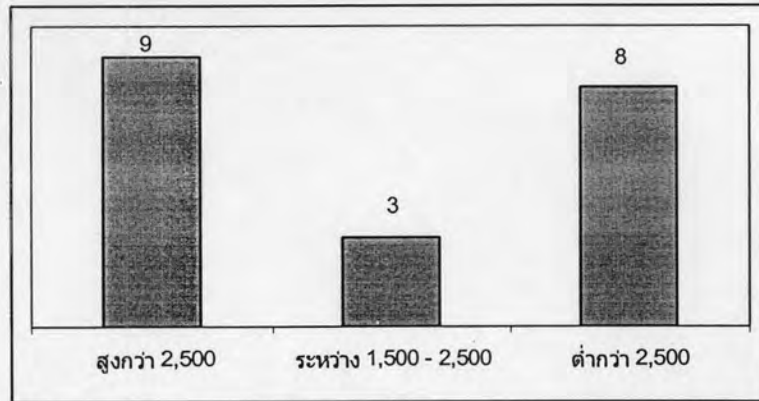
ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย



ภาพที่ 5.6 กราฟจำแนกตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

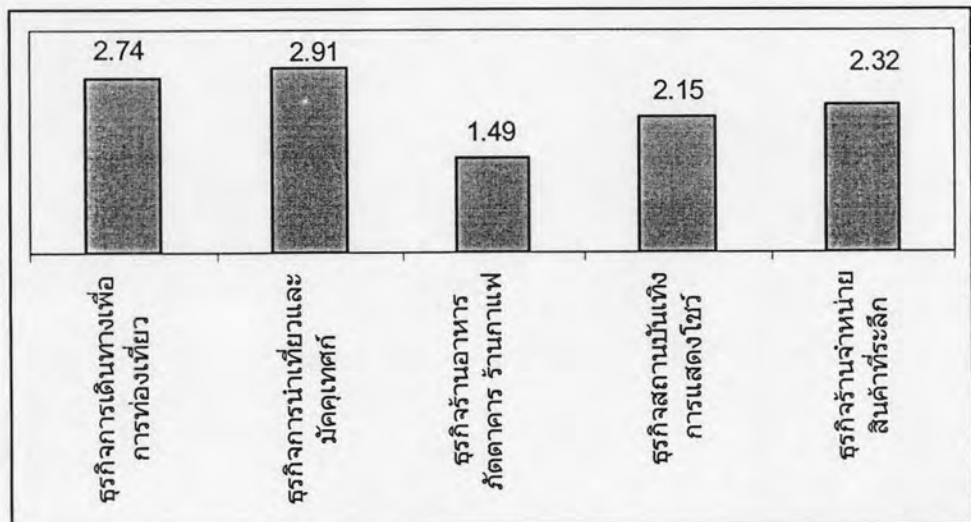


ภาพที่ 5.7 กราฟจำแนกสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆในโรงแรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



ภาพที่ 5.8 กราฟจำแนกราคาห้องพักมาตรฐาน

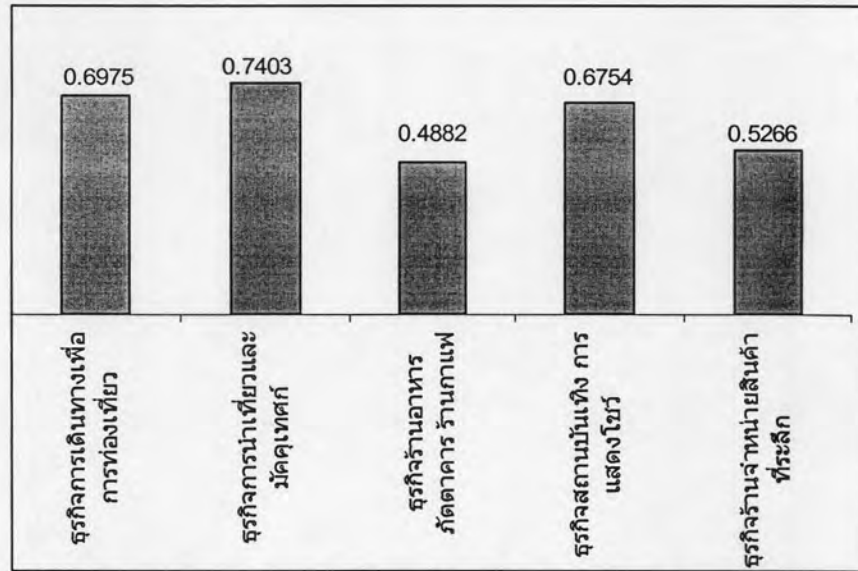
ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งหมด 20 โรงแรม จากประชากรทั้งหมด 33 โรงแรม คิดเป็นอัตราการตอบกลับของโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 60.60 จากภาพที่ 5.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเป็น ผู้จัดการทั่วไปและตำแหน่งอื่นๆ เช่น ฝ่ายการตลาด ผู้จัดการฝึกหัด ร้อยละ 40.0 เมื่อจำแนกตามราคาห้องพักมาตรฐานของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถาม (ภาพที่ 5.8) พบว่า ส่วนใหญ่ราคาห้องพักมาตรฐานสูงกว่า 2,500 บาท (ร้อยละ 45.0) รองลงมาคือราคาต่ำกว่า 1,500 บาท (ร้อยละ 40.0) ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม (ภาพที่ 5.7) พบว่าส่วนใหญ่เป็นภัตตาคารในโรงแรม (ร้อยละ 90.0) และสถานบันเทิงในโรงแรม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีน้อยที่สุด (ร้อยละ 35.0)



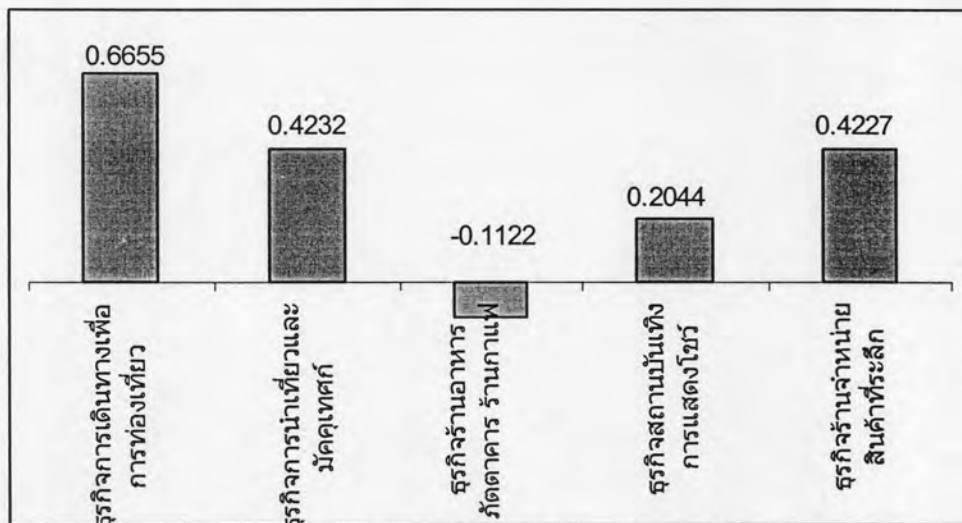
ภาพที่ 5.9 จำแนกระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากภาพ 5.9 เมื่อพิจารณาถึงระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมในภาพรวมที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่าโรงแรมมีระดับความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับ 2 คือ โรงแรมทราบเบอร์ติดต่อที่อยู่และสามารถให้ข้อมูลธุรกิจนั้นๆได้และโรงแรมยังสามารถติดต่อประสานงานในการสำรองการให้บริการได้ (ค่าเฉลี่ย 2.32) เมื่อแยกเป็นรายธุรกิจพบว่า ในธุรกิจการนำเที่ยวมีค่าระดับความสัมพันธ์มากที่สุดคือระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.91) ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว มีค่าระดับความสัมพันธ์ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.74) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าระดับความสัมพันธ์ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.32) ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์ มีค่าระดับความสัมพันธ์ระดับ 4 (ค่าเฉลี่ย 2.15) ตามลำดับ และธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร มีค่าระดับความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.49) และโรงแรมประเมินคุณค่าว่าการมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะทำให้โรงแรมมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีการกล่าวถึงมากขึ้นและการมีเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจอื่นทำให้โรงแรมมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่น น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 7.50)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า ในภาพรวมของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ในขณะที่ภาพรวมของระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ระดับ 2 คือ โรงแรมทราบที่อยู่ เบอร์ติดต่อและสามารถโทรศัพท์ประสานงาน สำรองการให้บริการได้ (ค่าเฉลี่ย 2.32) เมื่อแยกเป็นรายธุรกิจพบว่า ในธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในขณะที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ระดับ 2 คือ โรงแรมทราบที่อยู่ เบอร์ติดต่อและสามารถโทรศัพท์ประสานงาน สำรองการให้บริการได้ (ค่าเฉลี่ย 2.32) และธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.46) ในขณะที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจ อาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม ระดับ 1 คือ โรงแรมมีเพียงที่อยู่และเบอร์ติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 2.15)



ภาพที่ 5.10 กราฟจำแนกสหสัมพันธ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะอาดของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.11 กราฟจำแนกสหสัมพันธ์ของระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากภาพที่ 5.10 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะอาดของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยแบ่งตามรายธุรกิจ พบว่าธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์มีค่าความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะอาดของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากที่สุด(0.7403) และธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าความสัมพันธ์ต่ำสุด(0.4882) และจากภาพที่ 5.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์ของ

ความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบ่งตามรายธุรกิจพบว่า ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากที่สุด(0.6655) และรองธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม มีค่าความสัมพันธ์ต่ำสุด (-0.1122)

เมื่อทำการทดสอบ สมมุติฐานที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นๆผ่าน โรงแรม มีความแตกต่างกันในรายธุรกิจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00

เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่าความคิดเห็นของโรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.00

เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มสัญชาติตะวันตกกับตะวันออกมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของ โรงแรม โดยแยกรายธุรกิจไม่แตกต่างกันในรายธุรกิจ

เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของ โรงแรม โดยแยกรายธุรกิจไม่แตกต่างกันในรายธุรกิจ ยกเว้นธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟมีความแตกต่างกันของกลุ่มนักท่องเที่ยวมาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์

เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ 5 พบว่า โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานต่างกัน ความคิดเห็นของโรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาระดับความสัมพันธ์ของ โฮ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถนำเสนอการอภิปรายได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมนั้นเป็นเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกันมากนักซึ่งการเดินทางมานั้นส่วนมากมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนเนื่องจากเมืองพัทยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนชั้นนำของประเทเพราะมี โรงแรมอยู่จำนวนมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ครอบคลุมในทุกๆด้าน แต่ด้วยขนาดของเมืองพัทยาไม่ได้กว้างใหญ่มากและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวถึงจะมีความหลากหลายแต่มีลักษณะที่เหมือนกัน เช่น มี

ห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง จำนวนมากที่มีลักษณะคล้ายกันเปิดบริการ จึงทำให้ช่วงระยะเวลาพักผ่อนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยู่ในช่วงระยะเวลา 1 – 3 วัน โดยมีแผนไปท่องเที่ยว สถานที่อื่นๆมากกว่าจะมาพักผ่อนในโรงแรม ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากคือชายหาด ทะเล และเกาะ เนื่องจากเมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีชายหาดยาวและสวยตลอดจนมีเกาะล้านที่อยู่ไม่ห่างกันมากนัก ในด้านของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแล้วจะเห็นได้ชัดเจนว่าผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเกี่ยวกับการแสดงทางวัฒนธรรม เช่น การแสดงทางวัฒนธรรมของสวนนงนุช อลังการ เป็นต้น ทั้งนี้เพราะว่าในเขตเมืองพัทยานั้นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัดต่างๆไม่มีความโดดเด่นเมื่อเทียบกับกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดอยุธยา จึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมไปชมการแสดงทางวัฒนธรรมแทนเพราะเป็นการแสดงที่ใช้แสง สี เสียงประกอบ สร้างความตื่นตาตื่นใจได้เป็นอย่างดี ในด้านของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง นักท่องเที่ยวนิยมพักผ่อนท่องเที่ยวตามห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีห้างสรรพสินค้าอยู่ในเมืองพัทยาหลายแห่งและมีสินค้าให้เลือกซื้อจำนวนมาก นอกจากนี้สถานบันเทิงในยามค่ำคืนเป็นที่นิยมเพราะเมืองพัทยา ได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่มีชื่อเสียงของประเทศจึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจสถานบันเทิงจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวประเภท กีฬา กิจกรรมนันทนาการ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจะไม่ได้ให้ความสนใจมากนักเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทดังกล่าวในเมืองพัทยามีความเฉพาะกลุ่มมาก เช่น การแข่งรถที่สนามแข่งรถ พีระเซอร์กิต พัทยา หรือการเล่นเรือใบที่มีจำนวนไม่มากเพราะภูมิอากาศไม่เหมาะสม มีลมทะเลเข้าไม่มากเท่ากับทะเลแถบอันดามัน โดยส่วนใหญ่จะเล่นเทนนิสที่จะมีอยู่ตามโรงแรมที่พักเป็นส่วนใหญ่

หากมองเรื่องของความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้วจะเห็นได้ว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาก (เฉลี่ย 3.69) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Heung (2000) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากในเรื่องของความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมคือเรื่องการบริการที่เพิ่มมูลค่า (Value added services) ความสะดวกในการเดินทาง หาโปรแกรมท่องเที่ยวและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านบริการเพิ่มเติมต่างๆที่ไม่ใช่บริการหลักของโรงแรม แต่เมื่อศึกษาลงไปในรายธุรกิจจะเห็นได้ว่าในธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความพึงพอใจมากที่สุดในกลุ่มธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจต่อโรงแรมที่พักเมื่อได้รับความสะดวกและส่วนลดทางการค้ากับร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเมื่อเป็นผู้มาใช้บริการ โรงแรม และเป็นที่น่าสังเกตว่าเมื่อศึกษาในเรื่องความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่าในธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่มจะมีความพึงพอใจน้อยที่สุด สาเหตุหากมองไปที่สิ่ง

อำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีแล้วพบว่า โรงแรมทุกที่จะมีร้านอาหาร ภัตตาคารเป็นของตนเอง ในบางแห่งที่มีขนาดใหญ่จะมีร้านขนม กาแฟที่รสชาติดีเป็นที่ขึ้นชื่อของ โรงแรม ดังนั้นจึงทำให้ โรงแรมไม่ได้ให้ความสำคัญสะดวกมากนักท่องเที่ยวที่มาพักหากนักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเกี่ยวกับ ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร เครื่องดื่ม กาแฟ ภายนอกโรงแรมเพราะ โรงแรมเองก็มีบริการอยู่แล้ว จึง ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาพักมีความพึงพอใจในด้านนี้น้อย ในธุรกิจเดินทางขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเองมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการผ่านโรงแรมในการหา ข้อมูลรถเดินทางระยะใกล้ที่น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการเดินทางของ เมืองพัทยาที่มีบริการขนส่งสาธารณะอยู่จำนวนมากที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้โรงแรม เองไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริการติดต่อหรือให้ข้อมูลเรื่องนี้แก่นักท่องเที่ยวมากนัก ในธุรกิจ มัคคุเทศก์จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ มัคคุเทศก์ใน ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดซึ่งก็สอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐานทางด้านแหล่งท่องเที่ยวของ เมืองพัทยาที่มีความโดดเด่นในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ชายหาดและเกาะ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเมืองพัทยามีจำนวนไม่มากจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมี ความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการมัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภททาง วัฒนธรรมน้อยที่สุดเช่นเดียว ในส่วนของธุรกิจสถานบันเทิงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความ สะดวกในการติดต่อผ่านโรงแรมในแต่ละครายการปานกลางซึ่งสอดคล้องกับสภาพ โดยทั่วไปของ แหล่งท่องเที่ยวด้านสถานบันเทิงที่มีอยู่กระจายในเมืองพัทยาทำให้การหาข้อมูลติดต่อนั้นทำได้ โดยสะดวกไม่จำเป็นต้องติดต่อหาข้อมูลผ่านโรงแรมมากนัก ทั้งนี้เมื่อมองความพึงพอใจใน ภาพรวมของความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านโรงแรม โดยไม่ได้แยกเป็นรายธุรกิจมองในมุมมองภาพรวมแล้วนักเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลาง ก่อนข้างมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถึงแม้ในบางรายธุรกิจแล้วนักท่องเที่ยวเองอาจไม่ได้รับความ สะดวกในการใช้บริการมากนักเพราะสาเหตุส่วนใหญ่มาจากสภาพทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในเมืองพัทยามีไม่มากและมีลักษณะคล้ายกันทำให้การหาข้อมูล ติดต่อ นักท่องเที่ยวเองสามารถ ดำเนินการได้ด้วยตนเองไม่ต้องขอใช้บริการ โรงแรม ในการติดต่อหาข้อมูล ประสานงาน คงมีเพียง ความต้องการที่นักท่องเที่ยวเองไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองและต้องใช้บริการผ่าน โรงแรมในการติดต่อเช่น การมีส่วนลดการใช้บริการ หรือการมีสิทธิในการสำรองการใช้บริการเมื่อ เป็นลูกค้าของ โรงแรม

ลักษณะทั่วไปของ โรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานั้นผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และอื่นๆคือ ผู้จัดการฝึกหัด ฝ่ายการตลาด ซึ่งสอดคล้อง กับความต้องการของผู้วิจัยเพราะว่าสิ่งที่สอบถามโรงแรมนั้นเป็นข้อมูล โดยทั่วไปที่ระดับผู้จัดการ

ทั่วไปสามารถให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นได้ โดยกลุ่มตัวอย่างโรงแรมที่สอบถามนั้นราคาห้องพักอยู่ในช่วงราคาใกล้เคียงกันคือสูงกว่า 2,500 บาทต่อราคาห้องมาตรฐาน ซึ่งโรงแรมโดยส่วนใหญ่ในพืชมักจะมีราคาอยู่ในช่วงดังกล่าว ทั้งนี้ไม่รวมถึง Guest House โดยสิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีมากที่สุดคือ ภัตตาคาร ร้านอาหารภายในโรงแรม อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่โรงแรมควรมี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักที่มีความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคารที่ไม่ใช่ของ โรงแรมน้อยที่สุดในธุรกิจ เพราะโรงแรมเองจะนำเสนอบริการภัตตาคารที่โรงแรมมีแก่ลูกค้า

เมื่อศึกษาด้านระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้วิจัยอาศัยการปรับประยุกต์ แนวคิดเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจและรูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจ (ยูดา รักไทย, 2545) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งระดับความสัมพันธ์ทางธุรกิจของโรงแรมและธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมแล้ว ธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ธุรกิจการเดินทางขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ธุรกิจสถานบันเทิง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีความสัมพันธ์เพียง การทราบที่อยู่และเบอร์ติดต่อเท่านั้น โรงแรมไม่ทราบข้อมูลของธุรกิจอื่นและไม่มีความสัมพันธ์ถึงขั้นการร่วมมือกันทางธุรกิจ แต่ถ้าศึกษาลงไปรายละเอียดของแต่ละธุรกิจแล้วจะเห็นว่า โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ มากที่สุด โดยมีความสัมพันธ์ตั้งแต่ ทราบที่อยู่ มีเบอร์ติดต่อ สามารถสำรองการใช้บริการและโรงแรมร่วมมือกับธุรกิจนี้โดยให้เข้ามาโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ภายในบริเวณโรงแรม สาเหตุที่ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์มีความสัมพันธ์กับธุรกิจโรงแรมมากเนื่องด้วยธุรกิจทั้งสองสนับสนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราโมทย์ สุดใส (2538) สุพานี สฤญ์ธานี (2542) และ สุพจน์ ชววิวรรณ (2545) ที่กล่าวว่า การเป็นพันธมิตร การร่วมมือกันทางธุรกิจจะประสบผลสำเร็จต้องมีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การตลาดเหมือนกัน ช่วยต่อเติมในส่วนที่ขาดในแต่ละฝ่ายให้เติมเต็มจนเกิดความแข็งแกร่งทางธุรกิจ เชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกัน (Complementary Linkages) จากการศึกษาจะเห็นว่าธุรกิจโรงแรมกับธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์มีเป้าหมายใกล้เคียงกันคือการให้ลูกค้ามาใช้บริการ โดยทั้งสองธุรกิจส่งเสริมซึ่งกันและกัน เมื่อนักท่องเที่ยวมาพักผ่อนย่อมต้องการบริการหรือข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์นั้นจะเข้าไปให้บริการในส่วนนี้ได้ ในทางตรงกันข้ามธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม น้อยที่สุด โดยมีความสัมพันธ์เพียงแค่ธุรกิจโรงแรมทราบที่อยู่และเบอร์ติดต่อเท่านั้น การที่ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านเครื่องดื่ม กาแฟ มีความสัมพันธ์กันน้อยเนื่องจาก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่มนั้น มีความโดดเด่นในธุรกิจของตนเองโดยไม่จำเป็นต้อง

ร่วมมือกับธุรกิจอื่นในการทำธุรกิจ เช่น ร้านกาแฟ Star Buck ร้านอาหารแม็คริเรื่อน เป็นต้น อีกประการหนึ่งคือธุรกิจสองธุรกิจนี้ไม่ได้ส่งเสริมกันชัดเจนแต่ มีการแข่งขันซึ่งกันและกันมากกว่า เพราะในโรงแรมเองก็จะมีภัตตาคาร ร้านกาแฟ (coffee shop) เป็นของตนเองและบางโรงแรม เช่น โรงแรม Hard Rock จะมี Hard Rock café ความโดดเด่นเรื่องของภัตตาคาร ร้านอาหารจนเป็นคู่แข่งทางการค้ากับธุรกิจเหล่านี้ด้วย ผู้วิจัยได้ให้โรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประเมินถึงคุณค่าที่โรงแรมคิดว่าได้รับจากมีความร่วมมือกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งธุรกิจ โรงแรมมีความคิดเห็นในภาพรวมว่ามีความร่วมมือกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะมีคุณค่าต่อกิจการมาก โดยคุณค่าที่ได้รับมากจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากขึ้น ทำให้คุณภาพการบริการมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผศ.ผ่อง ศรีบุบผา (2547) ที่กล่าวว่า คุณภาพของการบริการบ่งบอกถึงคุณค่าของกิจการ และการรับรู้คุณภาพของการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีต่อการบริการ

เมื่อนำผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มาเปรียบเทียบกับระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าในภาพรวม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการอื่นอยู่ในระดับมากเมื่อมองไปยังด้านความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรมมีความสัมพันธ์เพียงทราบที่อยู่และเบอร์ติดต่อ(ความสัมพันธ์ระดับ 2) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากมองในภาพรวมแล้วโรงแรมอาจไม่จำเป็นต้องร่วมมือกับธุรกิจอื่นก็ทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้ในระดับหนึ่ง แต่ในเมื่อมองแยกไปในรายธุรกิจจะพบว่าธุรกิจบางธุรกิจโรงแรมอาจจะไม่จำเป็นต้องมีความร่วมมือกันทางธุรกิจมาก เพราะไม่ได้ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรม เช่น ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหารที่โรงแรมมีระดับความสัมพันธ์น้อยที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของโรงแรมเองนั้นก็มีความพึงพอใจในด้านนี้น้อยที่สุดเช่นกัน นอกจากนี้จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กับระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะแสดงให้เห็นได้ว่า ณ ระดับความพึงพอใจระดับหนึ่งก็เพียงพอที่โรงแรมจะสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจหนึ่งๆ เช่น ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในกลุ่มธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเพียงแค่โรงแรมทราบที่อยู่ เบอร์ติดต่อ และสามารถสำรองการให้บริการขอส่วนลดได้ก็เพียงพอ เป็นต้น

เมื่อนำผลการทดสอบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแยก

ธุรกิจแล้วจะเห็นได้ว่าค่าความสัมพันธ์นั้นมีค่าใกล้เคียงกันทุกธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แสดงว่าหากโรงแรมจะสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวที่มาพักบริการมากขึ้นแล้ว โรงแรมจะต้องมีบริการในธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แต่ทั้งนี้หากโรงแรมมีข้อจำกัดในด้านความร่วมมือกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว โรงแรมอาจเลือกธุรกิจที่มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน ในขณะเดียวกันเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแยกรายธุรกิจจะเห็นได้ว่ามีบางธุรกิจที่โรงแรมมีความสัมพันธ์ระดับต่ำอย่างเห็นได้ชัด คือ ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคารมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ด้วยเหตุผลที่กล่าวไว้ในข้างต้นแล้วคือ โรงแรมและร้านอาหาร ภัตตาคารเป็นคู่แข่งกันทางธุรกิจจึงมีความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด ในขณะเดียวกันจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแยกรายธุรกิจ แล้วพบว่าในธุรกิจอื่นๆ โรงแรมมีค่าความสัมพันธ์ของระดับความสัมพันธ์ของโรงแรมกับธุรกิจอื่นใกล้เคียงกัน

เมื่อทดสอบสมมุติฐานต่างๆ พบว่าความคิดเห็นต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในแต่ละรายธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันในรายธุรกิจ ความคิดเห็นของโรงแรมที่มีต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่แยกสัญชาติตะวันตกและตะวันออก แต่ทั้งนี้เมื่อทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาพักต่ำกว่า 2 อาทิตย์และนักท่องเที่ยวที่มาพักมากกว่า 2 อาทิตย์ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดเห็นตามรายธุรกิจ ยกเว้น ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่พักมากกว่า 2 อาทิตย์มีระยะเวลาพำนักนานจึงมีข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาพักต่ำกว่า 2 อาทิตย์จึงทำให้มีความคิดเห็นต่อความสะดวกสบายในการติดต่อธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคารแตกต่างกัน นอกจากนี้เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับ โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานต่างกัน ความคิดเห็นของโรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นั้นพบว่ามีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ เนื่องจากโรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานราคาสูงกว่าที่อื่นนั้นจะมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นแตกต่างกับโรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานต่ำ เพราะโรงแรมที่ราคาห้องพักมาตรฐานสูงจะมีความสัมพันธ์อันดี และมีเครือข่ายกับธุรกิจอื่นๆ มาก เนื่องด้วยขนาดของลูกค้านั้นจำนวนมาก ราคาห้องพักสูง ลูกค้านั้นมีระดับอีกระดับหนึ่ง ทำให้เป็นที่น่าสนใจให้ธุรกิจอื่นอื่นมาร่วมมือกันทางธุรกิจ ในทางตรงกันข้ามโรงแรมที่มีราคาห้องพักมาตรฐานไม่สูง จะทำให้ความดึงดูดมาร่วมมือกันทางธุรกิจกับธุรกิจอื่นๆ น้อย

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่มาพักก็จะมีความสามารถในการใช้จ่ายต่ำกว่าลูกค้ากลุ่มห้องพักราคามาตรฐานสูง

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาระดับความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต้องการศึกษาก่อนเป็นแนวทางเบื้องต้นในการความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ เพื่อศึกษาถึงปัญหา และหาแนวทางการแก้ไขในธุรกิจบริการ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจบริการดังนี้

สำหรับธุรกิจโรงแรมนั้น ธุรกิจโรงแรมควรแสวงหาความร่วมมือกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มบริการที่หลากหลายและสร้างความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในโรงแรมเหมือนดังผลการศึกษาที่โรงแรมประเมินคุณค่าการมีความร่วมมือกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักบริการ แต่ทั้งนี้ธุรกิจโรงแรมจะต้องเลือกสรรว่าควรจะมีความร่วมมือกับธุรกิจใดระดับใด ให้ความสำคัญในการร่วมมือกับธุรกิจใดมากกว่ากัน เพราะว่าจากการศึกษาจะเห็นได้ว่าความร่วมมือกับธุรกิจบางธุรกิจไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร

จากงานศึกษาของสุพจน์ ชววิวรรธน์ (2545) กล่าวว่าความร่วมมือกันทางธุรกิจจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่ากรณีต่างคนต่างแยกกันประกอบกิจการ John McConnel (1998, อ้างใน Quinn 1998) ยังกล่าวว่าการก่อตั้งความร่วมมือกันระหว่างองค์กรหรือพันธมิตรกันทางยุทธศาสตร์เป็นสิ่งที่สามารถนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินการที่ดีขององค์กรและ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์(2548)กล่าวว่าการขาดความร่วมมือกันของผู้ประกอบการ ขาดการประสานงานกันทำให้ขาดอำนาจในการต่อรอง ดังนั้นธุรกิจโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรมีการสร้างร่วมมือกันเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยควรสร้างร่วมมือกันทั้งโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัย ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Trust) การร่วมมือกันใช้ข้อมูลข่าวสารชุดเดียวกัน (Information Sharing) เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้ข้อมูล ประหยัดต้นทุน เวลา รวมทั้งจะทำให้การบริการนั้นตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เร็วยิ่งขึ้น เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าพักโรงแรมแล้ว โรงแรมจะมีข้อมูลนักท่องเที่ยวอยู่ โรงแรมควรจะนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการอื่นๆของธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งหากนักท่องเที่ยวตัดสินใจ

ใช้บริการโรงแรมก็จะสามารถยังสามารถส่งต่อข้อมูลนักท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนั้นๆ ได้ทันที ธุรกิจนั้นก็จะสามารถจัดเตรียมบริการต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในเวลาทีรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยลดเรื่องเป็นเวลา (Time) ให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียเวลามากในการติดต่อใช้บริการ ธุรกิจก็จะลดต้นทุน (Cost) ลงเพราะจะทราบปริมาณการใช้บริการที่แน่นอน หรือสามารถพยากรณ์ (Forecasting) ของคลังสินค้าบริการ (Inventory) นอกจากนี้ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรจะวางแผนการตลาด งานงานบริการร่วมกันภายใต้การใช้ข้อมูลข่าวสารชุดเดียวกัน เช่น การออกโปรแกรมท่องเที่ยวร่วมกันทั้งอุตสาหกรรม เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบครบวงจรคือ ลูกค้านเลือกโปรแกรมท่องเที่ยวเดียว สามารถท่องเที่ยวพักผ่อนในเมืองพัทยาได้ทั้งหมดคือ มีโรงแรมที่พัก มีมัคคุเทศก์พาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ไปร้านอาหาร สถานบันเทิง และซื้อสินค้าที่ระลึก ภายใต้ราคาที่มีส่วนลดที่ถูกกว่าการที่นักท่องเที่ยวเดินไปซื้อหรือใช้บริการเอง (Walk-in) ลูกค้าเองสามารถจัดเส้นทางท่องเที่ยวตามที่ตนเองชอบได้ทั้งหมดในจุดบริการเดียว โดยไม่ต้องกังวลที่จะต้องไปติดต่อประสานงานอีก จะทำให้เสียเวลาในการท่องเที่ยว หรือ ไม่ต้องกังวลในเรื่องของราคา ทำให้ไม่ต้องเสียค่าสินค้าหรือบริการในราคาสูง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยมีแหล่งข้อมูลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเขตชายฝั่งทะเลดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มพื้นที่หรือเปรียบเทียบสถานที่ท่องเที่ยวเขตอื่น เช่น สถานที่ท่องเที่ยวในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน ที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไป การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ใน โซ่อุปทานจะได้มีความสมบูรณ์มากขึ้นหรือสามารถนำมาเปรียบเทียบกับความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตชายฝั่งทะเล

ควรนำเรื่องของพฤติกรรมหรือลักษณะทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มาเป็นปัจจัยในพิจารณาถึงความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ เพราะวัฒนธรรมในแต่ละชาติมีความแตกต่างกัน อาจส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ

นอกจากนี้ประโยชน์ของการนำแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาใช้ในธุรกิจนั้น สิ่งที่สำคัญที่ควรจะศึกษาเพิ่มเติมคือเรื่องของต้นทุนในการดำเนินงาน (Cost) ทั้งนี้เพราะการจัดการโซ่อุปทานที่ดีควรจะมีส่วนช่วยให้กิจการมีต้นทุนที่ต่ำหรือประหยัดต้นทุนลงจากเดิมที่ไม่นำแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาใช้ ดังนั้นควรศึกษาเพิ่มเติมว่าการมีความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยให้ต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจประหยัดลง หรือมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นเพียงใด หรือ

เปรียบเทียบการประหยัดต้นทุนของทั้งโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับการที่ไม่ได้มี
ความสัมพันธ์กันในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว