

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาระดับความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มีแบบสอบถามจำนวน 2 ชุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอนคือดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามที่ใช้สอบถามผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย ซึ่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 245 ตัวอย่างจากจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ 400 ตัวอย่าง มีอัตราการได้กลับคืนมาของแบบสอบถาม ร้อยละ 61.25 โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการติดต่อใช้บริการจากธุรกิจอื่นผ่านโรงแรมที่พัก

ส่วนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของการติดต่อใช้บริการธุรกิจอื่นผ่านโรงแรมที่พัก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ไทย	ต่างชาติ	ไทย	ต่างชาติ
			(คน)	(คน)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ชาย	157	64.1	62	95	39.50	60.50
หญิง	88	35.9	48	40	54.55	45.45
รวม	245	100.0	110	135	64.08	35.92

จากตารางที่ 4.1 เมื่อได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมา 245 ตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 และเป็นเพศหญิง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 เป็นชาวไทยจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 64.08 ชาวต่างชาติ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	11	4.5
21-30 ปี	87	35.5
31-60 ปี	129	52.7
มากกว่า 60 ปี	18	7.3
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นช่วงอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	172	70.2
เยี่ยมญาติ เพื่อนฝูง	11	4.5
ติดต่อธุรกิจ	25	10.2
ประชุม สัมมนา ชมนิทรรศการ	35	14.3
อื่นๆ	2	0.8
รวม	245	100

จากตารางที่ 4.3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือ ประชุม สัมมนา ชมนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 14.3 เพื่อติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.2 เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการพำนัก
ท่องเที่ยว

เวลาในการพำนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 วัน	103	42.0
4-7 วัน	71	29.0
1-2 อาทิตย์	39	15.9
มากกว่า 2 อาทิตย์	32	13.1
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามระยะเวลาในการพำนัก
ท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาการท่องเที่ยวจำนวน 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ
42.0 รองลงมาคือ 4 – 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และน้อยสุดคือมากกว่า 2 อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ
13.1

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแผนการไปท่องเที่ยวที่อื่น

แผนการท่องเที่ยวที่อื่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีแผนไปที่อื่น	17	6.9
มีแผนไปสถานที่อื่นๆ	228	93.1
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามแผนการท่องเที่ยวที่อื่น
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแผนไปสถานที่อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 93.1 และไม่มีแผนไปที่
อื่นคิดเป็นร้อยละ 6.9

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาห้องพัก

ราคาห้องพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1500	73	29.8
1500 - 2500	46	18.8
สูงกว่า 2500	126	51.4
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.6 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามราคาห้องพัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพัก ห้องพักราคาสูงกว่า 2,500 คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1,500 คิดเป็นร้อยละ 29.8 และราคาห้องพักต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 18.8

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	จำนวน	ร้อยละ
เกาะ	81	33.1
ภูเขา/น้ำตก	21	8.6
ทะเล ชายหาด	161	65.7

หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.7 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวทะเล ชายหาด คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาคือ เกาะ คิดเป็นร้อยละ 33.1 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปน้อยที่สุดคือ ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ	39	15.9
วัด โบสถ์ อนุสาวรีย์ อุทยานประวัติศาสตร์	35	14.3
สถานที่การแสดงทางวัฒนธรรม	128	52.2

หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากนิยมไปเที่ยวสถานที่การแสดงทางวัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ คิดเป็นร้อยละ 15.9 และวัด โบสถ์ อนุสาวรีย์ อุทยานประวัติศาสตร์ ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานบันเทิงและศูนย์การค้า

สถานบันเทิงและศูนย์การค้า	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	123	50.2
สถานบันเทิง/ดิสโก้เธค ผับ	98	40.0
ร้านสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน	26	10.6
ภัตตาคาร	86	35.1

หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามสถานบันเทิงและศูนย์การค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากนิยมไปห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ สถานบันเทิง ดิสโก้ ผับ คิดเป็นร้อยละ 40.0 ภัตตาคาร ร้อยละ 35.1 และร้านสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 10.6

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรม กีฬา นันทนาการ

กีฬา นันทนาการ	จำนวน	ร้อยละ
แข่งรถ	17	6.9
เรือใบ	11	4.5
ตกปลา	40	16.3
โบว์ลิ่ง	43	17.6
เทนนิส	62	25.3

หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.10 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามตามกิจกรรมกีฬา นันทนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเล่นกีฬาเทนนิสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ โบว์ลิ่ง ร้อยละ 17.6 ตกปลาร้อยละ 16.3 และกีฬาที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจน้อยที่สุดคือ แข่งรถ ร้อยละ 6.9 เรือใบ ร้อยละ 4.5

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการติดต่อใช้บริการจากธุรกิจอื่นผ่าน โรงแรมที่พัก

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ความสะดวกในการติดต่อบริการธุรกิจอื่นผ่านโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว	3.77	0.76	มาก
1.ความสะดวกการติดต่อจัดหารถเช่าสำหรับเดินทางใกล้ๆ โรงแรมผ่าน โรงแรมที่พัก	3.42	0.78	ปานกลาง
2.ความสะดวกการติดต่อจัดหารถเช่าสำหรับเดินทางระยะไกลผ่าน โรงแรมที่พัก	3.46	0.84	ปานกลาง
3.ความสะดวกการบริการติดต่อเช่ารถสำหรับขับขี้อเองผ่าน โรงแรมที่พัก	4.16	0.79	มาก
4.ความสะดวกการบริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบินผ่าน โรงแรมที่พัก	3.87	0.68	ปานกลาง
5.ความสะดวกการบริการติดต่อเรือโดยสารไปยังเกาะผ่าน โรงแรมที่พัก	3.94	0.73	ปานกลาง

หมายเหตุ ความหมายของการแปลผลอ้างอิงจากหน้า 50-51



ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(ต่อ)

ความสะดวกในการติดต่อบริการธุรกิจอื่นผ่านโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์	3.65	0.86	มาก
แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น เกาะ ภูเขา ทะเล	3.74	0.98	มาก
1.ความสะดวกของการหาข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรมที่พัก	3.86	0.92	ปานกลาง
2.ความสะดวกของการติดต่อขอใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.57	1.04	ปานกลาง
3.ความสะดวกการจองตั๋วสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานต่างๆ ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.79	0.93	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวประเภททางวัฒนธรรม เช่น วัด อุทยานประวัติศาสตร์ การแสดงทางวัฒนธรรม (อลังการ สวนนงนุช)	3.44	0.77	มาก
1.ความสะดวกของการหาข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรมที่พัก	3.27	0.78	ปานกลาง
2.ความสะดวกของการติดต่อขอใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.58	0.85	ปานกลาง
3.ความสะดวกการจองตั๋วสถานที่ท่องเที่ยว หรือมีส่วนลด ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.48	0.69	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง ศูนย์การค้า เช่นห้างสรรพสินค้า ดิสโก้เทค ผับ การแสดงโชว์ (อคตาซาร์ ทิฟฟานี่)	3.73	0.90	มาก
1.ความสะดวกของการหาข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรมที่พัก	3.74	0.97	ปานกลาง
2.ความสะดวกของการติดต่อขอใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.64	0.82	ปานกลาง
3.ความสะดวกการจองตั๋ว หรือมีส่วนลด ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.82	0.93	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวประเภท กิจกรรม กีฬา นันทนาการ เช่น แข่งรถ เรือใบ เทนนิส ตกปลา	3.69	0.79	มาก
1.ความสะดวกของการหาข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรมที่พัก	3.61	0.72	ปานกลาง
2.ความสะดวกของการติดต่อขอใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.59	0.91	ปานกลาง
3.ความสะดวกการจองตั๋ว หรือมีส่วนลด ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.88	0.76	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(ต่อ)

ความสะดวกในการติดต่อบริการธุรกิจอื่นผ่านโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร เครื่องดื่ม	3.46	1.01	มาก
1.ความสะดวกการหาร้านอาหารพื้นเมือง อาหารท้องถิ่นผ่านโรงแรมที่พัก	3.21	0.78	ปานกลาง
2.ความสะดวกการหาร้านอาหารชาติต่างๆ เช่น อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.46	0.94	ปานกลาง
3.ความสะดวกในการหาข้อมูลร้านอาหารและเครื่องดื่มผ่านโรงแรมที่พัก	3.79	1.05	ปานกลาง
4.ความสะดวกในการหาข้อมูลร้านขนมหรือไอศกรีมผ่านโรงแรมที่พัก	3.41	1.27	ปานกลาง
ความสะดวกในการติดต่อบริการธุรกิจอื่นผ่านโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์ (กรณีไม่ได้ติดต่อผ่านมัคคุเทศก์ โดยท่านติดต่อผ่านทางโรงแรม)	3.76	0.79	มาก
1.ความสะดวกในการติดต่อหาข้อมูลการแสดงโชว์ต่างๆผ่านโรงแรมที่พัก	3.67	0.58	ปานกลาง
2.ความสะดวกในการจองที่นั่งหรือขอส่วนลดเพื่อไปชมการแสดงโชว์ต่างๆผ่านโรงแรมที่พัก	3.54	0.72	ปานกลาง
3.ความสะดวกในการติดต่อหาข้อมูลบาร์ เชน ไนต์คลับผ่านโรงแรมที่พัก	3.85	0.93	ปานกลาง
4.ความสะดวกในการจองหรือขอส่วนลดบาร์ เชน ไนต์คลับผ่านโรงแรมที่พัก	3.79	0.86	ปานกลาง
5.ความสะดวกในการติดต่อหาข้อมูล โรงภาพยนตร์ โบวล์ ออบบรอด ผ่านโรงแรมที่พัก	3.93	0.94	ปานกลาง
6.ความสะดวกในการจองหรือขอส่วนลด โรงภาพยนตร์ โบวล์ ออบบรอด ผ่านโรงแรมที่พัก	3.58	0.73	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(ต่อ)

ความสะดวกในการติดต่อบริการธุรกิจอื่นผ่านโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	3.85	0.84	มาก
1.ความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองหัตถกรรมผ่าน โรงแรมที่พัก	3.74	0.92	ปานกลาง
2.ความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายของที่ระลึกผ่าน โรงแรมที่พัก	3.84	0.97	ปานกลาง
3.ความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายเครื่องประดับผ่าน โรงแรมที่พัก	3.96	0.89	ปานกลาง
4.ความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง ผ่าน โรงแรมที่พัก	3.83	0.76	ปานกลาง
5.ความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายของตกแต่งบ้านผ่าน โรงแรมที่พัก	3.91	0.70	ปานกลาง
รวม	3.69	0.85	มาก

หมายเหตุ ความหมายของการแปลผลอ้างอิงจากหน้า 53

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในโรงแรมมีความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านโรงแรมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) เมื่อจำแนกเป็นรายธุรกิจ พบว่า

ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อเช่ารถสำหรับขับตัวเองผ่าน โรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ ความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อเรือโดยสารไปยังเกาะผ่าน โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.94) และผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องการติดต่อจัดหารถเช่าสำหรับเดินทางใกล้ๆผ่าน โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมของความสะดวกในการติดต่อกับธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวผ่าน โรงแรม ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ธุรกิจการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเช่น เกาะ ทะเลภูเขา ในเรื่องของความสะดวกในการหาข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อความสะดวกในการจองตั๋วสถานที่ท่องเที่ยว อุทยานต่างๆผ่าน โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อหามัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อความสะดวกในการติดต่อ

เกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเช่น เกาะ ทะเลภูเขา ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภททางวัฒนธรรม เช่น วัด อุทยานประวัติศาสตร์ การแสดงทางวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ มัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือความพึงพอใจต่อความสะดวกในการจองตั๋ว สถานที่ท่องเที่ยว หรือมีส่วนลดผ่าน โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีความพึงพอใจในความสะดวกของการหาข้อมูล โปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรม น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภท ทางวัฒนธรรม เช่น วัด อุทยานประวัติศาสตร์ การแสดงทางวัฒนธรรม มาก (ค่าเฉลี่ย 3.44) ความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง ศูนย์การค้า ภัตตาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ต่อความสะดวกในการติดต่อจองตั๋วหรือมีส่วนลด ผ่าน โรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูล โปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรม น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง ศูนย์การค้า ภัตตาคาร มาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม กีฬา นันทนาการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อจองตั๋วหรือมีส่วนลด ผ่าน โรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูล โปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการมัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรม น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อความสะดวกในการติดต่อเกี่ยวกับบริการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภท กิจกรรม กีฬา นันทนาการ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) หากแยกความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการติดต่อบริการด้านนำเที่ยว มัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรม ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาคือมีความพึงพอใจต่อการติดต่อบริการด้านนำเที่ยว มัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรม ในแหล่งท่องเที่ยวประเภท สถานบันเทิง ศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีความพึงพอใจต่อการติดต่อบริการด้านนำเที่ยว มัคคุเทศก์ผ่าน โรงแรม ในแหล่งท่องเที่ยวประเภททางวัฒนธรรม น้อยที่สุด (3.44) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมของความสะดวกในการติดต่อกับธุรกิจการบริการด้านการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ธุรกิจ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูลร้านกาแฟและเครื่องดื่ม ผ่านโรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูลร้านอาหารชาติต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูลร้านอาหารพื้นเมือง อาหารท้องถิ่นผ่านโรงแรม น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมของความสะดวกในการติดต่อกับธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม มาก (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ธุรกิจ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายเครื่องประดับผ่านโรงแรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการติดต่อหาข้อมูลหรือมีส่วนลดของร้านจำหน่ายของตกแต่งบ้านผ่านโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการหาข้อมูลหรือขอส่วนลดของร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมผ่านโรงแรม น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมของความสะดวกในการติดต่อกับธุรกิจ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวกของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม

ระดับความพึงพอใจในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ความพึงพอใจต่อความสะดวกของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	7.06	2.06	ปานกลางค่อนข้างมาก

หมายเหตุ การวัดข้อนี้ใช้การวัด 10 ระดับ โดยระดับ 1 คือน้อยที่สุด , ระดับ 10 คือ มากที่สุด

ความหมายของการแปลผลอ้างอิงจากหน้า 53-54

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะดวกของโรงแรมในการติดต่อบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมโดยไม่แบ่งประเภทธุรกิจ ปานกลางค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 7.06)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามผู้ประกอบการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย จากจำนวนประชากรทั้งหมด 33 แห่ง ได้การตอบกลับมาของแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร 20 แห่ง คิดเป็นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามร้อยละ 60.60 โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างโรงแรมและธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ประเมินคุณค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	8	40.0
ฝ่ายประชาสัมพันธ์	2	10.0
ฝ่ายบริการส่วนหน้า	2	10.0
อื่นๆ	8	40.0
รวม	20	100.0

จากตารางที่ 4.13 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป และ อื่นๆ (เช่น ผู้จัดการฝึกหัด ฝ่ายการตลาด) จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือตำแหน่ง ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และตำแหน่ง ฝ่ายบริการส่วนหน้า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของราคาห้องพักมาตรฐานต่อคืน

ราคาห้องพักมาตรฐาน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่า 2500	9	45.0
ระหว่าง 1500-2500	3	15.0
ต่ำกว่า 1500	8	40.0
รวม	20	100.0

จากตารางที่ 4.14 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าราคาห้องพักมาตรฐานส่วนใหญ่อยู่ในช่วงราคา มากกว่า 2,500 บาท จำนวน 9 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือห้องพักมาตรฐานราคา 1,500 บาท จำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และราคาห้องพักมาตรฐานระหว่าง 1,500 – 2,500 บาท เป็นกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ภายในโรงแรม

สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ภายในโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
สปา	8	40.0
ภัตตาคาร	18	90.0
สถานบันเทิง	7	35.0
ร้านขายสินค้าที่ระลึก	13	65.0
อื่น ๆ	15	75.0

หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ภายในโรงแรม พบว่าโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภัตตาคารเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคืออื่น ๆ เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส คิดเป็นร้อยละ 75.0 และโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในโรงแรมน้อยที่สุดคือ สถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 35.0

ส่วนที่ 2 ระดับความสัมพันธ์ระหว่าง โรงแรมและธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
 ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความสัมพันธ์ของความ
 ร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจการขนส่งเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว	2.74	1.43	สัมพันธ์ ระดับ 3
1. รถเช่าสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในโรงแรมเมื่อต้องการเดินทางไปสถานที่อื่นๆ ระยะสั้น เช่น เดินทางไปยังห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวใกล้ๆ โรงแรม	3.60	1.60	สัมพันธ์ ระดับ 4
2. รถเช่าสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในโรงแรมเมื่อต้องการเดินทางไปสถานที่อื่นๆ ระยะไกล เช่น รถเช่าบริการส่งนักท่องเที่ยวเดินทาง ท่องเที่ยวข้ามจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกลจากโรงแรม	3.70	1.38	สัมพันธ์ ระดับ 4
3. เรือโดยสารสำหรับนักท่องเที่ยวในโรงแรมเมื่อต้องการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	3.10	1.37	สัมพันธ์ ระดับ 3
4. การบริการจองตั๋วเครื่องบิน ตั๋วโดยสารรถยนต์ รถไฟ เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆหรือเดินทางกลับของนักท่องเที่ยว	2.75	1.37	สัมพันธ์ ระดับ 3
5. รถเช่าสำหรับนักท่องเที่ยวเช่าเพื่อขับขี่เดินทางด้วยตนเอง	2.55	1.47	สัมพันธ์ ระดับ 2

หมายเหตุ ความหมายของการแปลผลอ้างอิงจากหน้า 50-51

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(ต่อ)

ธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์	2.91	1.22	สัมพันธ์ ระดับ 3
1.บริการจัดนำเที่ยวแบบมีโปรแกรมท่องเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour)	3.05	1.39	สัมพันธ์ ระดับ 3
2. บริการจัดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะ (Group Tour)	3.00	1.34	สัมพันธ์ ระดับ 3
3.บริการจัดหามัคคุเทศก์สำหรับท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (Free Individual Traveler)	2.25	1.29	สัมพันธ์ ระดับ 2
4.บริการจองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานบันเทิง	3.25	1.12	สัมพันธ์ ระดับ 3
5.บริการให้ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว	3.00	0.97	สัมพันธ์ ระดับ 3
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจ ร้านอาหาร ภัตตาคาร	1.49	2.78	สัมพันธ์ ระดับ 1
1.ร้านอาหารไทยหรืออาหารพื้นเมือง เช่น ร้านแม่ศรีเรือน ร้านอาหารอีสาน	1.40	0.60	สัมพันธ์ ระดับ 1
2.ร้านอาหารประจำชาติต่างๆ เช่น ร้านอาหารอิตาเลียน ร้านอาหารอินเดีย ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารจีน	1.70	1.08	สัมพันธ์ ระดับ 1
3.ร้านอาหาร สวนอาหารทั่วไป เช่น ร้านอาหารทะเล ร้านอาหารบริเวณใกล้ๆโรงแรม	1.55	0.76	สัมพันธ์ ระดับ 1
4.ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม เช่น Star Buck coffee	1.40	0.75	สัมพันธ์ ระดับ 1
5.ร้านขนมหรือไอศกรีม เช่น Baskin & Robbins , Swensens	1.40	0.75	สัมพันธ์ ระดับ 1

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความสัมพันธ์ของความ
ร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(ต่อ)

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจสถานบันเทิง	2.15	1.21	สัมพันธ์ ระดับ 2
1.การแสดงโชว์ต่างๆ เช่น อคาซ่า ทิฟฟานี่ อลังการ	3.00	1.17	สัมพันธ์ ระดับ 3
2.บาร์ ไนท์คลับ เชน เช่น บาร์เบียร์ ฮอลดีวูด เคอะพาลอส	1.85	1.18	สัมพันธ์ ระดับ 2
3.โรงภาพยนตร์ โบว์ลิ่ง	1.70	1.08	สัมพันธ์ ระดับ 1
4.สถานอาบอบนวด นวดแผนโบราณ	2.05	1.43	สัมพันธ์ ระดับ 2
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	2.32	1.39	สัมพันธ์ ระดับ 2
1.ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน	2.20	1.36	สัมพันธ์ ระดับ 2
2.ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	2.90	1.55	สัมพันธ์ ระดับ 3
3.ร้านจำหน่ายเครื่องประดับ	2.45	1.47	สัมพันธ์ ระดับ 2
4.ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง	2.45	1.54	สัมพันธ์ ระดับ 2
5.ร้านจำหน่ายของแต่งบ้าน	1.60	1.05	สัมพันธ์ ระดับ 1
รวม	2.32	1.20	สัมพันธ์ ระดับ 2

หมายเหตุ ความหมายของการแปลผลอ้างอิงจากหน้า 50-51

จากตารางที่ 4.16 พบว่าโดยภาพรวมความสัมพันธ์ระหว่าง โรงแรมและธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีระดับความสัมพันธ์ในระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.32) เมื่อจำแนกเป็นรายธุรกิจพบว่า

ธุรกิจการขนส่งเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจรถเช่าสำหรับบริการนักท่องเที่ยวสำหรับเช่าเดินทางระยะไกล มากที่สุด ระดับ 4 (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับธุรกิจรถเช่าสำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางไปสถานที่อื่นๆระยะสั้น ระดับ 4 (ค่าเฉลี่ย 3.60) และโรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจรถเช่าสำหรับนักท่องเที่ยวเช่าเพื่อขับขี้อเอง น้อยที่สุด ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.55) โดยโรงแรมมีระดับความสัมพันธ์กับธุรกิจการขนส่งเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในภาพรวม ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์เกี่ยวกับธุรกิจบริการจองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานบันเทิง มากที่สุด ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับธุรกิจบริการ จัดนำเที่ยวแบบมีโปรแกรมแบบเบ็ดเสร็จ ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 3.05) และโรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจบริการจัดหามัคคุเทศก์สำหรับท่องเที่ยวโดยเฉพาะ น้อยที่สุด ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.25) โดยโรงแรมมีระดับความสัมพันธ์ในภาพรวมกับธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์ ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจร้านอาหารชาติต่างๆ มากที่สุด ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.70) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับร้านอาหารทั่วไป สวนอาหาร ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.55) และโรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจร้านกาแฟ เครื่องดื่ม และ ธุรกิจขนมหรือไอศกรีม น้อยที่สุด ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.40) โดยโรงแรมมีความสัมพันธ์ในภาพรวมกับธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.49)

ธุรกิจสถานบันเทิง โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจสถานบันเทิงเกี่ยวกับการแสดงโชว์ต่างๆ เช่น อคาซ่า ทิฟฟานี อลังการ มากที่สุด ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับธุรกิจสถานอาบอบนวด นวดแผนโบราณ ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.05) และโรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจโรงภาพยนตร์ โบว์ลิ่ง น้อยที่สุด ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.70) โดยโรงแรมมีความสัมพันธ์ในภาพรวมกับธุรกิจสถานบันเทิง ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประเภทร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มากที่สุด ระดับ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.90) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประเภทจำหน่ายเครื่องประดับ และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประเภท เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.45) และโรงแรมมีความสัมพันธ์กับร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประเภทจำหน่ายของแต่งบ้าน น้อยที่สุด ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.60) โดยโรงแรมมีความสัมพันธ์ในภาพรวมกับธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.32)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับการประเมินคุณค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่น

รายการเพื่อการประเมินคุณค่า	ระดับการประเมินคุณค่า		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. ทำให้ลูกค้าของโรงแรมมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นจากความสะดวกในการติดต่อใช้บริการอื่นๆที่ไม่ใช่บริการหลักของโรงแรม	8.55	2.37	มาก
2. โรงแรมมีรายได้ ผลกำไรและสร้างความเติบโตทางธุรกิจมากขึ้น	6.60	2.70	ปานกลาง ค่อนข้างมาก
3. ลูกค้าของโรงแรมเกิดความภักดี (Loyalty) ต่อโรงแรมและมีการกลับมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น	7.85	2.54	ค่อนข้างมาก
4. การมีเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจอื่นทำให้โรงแรมมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีการกล่าวถึงเป็นที่รู้จัก	7.50	3.09	ค่อนข้างมาก
5. การมีเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจอื่นทำให้โรงแรมมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่น	7.50	2.69	ค่อนข้างมาก
รวม	7.60	2.68	มาก

หมายเหตุ การวัดข้อนี้ใช้การวัด 10 ระดับ โดยระดับ 1 คือน้อยที่สุด , ระดับ 10 คือ มากที่สุด

ความหมายของการแปลผลอ้างอิงจากหน้า 51-52

จากตารางที่ 4.17 เมื่อสอบถามโรงแรมถึงคุณค่าที่โรงแรมได้รับจากการมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า โดยภาพรวม ระดับการประเมินประเมินคุณค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 7.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการประเมินคุณค่าค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ลูกค้าของโรงแรมมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นจากความสะดวกในการติดต่อใช้บริการอื่นๆที่ไม่ใช่บริการหลักของโรงแรม เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการประเมินสูงที่สุด ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 8.55) รองลงมาคือ การมีเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้ลูกค้าของโรงแรมเกิดความภักดี (Loyalty) ต่อโรงแรมและมีการกลับมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ระดับ ค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 7.85)

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย
3.77 (มาก)	ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว	2.74 (สัมพันธ์ระดับ 3)
3.65 (มาก)	ธุรกิจการนำเที่ยว มัคคุเทศก์	2.91 (สัมพันธ์ระดับ 3)
3.46 (มาก)	ธุรกิจอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร เครื่องดื่ม	1.49 (สัมพันธ์ระดับ 1)
3.76 (มาก)	ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์	2.15 (สัมพันธ์ระดับ 2)
3.85 (มาก)	ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	2.32 (สัมพันธ์ระดับ 2)
3.69 (มาก)	รวม	2.32 (สัมพันธ์ระดับ 2)

จากตารางที่ 4.18 เมื่อสรุปเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมมีความพึงพอใจ ต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ในขณะที่ระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อยู่ในระดับความสัมพันธ์ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.32) เมื่อแยกเป็นรายธุรกิจพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมมีความพึงพอใจ ต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกผ่านโรงแรมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในขณะที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ระดับความสัมพันธ์ระดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 2.32) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมมีความพึงพอใจ ต่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวผ่าน

โรงแรม ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ในขณะที่โรงแรมที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ระดับความสัมพันธ์ 3 (ค่าเฉลี่ย 2.74) และ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมมีความพึงพอใจต่อความสะดวกต่อการใช้บริการธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ผ่านโรงแรม น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.46) ในขณะที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ระดับความสัมพันธ์ระดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 1.49)

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวกของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมกับการประเมินของโรงแรมต่อคุณค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โรงแรมต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม	การประเมินของโรงแรมต่อคุณค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่น
ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
7.06 (ปานกลางค่อนข้างมาก)	7.60 (มาก)

หมายเหตุ การวัดข้อนี้ใช้การวัด 10 ระดับ โดยระดับ 1 คือน้อยที่สุด , ระดับ 10 คือ มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวกของโรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมกับการประเมินของโรงแรมต่อคุณค่าที่ได้รับจากความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการใช้บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านโรงแรมในภาพรวม ปานกลางค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 7.06) ในขณะที่โรงแรมประเมินคุณค่าที่โรงแรมที่ได้รับต่อการมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มาก (ค่าเฉลี่ย 7.60)

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวกของ
โรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบ่งตามรายธุรกิจ

บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Pearson Correlation
ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว	0.6975
ธุรกิจการนำเที่ยว มัคคุเทศก์	0.7403
ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม	0.4882
ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์	0.6754
ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	0.5266

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ต่อความสะดวกของ โรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่น ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
โดยแบ่งตามรายธุรกิจ ดังตารางที่ 4.20 พบว่าธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์มีค่าความสัมพันธ์กับความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวกของ โรงแรมต่อการติดต่อประสานงานบริการธุรกิจอื่นใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 0.7403 และรองลงมาคือ ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว
คือ 0.6975 และธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าความสัมพันธ์ต่ำสุดคือ 0.5266

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือที่โรงแรมมี
ความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบ่งตามรายธุรกิจ

บริการธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	Pearson Correlation
ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว	0.6655
ธุรกิจการนำเที่ยว มัคคุเทศก์	0.4223
ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม	-0.1122
ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์	0.2044
ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	0.4227

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์ของความ
ร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบ่งตามรายธุรกิจ ดังตาราง
ที่ 4.21 พบว่า ธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสัมพันธ์
ของความร่วมมือที่โรงแรมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากที่สุดคือ

0.6655 รองลงมาคือ ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก คือ 0.4227 และธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม มีค่าความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ -0.1122

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สมการถดถอยวิธี Stepwise เพื่อหาพยากรณ์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยมีสมการดังนี้

สมการของผู้มาใช้บริการโรงแรม

$$Y_i = -0.263 + 0.773X_1 + 0.883X_2 + 0.498X_3$$

โดยที่ X_1 = ธุรกิจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว

X_2 = ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์

X_3 = ธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์

จากสมการข้างต้นจะเห็นว่าธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สามารถอธิบายความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงแรมในการติดต่อบริการในธุรกิจอื่นได้ มากที่สุด โดยมีธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ รองลงมาและธุรกิจสถานบันเทิง การแสดงโชว์ ตามลำดับ ทั้งนี้ ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม และ ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ไม่มีอิทธิพลเพียงพอในการอธิบายความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงแรมในการติดต่อบริการในธุรกิจอื่น

สมการของโรงแรม

$$Y_i = 4.425 + 1.314X_i$$

โดยที่ X_i = ธุรกิจการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

จากสมการข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโรงแรมและธุรกิจอื่นในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้เพียงตัวแปรเดียวขณะที่ธุรกิจอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลเพียงพอที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโรงแรมและธุรกิจอื่นในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจในเรื่องการบริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของโรงแรมแตกต่างกัน

เมื่อนำค่าเฉลี่ยโดยรวมของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของ โรงแรม มาวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One-Way ANOVA เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของ โรงแรม มีความแตกต่างกันตามรายธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 โดยมีค่า $F = 34.89$

สมมติฐานที่ 2 ความคิดเห็นของ โรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน

เมื่อนำค่าเฉลี่ยโดยรวมของ ความคิดเห็นของ โรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One-Way ANOVA เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของ โรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ มีความแตกต่างกันตามรายธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 โดยมีค่า $F = 7.99$

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวในกลุ่มชาติตะวันตกกับตะวันออกมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของ โรงแรม โดยแยกรายธุรกิจแตกต่างกันหรือไม่

เมื่อนำค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มชาติตะวันตกกับตะวันออกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของ โรงแรม โดยแยกรายธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One-Way ANOVA เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผลการทดสอบพบว่า

1.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F = 0.046$ sig. = 0.831 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t = -0.242$ df = 243 sig. = 0.809 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มชาติตะวันตกกับตะวันออกในกลุ่มธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

2.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F = 0.080$ sig. = 0.777 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t = -0.754$ df = 243 sig. = 0.425 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มชาติตะวันตกกับตะวันออกในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์ ไม่แตกต่างกัน

3.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F = 0.013$ sig. = 0.909 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t = -0.509$ df = 243 sig. = 0.611 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มชาติตะวันตกกับตะวันออกในธุรกิจกลุ่มร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ ไม่แตกต่างกัน

4.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=0.031$ sig. = 0.859 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=-0.509$ $df=243$ sig. = 0.127 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มสัญชาติตะวันตกกับตะวันออกในธุรกิจ สถานบันเทิง การแสดงโชว์ ไม่แตกต่างกัน

5.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=1.415$ sig. = 0.235 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=-0.454$ $df=243$ sig. = 0.650 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มสัญชาติตะวันตกกับตะวันออกในธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของโรงแรมโดยแยกรายธุรกิจแตกต่างกันหรือไม่

เมื่อนำค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดต่อธุรกิจอื่นๆของโรงแรมโดยแยกรายธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One-Way ANOVA เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 ผลการทดสอบพบว่า

1.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=0.001$ sig. = 0.977 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=-0.470$ $df=243$ sig. = 0.639 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์ในธุรกิจการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

2.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=0.649$ sig. = 0.421 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=1.400$ $df=243$ sig. = 0.163 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์ในธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ไม่แตกต่างกัน

3.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=0.022$ sig. = 0.883 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=-2.897$ $df=243$ sig. = 0.004 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์ในธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ มีความแตกต่างกัน

4.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=3.887$ sig. = 0.0498 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรไม่เท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=0.990$ $df=36.309$ sig. = 0.329 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์ในธุรกิจ สถานบันเทิง การแสดงโชว์ ไม่แตกต่างกัน

5.เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากร พบว่า $F=0.531$ sig. = 0.467 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของ 2 ประชากรเท่ากัน ในการทดสอบค่าเฉลี่ย จะได้ $t=-0.550$ $df=243$ sig. = 0.583 ดังนั้นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักไม่เกิน 2 อาทิตย์และมากกว่า 2 อาทิตย์ในธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานต่างกัน ความคิดเห็นของโรงแรมต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน

เมื่อนำค่าเฉลี่ยโดยรวมของ ความคิดเห็นของ โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานต่างกัน ต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One-Way ANOVA เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ 5 ผลการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของ โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมาตรฐานต่างกัน ต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในรายธุรกิจ มีความแตกต่างกันตามรายธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05