

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย ผลการศึกษามีดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- 4.3 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แสดงเป็นจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	190	47.50
	หญิง	210	52.50
อายุ	15-24 ปี	55	13.75
	25-34 ปี	141	35.25
	35-44 ปี	142	35.50
	45-54 ปี	55	13.75
	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	7	1.75
สถานภาพ	โสด	189	47.25
	สมรส	203	50.75
	หม้าย/หย่าร้าง	8	2.00
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	59	14.75
	ปริญญาตรี	291	72.75
	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	50	12.50
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	52	13.00
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	66	16.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	228	57.00
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	54	13.50
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	103	25.75
	10,001-20,000 บาท	116	29.00
	20,001-30,000 บาท	89	22.25
	30,001-40,000 บาท	85	21.25
	40,001 บาทขึ้นไป	7	1.75

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.50 และ 47.50 ตามลำดับ

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 35-44 ปี ร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 35.25 อายุ 15-24 ปี ร้อยละ 13.75 อายุ 45-54 ปี ร้อยละ 13.75 และอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.75

สถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสมากที่สุด ร้อยละ 50.75 รองลงมาคือ มีสถานภาพโสด ร้อยละ 47.25 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้างร้อยละ 2.00

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 72.75 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.75 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.50

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 57.00 รองลงมาคือ รับราชการและพนักงานงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 13.50 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 13.00

รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 29.00 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 25.75 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 22.25 มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 21.25 และมีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 1.75

4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจได้ 5 ระดับ ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย	4.34	0.81	มาก
2. คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย	4.22	0.81	มาก
3. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความเป็นเอกลักษณ์และสื่อถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน	4.28	0.84	มาก
4. มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น จั๊กกรยาน คนตรีในสวน เป็นต้น	4.33	0.75	มาก
5. มีบริการทัวร์ล่องเรือชมบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ริมน้ำ เช่น ทัวร์ท่องเที่ยว 3 ตลาด ทัวร์กล้วยไม้ ไหว้พระ ชมตลาด ทัวร์สวนงูชนบุรี เป็นต้น	4.37	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย	4.31	0.59	มาก

ตารางที่ 4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องมีบริการทัวร์ล่องเรือชมบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ริมน้ำ เช่น ทัวร์ท่องเที่ยว 3 ตลาด ทัวร์กล้วยไม้ ไหว้พระ ชมตลาด ทัวร์สวนงูชนบุรี เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น จั๊กกรยาน คนตรีในสวน เป็นต้น

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความเป็นเอกลักษณ์และสื่อถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านราคา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านราคา			
1. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูกกว่าตลาดน้ำที่อื่นๆ	4.23	0.88	มาก
2. ความคุ้มค่าของเงินในการมาท่องเที่ยวตลิ่งชัน	4.24	0.80	มาก
3. ราคาของสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความเหมาะสม เช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.02	0.87	มาก
4. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาถูกกว่าตลาดน้ำที่อื่นๆ	3.97	0.83	มาก
5. มีป้ายบอกราคาสินค้าและบริการไว้อย่างชัดเจน	4.32	0.81	มาก
รวมเฉลี่ย	4.15	0.60	มาก

ตารางที่ 4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องมีป้ายบอกราคาสินค้าและบริการไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ความคุ้มค่าของเงินในการมาท่องเที่ยวตลิ่งชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูกกว่าตลาดน้ำที่อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ราคาของสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความเหมาะสม เช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาถูกกว่าตลาดน้ำที่อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน	4.35	0.70	มาก
2. ตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ไม่ไกล สามารถเดินทางแบบไป เช้าเย็นกลับได้	4.20	0.81	มาก
3. มีรถโดยสารผ่านตลาดน้ำตลิ่งชัน	4.32	0.73	มาก
4. มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอและปลอดภัย	4.29	0.70	มาก
5. มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำตลิ่งชัน	4.05	0.91	มาก
รวมเฉลี่ย	4.24	0.60	มาก

ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ มีรถโดยสารผ่านตลาดน้ำตลิ่งชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ไม่ไกล สามารถเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว	4.28	0.88	มาก
2. มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.91	มาก
3. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน ผ่านสื่อต่างๆ	3.86	0.94	มาก
4. มีการจัดโปรแกรมทัวร์ล่องเรือราคาพิเศษให้ นักท่องเที่ยว	3.78	0.93	มาก
5. มีการให้ทดลองชิมสินค้าที่นำมาจำหน่าย	3.96	0.94	มาก
รวมเฉลี่ย	3.96	0.74	มาก

ตารางที่ 4.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ มีการให้ทดลองชิมสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และมีการจัดโปรแกรมทัวร์ล่องเรือราคาพิเศษให้นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านบุคลากร			
1. พ่อค้าแม่ค้าให้บริการด้วยความเป็นกันเอง	4.16	0.51	มาก
2. มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	4.24	0.53	มาก
3. เจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน	4.15	0.53	มาก
4. ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนในท้องถิ่น	4.04	0.50	มาก
5. ความสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพ่อค้าแม่ค้า	4.09	0.54	มาก
รวมเฉลี่ย	4.14	0.43	มาก

ตารางที่ 4.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ พ่อค้าแม่ค้าให้บริการด้วยความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพ่อค้าแม่ค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านลักษณะทางกายภาพ			
1. ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้า	4.31	0.68	มาก
2. ภายในตลาดน้ำตลิ่งชันมีความร่มรื่นและยังคงเป็น ธรรมชาติ	4.37	0.68	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวอย่าง เพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร	4.28	0.69	มาก
4. การมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว	4.09	0.82	มาก
5. มีพื้นที่ไว้ให้นั่งรับประทานอาหารและพักผ่อน	4.01	0.77	มาก
รวมเฉลี่ย	4.21	0.55	มาก

ตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องภายในตลาดน้ำตลิ่งชันมีความร่มรื่นและยังคงเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 การมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และมีพื้นที่ไว้ให้นั่งรับประทานอาหารและพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ			
1. พ่อค้าแม่ค้าทอนเงิน ได้ถูกต้องและครบถ้วน	4.21	0.72	มาก
2. ความรวดเร็วในการทอนเงิน	4.15	0.79	มาก
3. การให้บริการตามลำดับคิวในการจับจ่ายสินค้า	4.18	0.78	มาก
4. การให้บริการที่รวดเร็วในการซื้อสินค้า	4.10	0.77	มาก
5. การให้บริการตามลำดับคิวในการใช้บริการทัวร์ล่องเรือ	4.30	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย	4.19	0.56	มาก

ตารางที่ 4.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านกระบวนการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการให้บริการตามลำดับคิวในการใช้บริการทัวร์ล่องเรือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ พ่อค้าแม่ค้าทอนเงิน ได้ถูกต้องและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 การให้บริการตามลำดับคิวในการจับจ่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความรวดเร็วในการทอนเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การให้บริการที่รวดเร็วในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.31	0.59	มาก
2. ด้านราคา	4.15	0.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	0.60	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.96	0.74	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.14	0.43	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	0.55	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.19	0.56	มาก
รวมเฉลี่ย	4.16	0.39	มาก

ตารางที่ 4.9 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

4.3 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์เวสป้า	ชาย (n=190)		หญิง (n=210)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.27	0.60	4.36	0.57	-1.52	0.13
2. ด้านราคา	4.08	0.59	4.23	0.60	-2.58*	0.01
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29	0.59	4.21	0.61	1.36	0.17
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	0.74	4.02	0.73	-1.47	0.14
5. ด้านบุคลากร	4.12	0.45	4.15	0.42	-0.87	0.39
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.16	0.55	4.21	0.56	-0.85	0.40
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.18	0.57	4.24	0.54	-1.05	0.29
8. ปัจจัยโดยรวม	4.15	0.32	4.21	0.34	-1.88	0.06

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า เพศกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันโดยรวม มีค่า p เท่ากับ 0.06 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่า เพศชายและเพศหญิงความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกันในด้านราคา

ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.29	4	1.07	3.23*	0.01
	ภายในกลุ่ม	131.23	395	0.33		
	รวม	135.52	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.94	4	0.74	2.09	0.08
	ภายในกลุ่ม	138.98	395	0.35		
	รวม	141.93	399			
3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.19	4	0.30	0.83	0.51
	ภายในกลุ่ม	142.21	395	0.36		
	รวม	143.41	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.72	4	0.43	0.79	0.53
	ภายในกลุ่ม	213.91	395	0.54		
	รวม	215.62	399			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.57	4	0.39	2.12	0.08
	ภายในกลุ่ม	73.13	395	0.19		
	รวม	74.70	399			
6. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.35	4	0.59	1.91	0.11
	ภายในกลุ่ม	121.21	395	0.31		
	รวม	123.55	399			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.32	4	0.33	1.09	0.36
	ภายในกลุ่ม	119.94	395	0.30		
	รวม	121.27	399			
8. ปัจจัยโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.34	4	0.09	0.78	0.54
	ภายในกลุ่ม	4.29	4	1.07		
	รวม	131.23	395	0.33		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า อายุกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันโดยรวม มีค่า p เท่ากับ 0.54 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงนำมาทดสอบด้วยวิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อายุที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์

อายุ	\bar{X}	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		4.47	4.39	4.26	4.14	4.20
15-24 ปี	4.47		0.08	0.21*	0.33*	0.27
25-34 ปี	4.39			0.13	0.25*	0.19
35-44 ปี	4.26				0.12	0.06
45-54 ปี	4.14					-0.06
ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	4.20					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี และ 45-54 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.13 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.32	2	1.16	3.46*	0.03
	ภายในกลุ่ม	133.20	397	0.34		
	รวม	135.52	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.31	2	1.15	3.28*	0.04
	ภายในกลุ่ม	139.62	397	0.35		
	รวม	141.93	399			
3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.80	2	0.90	2.52	0.08
	ภายในกลุ่ม	141.61	397	0.36		
	รวม	143.41	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.23	2	1.11	2.07	0.13
	ภายในกลุ่ม	213.39	397	0.54		
	รวม	215.62	399			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.10	2	0.05	0.28	0.76
	ภายในกลุ่ม	74.59	397	0.19		
	รวม	74.70	399			
6. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.00	2	0.50	1.62	0.20
	ภายในกลุ่ม	122.55	397	0.31		
	รวม	123.55	399			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.42	2	0.21	0.69	0.50
	ภายในกลุ่ม	120.85	397	0.30		
	รวม	121.27	399			
8. ปัจจัยโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.12	2	0.56	5.18*	0.01
	ภายในกลุ่ม	42.88	397	0.11		
	รวม	44.00	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า สถานภาพกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยรวม มีค่า p เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีค่า p น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงนำมาทดสอบด้วยวิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่สถานภาพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
		4.27	4.34	4.78
โสด	4.27		-0.08	-0.51*
สมรส	4.34			0.43*
หม้าย / หย่าร้าง	4.78			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและสมรสมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่สถานภาพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านราคา

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
		4.08	4.22	4.40
โสด	4.08		-0.14*	-0.32
สมรส	4.22			0.18
หม้าย / หย่าร้าง	4.40			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านราคาแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่สถานภาพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันโดยรวม

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
		4.12	4.22	4.34
โสด	4.12		-0.10*	-0.21
สมรส	4.22		-0.21	0.10*
หม้าย / หย่าร้าง	4.34			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันโดยรวมแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันโดยรวมแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.53	2	1.77	5.31*	0.01
	ภายในกลุ่ม	131.99	397	0.33		
	รวม	135.52	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.86	2	0.93	2.64	0.07
	ภายในกลุ่ม	140.06	397	0.35		
	รวม	141.93	399			
3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.36	2	1.68	4.76*	0.01
	ภายในกลุ่ม	140.05	397	0.35		
	รวม	143.41	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.26	2	0.13	0.24	0.79
	ภายในกลุ่ม	215.36	397	0.54		
	รวม	215.62	399			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.94	2	0.47	2.53	0.08
	ภายในกลุ่ม	73.76	397	0.19		
	รวม	74.70	399			
6. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.90	2	0.95	3.10*	0.05
	ภายในกลุ่ม	121.65	397	0.31		
	รวม	123.55	399			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.81	2	0.40	1.33	0.27
	ภายในกลุ่ม	120.46	397	0.30		
	รวม	121.27	399			
8. ปัจจัยโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.03	2	0.01	0.11	0.89
	ภายในกลุ่ม	43.98	397	0.11		
	รวม	44.00	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การศึกษากับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยรวม มีค่า p เท่ากับ 0.89 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่าการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงนำมาทดสอบด้วยวิธี LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การศึกษาที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ในด้านผลิตภัณฑ์

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
		4.54	4.28	4.27
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.54		0.26*	0.27*
ปริญญาตรี	4.28			0.01
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.27			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4. 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การศึกษาที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
		4.24	4.20	4.48
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.24		0.04	-0.24*
ปริญญาตรี	4.20			-0.28*
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.48			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การศึกษาที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพ

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
		4.12	4.23	4.04
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.12		-0.11	0.09
ปริญญาตรี	4.23			0.19*
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.04			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษากว่าปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การศึกษาที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันโดยรวม

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
		4.20	4.17	4.18
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.20		0.03	0.01
ปริญญาตรี	4.17			0.01*
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.18			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันโดยรวมแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.22 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	6.10	3	2.04	6.23*	0.00
	ภายในกลุ่ม	129.42	396	0.33		
	รวม	135.52	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.39	3	1.80	5.21*	0.00
	ภายในกลุ่ม	136.54	396	0.35		
	รวม	141.93	399			
3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.92	3	1.64	4.69*	0.00
	ภายในกลุ่ม	138.49	396	0.35		
	รวม	143.41	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.08	3	1.36	2.55	0.06
	ภายในกลุ่ม	211.54	396	0.53		
	รวม	215.62	399			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.10	3	0.03	0.17	0.91
	ภายในกลุ่ม	74.60	396	0.19		
	รวม	74.70	399			
6. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.55	3	1.18	3.90*	0.01
	ภายในกลุ่ม	120.01	396	0.30		
	รวม	123.55	399			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.93	3	0.31	1.03	0.38
	ภายในกลุ่ม	120.33	396	0.30		
	รวม	121.27	399			
8. ปัจจัยโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.11	3	0.70	6.66*	0.00
	ภายในกลุ่ม	41.89	396	0.11		
	รวม	44.00	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า อาชีพกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันโดยรวม มีค่า p เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงนำมาทดสอบด้วยวิธี LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ในด้านผลิตภัณฑ์

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย
		4.50	4.07	4.35	4.31
นักเรียน/นักศึกษา	4.50		0.44*	0.16	0.19
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.07			-0.28*	-0.24*
พนักงานบริษัทเอกชน	4.35				0.04
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.31				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านราคา

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย
		4.35	3.95	4.19	4.08
นักเรียน/นักศึกษา	4.35		0.40*	0.15	0.26*
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.95			-0.25*	-0.14
พนักงานบริษัทเอกชน	4.19				0.11
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.08				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านราคาแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านราคาแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย
		4.15	4.04	4.29	4.40
นักเรียน/นักศึกษา	4.15		0.11	-0.14	-0.25*
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.04			-0.24*	-0.36*
พนักงานบริษัทเอกชน	4.29				-0.12
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.40				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพ

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย
		4.22	4.03	4.26	4.06
นักเรียน/นักศึกษา	4.22		0.19	-0.03	0.16
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.03			-0.22*	-0.03
พนักงานบริษัทเอกชน	4.26				0.19*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.06				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพที่ต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านปัจจัยโดยรวม

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย
		4.21	4.02	4.22	4.15
นักเรียน/นักศึกษา	4.21		0.19	-0.01	0.06
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.02			-0.20 *	-0.12*
พนักงานบริษัทเอกชน	4.22				-0.07
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.15				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านปัจจัยโดยรวมแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.28 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5.21	4	1.30	3.95*	0.00
	ภายในกลุ่ม	130.31	395	0.33		
	รวม	135.52	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.66	4	0.42	1.17	0.32
	ภายในกลุ่ม	140.27	395	0.36		
	รวม	141.93	399			
3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.49	4	1.12	3.19*	0.01
	ภายในกลุ่ม	138.92	395	0.35		
	รวม	143.41	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.98	4	0.49	0.91	0.46
	ภายในกลุ่ม	213.65	395	0.54		
	รวม	215.62	399			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.60	4	0.15	0.80	0.53
	ภายในกลุ่ม	74.10	395	0.19		
	รวม	74.70	399			
6. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.65	4	0.91	3.00*	0.02
	ภายในกลุ่ม	119.90	395	0.30		
	รวม	123.55	399			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.93	4	0.23	0.76	0.55
	ภายในกลุ่ม	120.34	395	0.31		
	รวม	121.27	399			
8. ปัจจัยโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.65	4	0.16	1.48	0.21
	ภายในกลุ่ม	43.35	395	0.11		
	รวม	44.00	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า รายได้กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันโดยรวม มีค่า p เท่ากับ 0.21 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงนำมาทดสอบด้วยวิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้ที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
		4.38	4.33	4.42	4.11	4.23
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.38		0.05	-0.04	0.28*	0.15
10,001-20,000 บาท	4.33			-0.08	0.23*	0.11
20,001-30,000 บาท	4.42				0.31*	0.19
30,001-40,000 บาท	4.11					-0.12
40,001 บาทขึ้นไป	4.23					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อายได้ที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
		4.09	4.32	4.31	4.29	3.89
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.09		-0.22*	-0.22*	-0.20*	0.21
10,001-20,000 บาท	4.32			0.01	0.03	0.43
20,001-30,000 บาท	4.31				0.02	0.42
30,001-40,000 บาท	4.29					0.40
40,001 บาทขึ้นไป	3.89					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้ที่แตกต่างกัน
กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
		4.06	4.23	4.19	4.25	4.63
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.06		-0.17*	-0.14	-0.20*	-0.57*
10,001-20,000 บาท	4.23			0.03	-0.03	-0.40
20,001-30,000 บาท	4.19				-0.06	-0.44*
30,001-40,000 บาท	4.25					-0.37
40,001 บาทขึ้นไป	4.63					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
อายุ	
ด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สถานภาพ	
ด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

การทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การศึกษา	
ด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
อาชีพ	
ด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยโดยรวม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
รายได้	
ด้านผลิตภัณฑ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยโดยรวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน