

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายและทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีค่าตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามคือ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	136	34.0
หญิง	264	66.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	3.0
21 – 30 ปี	110	27.5
31 – 40 ปี	153	38.2
41 – 50 ปี	91	22.8
51 – 60 ปี	20	5.0
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	14	3.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
นิสิต / นักศึกษา	28	7.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รัฐบาล	129	32.2
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	133	33.2
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	101	25.2
ข้าราชการบำนาญ	6	1.5
อื่นๆ	3	0.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	156	39.0
สมรส	226	56.5
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	18	4.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่ากว่าปริญญาตรี	62	15.5
ปริญญาตรี	206	51.5
ปริญญาโท	127	31.8
ปริญญาเอก	5	1.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	41	10.2
10,001 – 20,000 บาท	90	22.5
20,001 – 30,000 บาท	121	30.2
30,001 – 40,000 บาท	91	22.8
40,001 – 50,000 บาท	44	11.0
50,001 – 60,000 บาท	12	3.0
ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป	1	0.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และเพศชายซึ่งมีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา คือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ /รับราชการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และเจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โสด และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 226, 156 และ 18 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 56.5, 39 และ 4.5 ตามลำดับ ส่วนทางด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือจบการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมีการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงสุด 3 อันดับแรกคือ 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 121, 91 และ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2, 22.8 และ 22.5 ตามลำดับ และรายได้ต่ำสุดคือมีรายได้มากกว่า 60,001 บาทต่อเดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว

ตาราง 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ความพึงพอใจด้านสิ่งที่สัมผัสได้	จำนวน (ร้อยละ) ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	สัดส่วนความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว
1. ความสะดวกในการเดินทางไป – กลับ	158 (36.3%)	39.6
2. ป้ายสัญลักษณ์บอกทางมายังตลาดคลองสวน 100 ปี มี จำนวนเพียงพอ เหมาะสม และชัดเจน	105 (24.1%)	26.3
3. สถานที่จอดรถสามารถรองรับปริมาณรถได้เพียงพอและมี ความปลอดภัย	104 (23.9%)	26.1
4. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน	45 (10.3%)	11.3
5. สาธารณูปโภคพื้นฐานมีความเพียงพอและใช้งานได้ดี	23 (5.3%)	5.8
รวม	n = 400**	100.0

\*\*เป็นข้อคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Multiple responses) ดังนั้น ผลรวมจึงมากกว่าร้อยละ 100

จากการเก็บแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจด้านสิ่งที่สัมผัสได้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า ความความสะดวกในการเดินทางไป – กลับมีมากถึงร้อยละ 36.3 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 5.3 ที่มีความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานมีความเพียงพอและใช้งานได้ดี (รายละเอียดดังตารางที่ 2)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนความพึงพอใจของปัจจัยองค์ประกอบความพึงพอใจด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไป – กลับ สูงถึงสัดส่วนร้อยละ 39.6 ซึ่งความพึงพอใจสาธารณูปโภคพื้นฐานมีความเพียงพอและใช้งานได้ดีมีเพียงร้อยละ 5.8

ตาราง 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านความน่าเชื่อถือ

ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ	จำนวน (ร้อยละ) ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	สัดส่วนความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว
1. การให้บริการของเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความถูกต้อง เช่น การตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยว	214 (51.4%)	53.5
2. วันและเวลาเปิด – ปิด ตรงตามที่ได้ประกาศไว้	145 (34.9%)	36.2
3. ราคาของสินค้าในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความเหมาะสม	57 (23.9%)	14.2
<b>รวม</b>	<b>n = 400**</b>	<b>100.0</b>

\*\*เป็นข้อคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Multiple responses) ดังนั้น ผลรวมจึงมากกว่าร้อยละ 100

จากการเก็บแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความถูกต้อง เช่น การตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวมีมากถึงร้อยละ 51.4 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 23.9 ที่มีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือของราคาของสินค้าในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความเหมาะสม (รายละเอียดดังตารางที่ 3)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของปัจจัยองค์ประกอบความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องการให้บริการของเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความถูกต้อง เช่น การตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวสูงถึงสัดส่วนร้อยละ 53.5 ซึ่งความพึงพอใจในด้านราคาของสินค้ามีเพียงร้อยละ 5.8

ตาราง 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการตอบสนอง

ความพึงพอใจด้านการตอบสนอง	จำนวน (ร้อยละ) ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	สัดส่วนความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว
1. เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	271 (66.7%)	67.9
2. เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความเต็มใจในการให้บริการ	105 (25.9%)	26.3
3. เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความพร้อมในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ทันทีเมื่อต้องการความช่วยเหลือ	18 (4.4%)	4.5
4. เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและรักษาความปลอดภัย	12 (3.0%)	3.0
<b>รวม</b>	<b>n = 400**</b>	<b>100.0</b>

\*\*เป็นข้อคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Multiple responses) ดังนั้น ผลรวมจึงมากกว่าร้อยละ 100

จากการเก็บแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการตอบสนองในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า ความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีมากถึงร้อยละ 66.7 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 3 ที่มีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและรักษาความปลอดภัยน้อยที่สุด (รายละเอียดดังตารางที่ 4)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของปัจจัยองค์ประกอบความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความกระตือรือร้นในการให้บริการสูงถึงสัดส่วนร้อยละ 67.9 ซึ่งสัดส่วนที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและรักษาความปลอดภัย โดยมีเพียงร้อยละ 3

ตาราง 5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ

ความพึงพอใจด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ	จำนวน (ร้อยละ) ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	สัดส่วนความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว
1. เจ้าหน้าที่สามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้	340 (84.2%)	85.2
2. ระบบการรักษาความปลอดภัยมีความปลอดภัยที่ดี เช่น การเตือนภัย การรับแจ้งเหตุ	33 (8.2%)	8.3
3. อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาด ปลอดภัย และถูก สุขลักษณะ	31 (7.7%)	7.8
<b>รวม</b>	<b>n = 400**</b>	<b>100.0</b>

\*\*เป็นข้อคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Multiple responses) ดังนั้น ผลรวมจึงมากกว่าร้อยละ 100

จากการเก็บแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่สามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้มากถึงร้อยละ 84.2 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 31 ที่มีความพึงพอใจเรื่องอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะน้อยที่สุด (รายละเอียดดังตารางที่ 5)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของปัจจัยองค์ประกอบความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ที่สามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้สูงถึงสัดส่วนร้อยละ 85.2 ซึ่งความพึงพอใจในด้านอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะมีน้อยที่สุดคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 7.8

ตาราง 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่

ความพึงพอใจด้านการเอาใจใส่	จำนวน (ร้อยละ) ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	สัดส่วนความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว
1. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	17 (4.3%)	4.3
2. เจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพ ให้เกียรติต่อนักท่องเที่ยว	104 (26.3%)	26.4
3. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	275 (69.4%)	69.8
<b>รวม</b>	<b>n = 400**</b>	<b>100.0</b>

\*\*เป็นข้อความที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Multiple responses) ดังนั้น ผลรวมจึงมากกว่าร้อยละ 100

จากการเก็บแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการเอาใจใส่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 69.4 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 17 ที่มีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด (รายละเอียดดังตารางที่ 6)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของปัจจัยองค์ประกอบความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวสูงถึงสัดส่วนร้อยละ 69.8 ซึ่งความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมีน้อยที่สุดคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 4.6

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว



ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
<b>ด้านการเข้าถึง</b>			
การคมนาคมเข้าถึงได้สะดวก	4.33	0.48	มากที่สุด
มีป้ายบอกเส้นทางชัดเจน เข้าใจง่าย	4.29	0.46	มากที่สุด
เป็นตลาดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	4.31	0.46	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.31</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>			
มีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถ ฯลฯ	4.28	0.46	มากที่สุด
<b>ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว</b>			
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อผู้พิการ	4.34	0.49	มากที่สุด
มีจุดบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	4.33	0.48	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.39</b>	<b>1.15</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</b>			
แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศดี	4.28	0.46	มากที่สุด
มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ลำคลอง สวนผลไม้ ฯลฯ	4.32	0.47	มากที่สุด
คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	4.37	0.49	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.75</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านราคาสินค้าและบริการ</b>			
ราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม ยุติธรรม	3.59	0.49	มาก
สินค้า ของฝาก และของที่ระลึกมีความหลากหลาย	4.47	0.50	มากที่สุด
มีการบริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น นั่งเรือชมวิถี ชีวิต	4.50	0.50	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.52</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
มีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์/วิทยุ/สื่อ สิ่งพิมพ์/อินเทอร์เน็ต	4.28	0.46	มากที่สุด
มีการประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	4.32	0.47	มากที่สุด
ได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่เคยไปมาแล้ว	4.38	0.49	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.75</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านความต้องการส่วนบุคคล</b>			
ได้เพิ่มประสบการณ์และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	4.14	0.61	มาก
ได้ใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับครอบครัว/เพื่อน/คนรัก	4.41	0.49	มากที่สุด
ได้สัมผัสเห็นถึงวิถีชีวิตและบรรยากาศที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำกับที่อื่น	4.52	0.50	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.47</b>	<b>1.40</b>	<b>มากที่สุด</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในด้านราคาสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ) รองลงมาคือด้านความต้องการส่วนบุคคล และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 4.47$  และ  $\bar{X} = 4.39$ ) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีระดับการตัดสินใจเท่ากันคือด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.36$ ) โดยด้านที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการเข้าถึง ( $\bar{X} = 4.31$ )

#### 4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตาราง 8** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีเพศแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ชาย		หญิง		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่และการเข้าถึง	4.30	0.41	0.42	0.42	-0.51	0.63
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.30	0.39	4.44	1.39	-1.19	0.12
ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.29	0.35	4.39	0.89	-1.25	0.11
ด้านราคา สินค้า และบริการ	4.50	0.43	4.53	0.41	-0.77	0.20
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.40	1.18	4.34	0.39	0.77	0.11
ด้านความต้องการส่วนบุคคล	4.33	0.42	4.54	1.69	-1.40	0.15
<b>รวม</b>	<b>4.34</b>	<b>0.23</b>	<b>4.37</b>	<b>0.23</b>	<b>-1.42</b>	<b>0.59</b>

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 8 ข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามเพศพบว่า การตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งโดยรวมและแยกตามด้าน

**ตาราง 9** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีอายุแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.389	5	0.078	0.443	0.819
	ภายในกลุ่ม	69.201	394	0.176		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2.943	5	0.589	0.439	0.821
	ภายในกลุ่ม	528.212	394	1.341		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.841	5	0.368	0.644	0.666
	ภายในกลุ่ม	225.369	394	0.572		

**ตาราง 9** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีอายุแตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านราคา สินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.402	5	0.280	1.603	0.158
	ภายในกลุ่ม	68.920	394	0.175		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.055	5	0.411	0.719	0.610
	ภายในกลุ่ม	225.344	394	0.572		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	9.139	5	1.828	0.942	0.453
	ภายในกลุ่ม	764.194	394	1.940		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.225	5	0.045	0.841	0.521
	ภายในกลุ่ม	21.099	394	0.054		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 9 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 10** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.204	5	0.041	0.232	0.948
	ภายในกลุ่ม	69.386	394	0.176		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	15.234	5	3.047	2.327	0.042*
	ภายในกลุ่ม	515.921	394	1.309		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.312	5	0.062	0.108	0.990
	ภายในกลุ่ม	226.899	394	0.576		
4. ด้านราคา สินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.648	5	0.130	0.733	0.599
	ภายในกลุ่ม	69.674	394	0.177		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตาราง 10** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีอาชีพแตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.610	5	0.322	0.562	0.729
	ภายในกลุ่ม	225.790	394	0.573		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.345	5	0.269	0.137	0.984
	ภายในกลุ่ม	771.988	394	1.959		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.233	5	0.047	0.869	0.502
	ภายในกลุ่ม	21.091	394	0.054		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 10 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Sig.=0.042) ส่วนในด้านอื่นๆที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 11** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.464	2	0.232	1.332	0.265
	ภายในกลุ่ม	69.126	397	0.174		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.798	2	0.399	0.299	0.742
	ภายในกลุ่ม	530.357	397	1.336		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.401	2	0.200	0.351	0.705
	ภายในกลุ่ม	226.810	397	0.571		
4. ด้านราคาสินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.197	2	0.098	0.557	0.573
	ภายในกลุ่ม	70.125	397	0.177		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 11** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีสถานภาพแตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.269	2	1.135	2.001	0.137
	ภายในกลุ่ม	225.131	397	0.567		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.005	2	0.503	0.258	0.772
	ภายในกลุ่ม	772.328	397	1.945		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.033	2	0.016	0.305	0.738
	ภายในกลุ่ม	21.291	397	0.054		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีใน ทุกๆด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 12** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.250	4	0.063	0.356	0.840
	ภายในกลุ่ม	69.340	395	0.176		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4.031	4	1.008	0.755	0.555
	ภายในกลุ่ม	527.124	395	1.334		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.222	4	0.306	0.534	0.711
	ภายในกลุ่ม	225.988	395	0.572		
4. ด้านราคาสินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.357	4	0.589	3.425	0.009*
	ภายในกลุ่ม	67.965	395	0.172		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตาราง 12** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.252	4	0.313	0.547	0.701
	ภายในกลุ่ม	226.148	395	0.573		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	4.925	4	1.231	0.633	0.639
	ภายในกลุ่ม	768.408	395	1.945		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.116	4	0.029	0.539	0.707
	ภายในกลุ่ม	21.208	395	0.054		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 12 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในด้านราคาสินค้าและบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Sig.=0.009) ส่วนในด้านอื่นๆที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 13** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	1.021	6	0.170	0.975	0.442
	ภายในกลุ่ม	68.569	393	0.174		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.423	6	0.237	0.176	0.983
	ภายในกลุ่ม	529.732	393	1.348		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.472	6	0.079	0.136	0.991
	ภายในกลุ่ม	226.738	393	0.577		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตาราง 13** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านราคา สินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.974	6	0.329	0.574	0.751
	ภายในกลุ่ม	225.425	393	0.574		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.974	6	0.329	0.574	0.751
	ภายในกลุ่ม	225.425	393	0.574		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	7.630	6	1.272	0.653	0.688
	ภายในกลุ่ม	765.704	393	1.948		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.418	6	0.070	1.311	0.251
	ภายในกลุ่ม	20.905	393	0.053		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในทุกๆด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 14** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งที่สัมผัสได้แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	1.465	5	0.293	1.695	0.135
	ภายในกลุ่ม	68.125	394	0.173		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.732	5	0.146	0.109	0.990
	ภายในกลุ่ม	530.424	394	1.346		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.374	5	0.075	0.130	0.986
	ภายในกลุ่ม	226.837	394	0.576		



**ตาราง 14** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งที่สัมผัสได้แตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	1.465	5	0.293	1.695	0.135
	ภายในกลุ่ม	68.125	394	0.173		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.732	5	0.146	0.109	0.990
	ภายในกลุ่ม	530.424	394	1.346		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.374	5	0.075	0.130	0.986
	ภายในกลุ่ม	226.837	394	0.576		
4. ด้านราคา สินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.699	5	0.340	1.950	0.085
	ภายในกลุ่ม	68.623	394	0.174		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.456	5	0.291	0.508	0.770
	ภายในกลุ่ม	225.943	394	0.573		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.936	5	0.387	0.198	0.963
	ภายในกลุ่ม	771.397	394	1.958		
<b>รวม</b>	ระหว่างกลุ่ม	0.509	5	0.102	1.929	0.089
	ภายในกลุ่ม	20.814	394	0.053		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งที่สัมผัสได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 15** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.309	2	0.154	0.885	0.413
	ภายในกลุ่ม	69.281	397	0.175		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.495	2	0.248	0.185	0.831
	ภายในกลุ่ม	530.660	397	1.337		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.359	2	0.179	0.314	0.731
	ภายในกลุ่ม	226.852	397	0.571		
4. ด้านราคา สินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.602	2	0.301	1.714	0.182
	ภายในกลุ่ม	69.720	397	0.176		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.417	2	0.209	0.365	0.694
	ภายในกลุ่ม	226.982	397	0.572		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	9.550	2	4.775	2.482	0.085
	ภายในกลุ่ม	763.784	397	1.924		
<b>รวม</b>	ระหว่างกลุ่ม	0.358	2	0.179	3.390	0.035*
	ภายในกลุ่ม	20.966	397	0.053		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 15 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Sig.=0.035) ส่วนในด้านย่อยอื่นๆที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 16** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการตอบสนองแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.131	2	0.065	0.374	0.688
	ภายในกลุ่ม	69.459	397	0.175		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.004	2	0.002	0.002	0.998
	ภายในกลุ่ม	531.151	397	1.338		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.102	2	0.051	0.089	0.915
	ภายในกลุ่ม	227.109	397	0.572		
4. ด้านราคาสินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.288	2	0.144	0.817	0.443
	ภายในกลุ่ม	70.034	397	0.176		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.035	2	0.017	0.030	0.970
	ภายในกลุ่ม	227.365	397	0.573		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.696	2	0.348	0.179	0.836
	ภายในกลุ่ม	772.637	397	1.946		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.071	2	0.036	0.668	0.513
	ภายในกลุ่ม	21.252	397	0.054		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการตอบสนองแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในทุกๆด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 17** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.516	2	0.258	1.483	0.228
	ภายในกลุ่ม	69.074	397	0.174		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.399	2	0.199	0.149	0.861
	ภายในกลุ่ม	530.756	397	1.337		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.716	2	0.358	0.627	0.535
	ภายในกลุ่ม	226.495	397	0.571		
4. ด้านราคาสินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.302	2	0.151	0.856	0.426
	ภายในกลุ่ม	70.020	397	0.176		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.709	2	0.355	0.621	0.538
	ภายในกลุ่ม	226.690	397	0.571		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.285	2	0.143	0.073	0.929
	ภายในกลุ่ม	773.048	397	1.947		
<b>รวม</b>	ระหว่างกลุ่ม	0.403	2	0.201	3.822	0.023*
	ภายในกลุ่ม	20.921	397	0.053		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 18 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในด้านความเชื่อมั่นไว้ใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Sig.=0.023) ส่วนในด้านย่อยที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตาราง 18** การเปรียบเทียบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการเอาใจใส่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	1.122	3	0.374	2.163	0.092
	ภายในกลุ่ม	68.468	396	0.173		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.184	3	0.061	0.046	0.987
	ภายในกลุ่ม	530.971	396	1.341		
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.251	3	0.084	0.146	0.932
	ภายในกลุ่ม	226.960	396	0.573		
4. ด้านราคาสินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.581	3	0.194	1.099	0.349
	ภายในกลุ่ม	69.741	396	0.176		
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.174	3	0.058	0.101	0.959
	ภายในกลุ่ม	227.226	396	0.574		
6. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.227	3	0.076	0.039	0.990
	ภายในกลุ่ม	773.107	396	1.952		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.054	3	0.018	0.333	0.802
	ภายในกลุ่ม	21.270	396	0.054		

\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการเอาใจใส่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีในด้านทุกๆด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05