

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ ดังนี้

สัญลักษณ์ และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ตัวเลข	หมายถึง	ความถี่ หรือ ค่าร้อยละ
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง	การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย
F	หมายถึง	การวิเคราะห์ความแปรปรวน
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977, p. 160)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.49	มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	มีความคิดเห็นในระดับน้อย
2.50 – 3.49	มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	มีความคิดเห็นในระดับมาก
4.50 – 5.00	มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
ภายในประเทศของผู้ประกอบการที่เกี่ยวในเขตพัฒนา คลองเตย ว่างทองหลาง บางรัก และราช
เทวี กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของผู้ประกอบการที่เกี่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ
การท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการที่เกี่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	63	61.17
2. หญิง	40	38.83
รวม	103	100.00
อายุ		
1. ต่ำกว่า 30 ปี	19	18.45
2. 30-40 ปี	58	56.31
3. 41-50 ปี	23	22.33
4. 50 ปีขึ้นไป	3	2.91
รวม	103	100.00
สถานภาพสมรส		
1. โสด	28	27.18
2. สมรส	66	64.08
3. หม้าย/หย่าร้าง	9	8.74
รวม	103	100.00
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	12.62
2. ปริญญาตรี	56	54.37
3. สูงกว่าปริญญาตรี	34	33.01
รวม	103	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 500,000 บาท	67	65.05
2. 500,000-1 ล้านบาท	29	28.15
3. มากกว่า 1 ล้านบาท	7	6.80
รวม	103	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อายุการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว		
1. ต่ำกว่า 5 ปี	23	22.33
2. 5-10 ปี	58	56.31
3. 11-15 ปี	11	10.68
4. มากกว่า 15 ปี	11	10.68
รวม	103	100.00
การอบรมสัมมนาการท่องเที่ยว		
1. ไม่เคย	21	20.39
2. ต่ำกว่า 3 ครั้ง	45	43.69
3. 3-5 ครั้ง	19	18.45
4. มากกว่า 5 ครั้ง	18	17.47
รวม	103	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 61.17 อายุ 30-40 ปี ร้อยละ 56.31 รองลงมา 41-50 ปี ร้อยละ 23.33 และน้อยที่สุด 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.91 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 64.08 รองลงมา โสด ร้อยละ 27.18 และน้อยที่สุด หม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 8.74 ระดับ การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.37 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 33.01 และน้อยที่สุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี ร้อยละ 12.62 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 65.05 รองลงมา 500,000-1 ล้านบาท ร้อยละ 28.15 และน้อยที่สุดมากกว่า 1 ล้านบาท ร้อยละ 6.80 อายุการประกอบ ธุรกิจนำเที่ยว 5-10 ปี ร้อยละ 56.31 รองลงมา ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 22.33 และน้อยที่สุด 11-15 ปี เท่ากับ มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 10.68 เข้ารับการอบรมสัมมนาการท่องเที่ยวต่ำกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 43.69 รองลงมา ไม่เคยเข้ารับการอบรมสัมมนา ร้อยละ 20.39 และน้อยที่สุด มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 17.47

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ						
ผลิตภัณฑ์/บริการ						
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	4.35	0.74	3.72	1.06	4.11	0.93
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.71	0.99	3.80	1.02	3.75	1.00
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.94	1.05	3.48	1.22	3.76	1.13
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.83	0.89	3.78	1.10	3.81	0.97
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.81	0.93	3.70	1.11	3.77	1.00
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.76	0.93	3.65	1.10	3.72	0.99
รวม	3.90	0.77	3.69	0.90	3.82	0.82
ราคา						
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.81	1.03	3.97	0.97	3.87	1.01
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.70	1.13	3.30	1.04	3.54	1.11
9.ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.75	1.06	3.72	1.22	3.74	1.12
รวม	3.75	0.95	3.67	0.90	3.72	0.93
ช่องทางการจัดจำหน่าย						
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.73	1.00	3.55	1.13	3.66	1.05
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.63	1.05	3.57	1.03	3.61	1.04
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.81	1.03	3.62	1.08	3.74	1.05
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.62	1.10	3.60	1.17	3.61	1.12
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.73	1.00	3.40	1.06	3.60	1.03
รวม	3.70	0.90	3.55	0.94	3.64	0.91
การส่งเสริมการตลาด						
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.83	1.02	3.80	0.97	3.82	1.00
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.78	1.02	3.27	1.13	3.58	1.09
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ	3.81	1.11	3.88	0.94	3.83	1.04
รวม	3.80	0.94	3.65	0.89	3.74	0.92

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
มัลคูเทศก์						
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ	3.78	1.02	3.72	0.96	3.76	0.99
19.มาตรฐานบริการของมัลคูเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญด้าน ๆ	3.78	1.01	3.33	1.14	3.60	1.08
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.84	0.95	3.58	1.01	3.74	0.98
รวม	3.80	0.84	3.54	0.94	3.70	0.88
การจัดรายการท่องเที่ยว						
21.โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	4.00	0.93	3.63	1.19	3.85	1.05
22.รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.83	0.96	3.50	1.06	3.70	1.01
23.มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.79	1.06	3.75	1.10	3.78	1.07
24.มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.79	0.94	3.60	1.10	3.72	1.00
25.ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.84	1.02	3.65	1.08	3.77	1.04
รวม	3.85	0.83	3.63	0.94	3.76	0.88
กระบวนการให้บริการ						
26.ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.79	1.06	3.50	1.04	3.68	1.06
27.บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.81	1.01	3.73	1.18	3.78	1.07
รวม	3.80	0.97	3.61	1.02	3.73	0.98
ปัจจัยผลักดัน						
28.ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.86	1.06	3.58	1.11	3.75	1.08
29.ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.59	1.07	3.68	1.21	3.62	1.12
30.ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.95	1.07	3.77	1.19	3.88	1.11
รวม	3.80	0.94	3.67	1.05	3.75	0.98
ปัจจัยดึงดูด						
31.แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.98	0.87	3.90	0.93	3.95	0.89
32.งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.97	0.95	3.88	1.14	3.93	1.02
33.การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.98	0.98	3.80	1.04	3.91	1.00
34.ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.86	0.93	3.52	1.18	3.73	1.04
รวม	3.95	0.80	3.77	0.90	3.88	0.84
รวมทั้งหมด	3.82	0.82	3.67	0.87	3.76	0.84

จากตารางที่ 4.2 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72-4.11$) ทุกรายการ คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
5. บริการอาหารแปลกใหม่
6. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้น เพศหญิง รายการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$)

ราคา ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54-3.87$) ทุกรายการ คือ

1. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ
2. ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย
3. ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้น เพศหญิง รายการ ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60-3.74$) ทุกรายการ คือ

1. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
3. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
5. ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้น เพศหญิง รายการ ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$)

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58-3.83$) ทุกรายการ คือ

1. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
2. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้น เพศหญิง รายการ ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$)

มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60-3.76$) ทุกรายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ
2. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน
3. มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้น เพศหญิง รายการ มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70-3.85$) ทุกรายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
2. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก
3. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว
4. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
5. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68-3.78$) ทุกรายการ คือ

1. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

ปัจจัยผลักดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62-3.88$) ทุกรายการ คือ

1. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว

2. ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว

3. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

ปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73-3.95$) ทุกรายการ คือ

1. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

2. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

3. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์

4. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-40 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ										
ผลิตภัณฑ์/บริการ										
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.79	0.98	4.17	0.92	4.22	0.90	4.00	1.00	4.11	0.93
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.63	1.01	3.78	0.99	3.74	1.05	4.00	1.00	3.75	1.00
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.74	1.19	3.76	1.13	3.78	1.13	3.67	1.53	3.76	1.13
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.89	1.05	3.84	0.93	3.61	1.03	4.00	1.00	3.81	0.97
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.79	1.27	3.78	0.97	3.78	0.85	3.33	1.15	3.77	1.00
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.53	0.84	3.79	1.06	3.70	0.93	3.67	1.53	3.72	0.99
รวม	3.73	0.84	3.85	0.83	3.80	0.81	3.78	1.18	3.82	0.82
ราคา										
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.68	1.06	3.98	0.96	3.74	1.10	4.00	1.00	3.87	1.01
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.53	1.17	3.60	1.17	3.35	0.98	4.00	0.00	3.54	1.11
9.ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.53	1.17	3.83	1.13	3.70	1.15	3.67	0.58	3.74	1.12
รวม	3.58	0.93	3.80	0.97	3.59	0.92	3.89	0.51	3.72	0.93
ช่องทางการจัดจำหน่าย										
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.68	1.20	3.74	1.07	3.48	0.95	3.33	0.58	3.66	1.05
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.47	1.07	3.69	1.06	3.52	0.99	3.67	1.15	3.61	1.04
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.58	1.30	3.81	1.00	3.65	0.98	4.00	1.00	3.74	1.05
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.58	1.39	3.64	1.17	3.52	0.85	4.00	0.00	3.61	1.12
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.63	1.16	3.64	1.04	3.43	0.95	4.00	1.00	3.60	1.03
รวม	3.59	1.09	3.70	0.92	3.52	0.79	3.80	0.72	3.64	0.91
การส่งเสริมการตลาด										
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.53	1.07	3.91	0.96	3.83	1.03	3.67	1.15	3.82	1.00
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.16	1.34	3.74	0.98	3.57	1.04	3.33	1.53	3.58	1.09
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอๆ	3.68	1.16	3.81	1.08	3.96	0.88	4.33	0.58	3.83	1.04
รวม	3.46	1.07	3.82	0.89	3.78	0.89	3.78	0.77	3.74	0.92
มัลติเพล็กซ์										
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.74	1.05	3.78	0.92	3.61	1.16	4.67	0.58	3.76	0.99
19.มาตรฐานบริการของมัลติเพล็กซ์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.32	1.29	3.71	1.12	3.61	0.66	3.33	1.53	3.60	1.08
20.ขอความร่วมมือธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.68	1.11	3.81	0.96	3.61	0.94	3.67	1.15	3.74	0.98
รวม	3.58	1.06	3.76	0.90	3.61	0.69	3.89	1.05	3.70	0.88

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-40 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
การจัดรายการท่องเที่ยว										
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.42	1.43	4.03	0.97	3.87	0.81	3.00	0.00	3.85	1.05
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.42	0.96	3.66	1.02	4.04	0.93	3.67	1.53	3.70	1.01
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.42	1.26	3.83	1.01	3.91	1.12	4.00	0.00	3.78	1.07
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.58	1.22	3.74	0.97	3.74	0.96	4.00	1.00	3.72	1.00
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.58	1.22	3.81	1.00	3.74	1.05	4.33	0.58	3.77	1.04
รวม	3.48	1.09	3.81	0.84	3.86	0.83	3.80	0.20	3.76	0.88
กระบวนการให้บริการ										
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.63	1.01	3.67	1.11	3.70	1.02	4.00	1.00	3.68	1.06
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.84	1.30	3.72	1.14	3.83	0.72	4.00	1.00	3.78	1.07
รวม	3.74	1.05	3.70	1.05	3.76	0.80	4.00	1.00	3.73	0.98
ปัจจัยผลักดัน										
28. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.32	1.11	3.84	0.99	3.96	1.22	3.00	1.00	3.75	1.08
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.42	1.22	3.67	1.15	3.61	1.03	4.00	1.00	3.62	1.12
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.53	1.07	3.95	1.07	4.00	1.28	4.00	1.00	3.88	1.11
รวม	3.42	1.01	3.82	0.96	3.86	1.01	3.67	1.00	3.75	0.98
ปัจจัยดึงดูด										
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	4.00	1.00	3.93	0.88	3.96	0.93	4.00	0.00	3.95	0.89
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.79	1.27	3.88	0.94	4.13	1.06	4.33	0.58	3.93	1.02
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.74	1.05	3.95	1.03	3.91	0.95	4.33	0.58	3.91	1.00
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.42	1.07	3.72	1.04	3.96	1.02	4.00	1.00	3.73	1.04
รวม	3.74	0.91	3.87	0.82	3.99	0.87	4.17	0.52	3.88	0.84
รวมทั้งหมด	3.60	0.93	3.81	0.85	3.77	0.77	3.86	0.71	3.76	0.84

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53-3.89$) ทุกรายการ คือ

1. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
2. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
3. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
5. บริการอาหารแปลกใหม่
6. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่อายุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี ยกเว้นอายุ 50 ปีขึ้นไป รายการ สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

ราคา ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53-3.68$) ทุกรายการ คือ

1. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ
2. ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้
3. ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่อายุ 30-40 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นอายุ 41-50 ปี รายการ ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58-3.68$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
2. ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย
3. ขยายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64-3.81$) ทุกรายการ คือ

1. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
3. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
5. ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นรายการ การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52-3.65$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
3. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53-3.68$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
2. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 50 ปีขึ้นไป

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74-3.91$) ทุกรายการ คือ

1. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
2. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
3. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 41-50 ปี

มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68-3.74$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ
2. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 50 ปีขึ้นไป

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71-3.81$) ทุกรายการ คือ

1. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน
2. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ
3. มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญด้าน ๆ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 41-50 ปี

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
2. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66-4.03$) ทุกรายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
2. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก
3. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว
4. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
5. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 41-50 ปี ยกเว้นอายุ 50 ปีขึ้นไป รายการ โปรแกรมการ ท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$)

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63-3.84$) ทุกรายการ คือ

1. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับอายุ

ปัจจัยผลักดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$) จำนวน 1 รายการ คือ ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67-3.95$) ทุกรายการ คือ

1. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว
2. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว
3. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่อายุ 41-50 ปี ยกเว้นอายุ 50 ปีขึ้นไป รายการ ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.00$)

ปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74-4.00$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
2. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
3. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่อายุ 30-40 ปี, 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นรายการ ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72, 3.96$ และ 4.00 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส

รายการ	โสด		สมรส		หม้าย/ หย่าร้าง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ								
ผลิตภัณฑ์/บริการ								
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.96	1.20	4.17	0.74	4.11	1.27	4.11	0.93
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.36	1.10	3.86	0.91	4.11	1.05	3.75	1.00
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.39	1.26	3.83	1.02	4.33	1.32	3.76	1.13
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.54	1.07	3.85	0.90	4.33	1.00	3.81	0.97
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.54	1.20	3.85	0.95	3.89	0.60	3.77	1.00
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.43	1.10	3.71	0.92	4.67	0.50	3.72	0.99
รวม	3.54	0.93	3.88	0.74	4.24	0.84	3.82	0.82
ราคา								
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.68	1.12	3.88	0.97	4.44	0.73	3.87	1.01
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.25	1.29	3.62	1.03	3.89	0.93	3.54	1.11
9.ราคาซื้อหุ้นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.39	1.26	3.82	1.07	4.22	0.83	3.74	1.12
รวม	3.44	1.10	3.77	0.87	4.19	0.63	3.72	0.93
ช่องทางการจัดจำหน่าย								
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.36	1.03	3.80	1.06	3.56	1.01	3.66	1.05
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.25	1.08	3.70	1.01	4.11	0.93	3.61	1.04
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.36	1.22	3.89	0.90	3.78	1.30	3.74	1.05
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.18	1.33	3.73	1.00	4.11	0.93	3.61	1.12
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.39	1.13	3.67	1.00	3.78	0.97	3.60	1.03
รวม	3.31	1.01	3.76	0.85	3.87	0.87	3.64	0.91
การส่งเสริมการตลาด								
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.39	1.03	3.98	0.90	3.89	1.27	3.82	1.00
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.18	1.22	3.74	1.04	3.67	0.71	3.58	1.09
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอๆ	3.32	1.16	4.00	0.93	4.22	0.97	3.83	1.04
รวม	3.30	1.01	3.91	0.83	3.93	0.86	3.74	0.92
มัลติเทคท์								
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.43	1.00	3.80	0.98	4.44	0.73	3.76	0.99
19.มาตรฐานบริการของมัลติเทคท์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.29	1.30	3.74	0.93	3.56	1.24	3.60	1.08
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.39	1.07	3.85	0.90	4.00	1.12	3.74	0.98
รวม	3.37	1.02	3.80	0.78	4.00	0.97	3.70	0.88

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หม้าย/ หย่าร้าง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
การจัดรายการท่องเที่ยว								
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.39	1.23	4.06	0.87	3.78	1.30	3.85	1.05
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.29	1.12	3.85	0.93	3.89	0.93	3.70	1.01
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.57	1.20	3.80	1.03	4.22	0.97	3.78	1.07
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.43	1.14	3.83	0.95	3.78	0.83	3.72	1.00
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.43	1.07	3.89	0.99	3.89	1.17	3.77	1.04
รวม	3.42	1.01	3.89	0.79	3.91	0.90	3.76	0.88
กระบวนการให้บริการ								
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.43	1.17	3.73	1.03	4.11	0.78	3.68	1.06
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจ ท่องเที่ยว	3.54	1.32	3.85	0.96	4.00	1.00	3.78	1.07
รวม	3.48	1.15	3.79	0.92	4.06	0.77	3.73	0.98
ปัจจัยผลักดัน								
28. ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของ นักท่องเที่ยว	3.46	1.23	3.89	0.99	3.56	1.13	3.75	1.08
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.14	1.08	3.79	1.06	3.89	1.36	3.62	1.12
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.50	1.20	4.05	1.03	3.89	1.27	3.88	1.11
รวม	3.37	1.04	3.91	0.90	3.78	1.14	3.75	0.98
ปัจจัยดึงดูด								
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.79	1.03	3.98	0.85	4.22	0.67	3.95	0.89
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.79	1.07	3.98	0.98	4.00	1.22	3.93	1.02
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.86	0.93	3.89	1.07	4.22	0.67	3.91	1.00
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.36	1.31	3.83	0.90	4.11	0.78	3.73	1.04
รวม	3.70	0.89	3.92	0.83	4.14	0.70	3.88	0.84
รวมทั้งหมด	3.45	0.93	3.86	0.77	4.03	0.82	3.76	0.84

จากตารางที่ 4.4 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54-3.96$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71-4.17$) ทุกรายการ คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการอาหารแปลกใหม่
3. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
4. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
5. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
6. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$) จำนวน 1 รายการ คือ จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

ราคา ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) จำนวน 1 รายการ คือ ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62-3.88$) ทุกรายการ คือ

1. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ
2. ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย

3. ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป้าหมาย/หย่าร้าง

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18-3.39$) ทุกรายการ คือ

1. ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
3. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
4. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
5. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67-3.89$) ทุกรายการ คือ

1. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
3. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
4. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
5. ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป้าหมาย/หย่าร้าง

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18-3.39$) ทุกรายการ คือ

1. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
2. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
3. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74-4.00$) ทุกรายการ คือ

1. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
2. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป้าหมาย/หย่าร้าง

มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29-3.43$) ทุกรายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ
2. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน
3. มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74-3.85$) ทุกรายการ คือ

1. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน
 2. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่ำเสมอ
 3. มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ
- ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) จำนวน 1 รายการ คือ มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80-4.06$) ทุกรายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
2. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว
3. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย
4. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
5. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$) จำนวน 1 รายการ คือ บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73-3.85$) ทุกรายการ คือ

1. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว
ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง

ปัจจัยผลักดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) จำนวน 1 รายการ คือ ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79-4.05$) ทุกรายการ คือ

1. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว
2. ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว
3. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว
ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง

ปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79-3.86$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์
2. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
3. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องผู้ที่สมรส และหม้าย/หย่าร้าง ยกเว้นรายการ ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$ และ 4.11 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ								
ผลิตภัณฑ์/บริการ								
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.92	1.50	4.16	0.85	4.09	0.79	4.11	0.93
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.62	1.39	3.80	0.90	3.71	1.00	3.75	1.00
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.08	1.71	3.98	0.92	3.65	1.10	3.76	1.13
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.77	1.17	4.04	0.87	3.44	0.96	3.81	0.97
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.69	1.18	3.79	0.99	3.76	0.99	3.77	1.00
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.54	1.13	3.82	0.97	3.62	0.99	3.72	0.99
รวม	3.60	1.11	3.93	0.74	3.71	0.83	3.82	0.82
ราคา								
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.85	1.14	3.80	0.96	4.00	1.04	3.87	1.01
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.15	1.28	3.70	1.06	3.44	1.11	3.54	1.11
9.ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.54	1.39	3.86	1.05	3.62	1.13	3.74	1.12
รวม	3.51	1.10	3.79	0.90	3.69	0.94	3.72	0.93
ช่องทางการจัดจำหน่าย								
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.08	1.32	3.82	0.97	3.62	1.02	3.66	1.05
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.46	1.27	3.64	0.98	3.62	1.07	3.61	1.04
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.31	1.60	3.89	0.89	3.65	1.01	3.74	1.05
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.38	1.33	3.66	1.18	3.62	0.95	3.61	1.12
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.69	1.11	3.68	1.05	3.44	0.99	3.60	1.03
รวม	3.38	1.20	3.74	0.88	3.59	0.86	3.64	0.91
การส่งเสริมการตลาด								
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.38	1.33	3.89	0.93	3.85	0.96	3.82	1.00
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.31	1.32	3.75	1.08	3.41	0.99	3.58	1.09
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ	3.69	1.25	3.82	1.08	3.91	0.90	3.83	1.04
รวม	3.46	1.16	3.82	0.91	3.73	0.83	3.74	0.92
มัลติเทสต์								
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.62	1.04	3.77	0.87	3.79	1.17	3.76	0.99
19.มาตรฐานบริการของมัลติเทสต์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.15	1.57	3.71	1.09	3.59	0.78	3.60	1.08
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.62	1.12	3.84	0.91	3.62	1.04	3.74	0.98
รวม	3.46	1.16	3.77	0.83	3.67	0.85	3.70	0.88

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
การจัดรายการท่องเที่ยว								
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.23	1.64	3.95	1.00	3.94	0.78	3.85	1.05
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.23	1.24	3.77	0.97	3.76	0.96	3.70	1.01
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.46	1.39	4.00	0.97	3.53	1.05	3.78	1.07
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.54	1.20	3.82	0.99	3.62	0.95	3.72	1.00
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำ เที่ยว	3.38	1.50	3.89	0.89	3.71	1.06	3.77	1.04
รวม	3.37	1.26	3.89	0.82	3.71	0.77	3.76	0.88
กระบวนการให้บริการ								
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.38	1.26	3.86	1.02	3.50	1.02	3.68	1.06
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตร ธุรกิจท่องเที่ยว	3.31	1.44	3.89	1.09	3.76	0.85	3.78	1.07
รวม	3.35	1.25	3.87	0.97	3.63	0.87	3.73	0.98
ปัจจัยผลักดัน								
28. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของ นักท่องเที่ยว	3.31	1.38	3.88	1.03	3.71	1.03	3.75	1.08
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.38	1.50	3.66	1.10	3.65	1.01	3.62	1.12
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.62	1.26	3.96	1.09	3.85	1.10	3.88	1.11
รวม	3.44	1.24	3.83	0.96	3.74	0.90	3.75	0.98
ปัจจัยดึงดูด								
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.77	1.01	4.02	0.90	3.91	0.83	3.95	0.89
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.38	1.33	3.96	0.91	4.09	1.03	3.93	1.02
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.46	1.20	4.07	0.97	3.82	0.94	3.91	1.00
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.46	1.39	3.75	1.00	3.79	0.98	3.73	1.04
รวม	3.52	1.05	3.95	0.80	3.90	0.80	3.88	0.84
รวมทั้งหมด	3.48	1.11	3.85	0.80	3.73	0.78	3.76	0.84

จากตารางที่ 4.5 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54-3.92$) จำนวน 5 รายการ คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. บริการอาหารแปลกใหม่
5. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79-4.16$) ทุกรายการ คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
4. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
5. บริการอาหารแปลกใหม่
6. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นรายการ บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$)

ราคา ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54-3.85$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ
 2. ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี รายการ ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) จำนวน 1 รายการ คือ ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64-3.89$) ทุกรายการ คือ

1. ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
3. ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย
4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
5. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นรายการ ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$)

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) จำนวน 1 รายการ คือ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75-3.89$) ทุกรายการ คือ

1. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
2. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ
3. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นรายการ ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$)

มัลติเทค ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ
2. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71-3.84$) ทุกรายการ คือ

1. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน
2. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ
3. มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) จำนวน 1 รายการ คือ มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77-4.00$) ทุกรายการ คือ

1. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก
2. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
3. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว
4. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
5. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31-3.38$) ทุกรายการ คือ

1. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว
2. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86-3.89$) ทุกรายการ คือ

1. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ปัจจัยผลกดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$) จำนวน 1 รายการ คือ ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66-3.96$) ทุกรายการ คือ

1. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว
2. ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลกดันให้ตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว
3. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลกดันให้ท่องเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$) จำนวน 1 รายการ คือ แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75-4.07$) ทุกรายการ คือ

1. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์
2. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
3. งานเทศกาลงานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
4. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 500,000 บาท		500,000- 1 ล้านบาท		มากกว่า 1 ล้านบาท		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ								
ผลิตภัณฑ์/บริการ								
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.94	0.95	4.45	0.69	4.29	1.25	4.11	0.93
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.60	1.05	4.07	0.65	3.86	1.46	3.75	1.00
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.57	1.14	4.14	0.95	4.00	1.41	3.76	1.13
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.69	0.99	4.03	0.87	4.00	1.15	3.81	0.97
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.66	1.08	3.90	0.77	4.29	0.95	3.77	1.00
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.51	0.99	4.10	0.90	4.14	0.90	3.72	0.99
รวม	3.66	0.83	4.11	0.63	4.10	1.10	3.82	0.82
ราคา								
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.70	1.00	4.24	0.83	4.00	1.41	3.87	1.01
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.39	1.21	3.86	0.69	3.71	1.38	3.54	1.11
9.ราคาซื้อหุ้นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.61	1.11	4.00	0.96	3.86	1.68	3.74	1.12
รวม	3.57	0.95	4.03	0.67	3.86	1.43	3.72	0.93
ช่องทางการจัดจำหน่าย								
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.57	1.00	3.90	1.05	3.57	1.51	3.66	1.05
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.45	1.08	3.86	0.83	4.14	1.21	3.61	1.04
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.57	1.06	4.10	0.72	3.86	1.68	3.74	1.05
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.39	1.18	4.03	0.82	4.00	1.15	3.61	1.12
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.43	1.08	4.00	0.80	3.57	1.13	3.60	1.03
รวม	3.48	0.92	3.98	0.71	3.83	1.26	3.64	0.91
การส่งเสริมการตลาด								
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.67	0.98	4.14	0.79	3.86	1.68	3.82	1.00
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.39	1.07	4.00	0.89	3.71	1.60	3.58	1.09
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอๆ	3.63	1.07	4.24	0.79	4.14	1.21	3.83	1.04
รวม	3.56	0.91	4.13	0.66	3.90	1.44	3.74	0.92
มัลติเทสต์								
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.57	0.96	4.10	0.86	4.14	1.46	3.76	0.99
19.มาตรฐานบริการของมัลติเทสต์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.39	1.13	4.00	0.89	4.00	0.82	3.60	1.08
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.57	0.99	4.00	0.85	4.29	1.11	3.74	0.98
รวม	3.51	0.91	4.03	0.71	4.14	0.69	3.70	0.88

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
ภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 500,000 บาท		500,000- 1 ล้านบาท		มากกว่า 1 ล้านบาท		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
การจัดรายการท่องเที่ยว								
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวระดับความสนใจนักท่องเที่ยว	3.75	1.13	4.14	0.74	3.71	1.25	3.85	1.05
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.49	1.02	4.10	0.82	4.00	1.15	3.70	1.01
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.64	1.14	4.07	0.80	3.86	1.35	3.78	1.07
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.52	1.04	4.10	0.82	4.00	1.00	3.72	1.00
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.52	1.05	4.31	0.66	3.86	1.46	3.77	1.04
รวม	3.59	0.93	4.14	0.54	3.89	1.10	3.76	0.88
กระบวนการให้บริการ								
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.46	1.08	4.14	0.79	3.86	1.35	3.68	1.06
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.58	1.14	4.17	0.76	4.00	1.15	3.78	1.07
รวม	3.52	1.03	4.16	0.67	3.93	1.17	3.73	0.98
ปัจจัยผลักดัน								
28. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.55	1.00	4.21	1.01	3.71	1.60	3.75	1.08
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.42	1.18	3.97	0.82	4.14	1.21	3.62	1.12
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.73	1.14	4.28	0.70	3.71	1.89	3.88	1.11
รวม	3.57	0.98	4.15	0.70	3.86	1.53	3.75	0.98
ปัจจัยดึงดูด								
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.87	0.92	4.17	0.76	3.86	1.07	3.95	0.89
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.78	1.06	4.17	0.85	4.43	1.13	3.93	1.02
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเริงรมย์	3.72	1.01	4.34	0.86	4.00	1.00	3.91	1.00
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.61	1.10	3.90	0.67	4.14	1.57	3.73	1.04
รวม	3.74	0.87	4.15	0.63	4.11	1.07	3.88	0.84
รวมทั้งหมด	3.59	0.85	4.11	0.59	3.97	1.17	3.76	0.84

จากตารางที่ 4.6 ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51-3.94$) ทุกรายการ คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
3. สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. บริการอาหารแปลกใหม่
5. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
6. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับรายได้

ราคา ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61-3.70$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ
2. ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท ยกเว้นรายการ ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$ และ 3.71 ตามลำดับ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
2. ขาบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1 ล้านบาท มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$ -

4.10) ทุกรายการ คือ

1. ขาบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ
2. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
3. ลูกค้านำบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย
4. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
5. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้มากกว่า 1 ล้านบาท

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$ -3.67) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
2. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท ยกเว้นรายการ ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$ และ 3.71 ตามลำดับ)

มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ
2. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท ยกเว้นรายการ มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญ ตื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$)

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$ -3.75) จำนวน 4 รายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
 2. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก
 3. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก
 4. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท ยกเว้นรายการ รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยว หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$ และ 4.00 ตามลำดับ)

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$) จำนวน 1 รายการ คือ บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจาก พันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท ยกเว้นรายการ ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$ และ 3.86 ตามลำดับ)

ปัจจัยผลักดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55-3.73$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว
 2. ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท และมากกว่า 1 ล้านบาท ยกเว้นรายการ ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$ และ 4.14 ตามลำดับ)

ปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61-3.87$) ทุกรายการ คือ

1. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว
2. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

3. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเต็มที่
 4. ทักษะภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว
- เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับรายได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
 ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
 ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
 ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ					
ผลิตภัณฑ์/บริการ					
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	4.35	0.74	3.72	1.06	3.246**
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.71	0.99	3.80	1.02	0.421
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.94	1.05	3.48	1.22	1.977*
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.83	0.89	3.78	1.10	0.244
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.81	0.93	3.70	1.11	0.518
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.76	0.93	3.65	1.10	0.534
รวม	3.90	0.77	3.69	0.90	1.233
ราคา					
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.81	1.03	3.97	0.97	0.822
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.70	1.13	3.30	1.04	1.829
9.ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.75	1.06	3.72	1.22	0.090
รวม	3.75	0.95	3.67	0.90	0.449
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.73	1.00	3.55	1.13	0.823
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.63	1.05	3.57	1.03	0.285
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.81	1.03	3.62	1.08	0.861
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.62	1.10	3.60	1.17	0.082
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.73	1.00	3.40	1.06	1.575
รวม	3.70	0.90	3.55	0.94	0.827
การส่งเสริมการตลาด					
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.83	1.02	3.80	0.97	0.127
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.78	1.02	3.27	1.13	2.280*
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ	3.81	1.11	3.88	0.94	0.322
รวม	3.80	0.94	3.65	0.89	0.839

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
มัลคฤเทศก์					
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ	3.78	1.02	3.72	0.96	0.265
19.มาตรฐานบริการของมัลคฤเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญด้าน ๆ	3.78	1.01	3.33	1.14	2.053*
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.84	0.95	3.58	1.01	1.332
รวม	3.80	0.84	3.54	0.94	1.413
การจัดรายการท่องเที่ยว					
21.โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	4.00	0.93	3.63	1.19	1.689
22.รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.83	0.96	3.50	1.06	1.573
23.มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.79	1.06	3.75	1.10	0.198
24.มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.79	0.94	3.60	1.10	0.919
25.ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.84	1.02	3.65	1.08	0.898
รวม	3.85	0.83	3.63	0.94	1.238
กระบวนการให้บริการ					
26.ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.79	1.06	3.50	1.04	1.385
27.บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.81	1.01	3.73	1.18	0.375
รวม	3.80	0.97	3.61	1.02	0.939
ปัจจัยผลักดัน					
28.ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.86	1.06	3.58	1.11	1.282
29.ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.59	1.07	3.68	1.21	0.375
30.ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.95	1.07	3.77	1.19	0.768
รวม	3.80	0.94	3.67	1.05	0.609
ปัจจัยดึงดูด					
31.แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.98	0.87	3.90	0.93	0.459
32.งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.97	0.95	3.88	1.14	0.432
33.การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.98	0.98	3.80	1.04	0.895
34.ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.86	0.93	3.52	1.18	1.511
รวม	3.95	0.80	3.77	0.90	0.997
รวมทั้งหมด	3.82	0.82	3.67	0.87	0.898

* $P \geq 0.05$

df = ∞

t = ± 1.960

** $P \geq 0.01$

df = ∞

t = ± 2.576

จากตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามเพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดรายการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ ปักจัญผลิตภัณฑ์ และปักจัญดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-40 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ									
ผลิตภัณฑ์/บริการ									
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.79	0.98	4.17	0.92	4.22	0.90	4.00	1.00	0.958
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.63	1.01	3.78	0.99	3.74	1.05	4.00	1.00	0.162
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.74	1.19	3.76	1.13	3.78	1.13	3.67	1.53	0.012
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.89	1.05	3.84	0.93	3.61	1.03	4.00	1.00	0.433
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.79	1.27	3.78	0.97	3.78	0.85	3.33	1.15	0.189
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.53	0.84	3.79	1.06	3.70	0.93	3.67	1.53	0.345
รวม	3.73	0.84	3.85	0.83	3.80	0.81	3.78	1.18	0.113
ราคา									
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.68	1.06	3.98	0.96	3.74	1.10	4.00	1.00	0.597
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.53	1.17	3.60	1.17	3.35	0.98	4.00	0.00	0.458
9.ราคายืดหยุ่นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.53	1.17	3.83	1.13	3.70	1.15	3.67	0.58	0.358
รวม	3.58	0.93	3.80	0.97	3.59	0.92	3.89	0.51	0.467
ช่องทางการจัดจำหน่าย									
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.68	1.20	3.74	1.07	3.48	0.95	3.33	0.58	0.436
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.47	1.07	3.69	1.06	3.52	0.99	3.67	1.15	0.274
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.58	1.30	3.81	1.00	3.65	0.98	4.00	1.00	0.345
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.58	1.39	3.64	1.17	3.52	0.85	4.00	0.00	0.180
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.63	1.16	3.64	1.04	3.43	0.95	4.00	1.00	0.371
รวม	3.59	1.09	3.70	0.92	3.52	0.79	3.80	0.72	0.265
การส่งเสริมการตลาด									
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.53	1.07	3.91	0.96	3.83	1.03	3.67	1.15	0.737
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.16	1.34	3.74	0.98	3.57	1.04	3.33	1.53	1.446
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอๆ	3.68	1.16	3.81	1.08	3.96	0.88	4.33	0.58	0.471
รวม	3.46	1.07	3.82	0.89	3.78	0.89	3.78	0.77	0.771
มัลติเทสต์									
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ	3.74	1.05	3.78	0.92	3.61	1.16	4.67	0.58	1.017
19.มาตรฐานบริการของมัลติเทสต์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.32	1.29	3.71	1.12	3.61	0.66	3.33	1.53	0.685
20.ขอความร่วมมือธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการ ของตน	3.68	1.11	3.81	0.96	3.61	0.94	3.67	1.15	0.258
รวม	3.58	1.06	3.76	0.90	3.61	0.69	3.89	1.05	0.343

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-40 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
การจัดรายการท่องเที่ยว									
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.42	1.43	4.03	0.97	3.87	0.81	3.00	0.00	2.399
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.42	0.96	3.66	1.02	4.04	0.93	3.67	1.53	1.432
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.42	1.26	3.83	1.01	3.91	1.12	4.00	0.00	0.900
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.58	1.22	3.74	0.97	3.74	0.96	4.00	1.00	0.209
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.58	1.22	3.81	1.00	3.74	1.05	4.33	0.58	0.535
รวม	3.48	1.09	3.81	0.84	3.86	0.83	3.80	0.20	0.793
กระบวนการให้บริการ									
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.63	1.01	3.67	1.11	3.70	1.02	4.00	1.00	0.104
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.84	1.30	3.72	1.14	3.83	0.72	4.00	1.00	0.126
รวม	3.74	1.05	3.70	1.05	3.76	0.80	4.00	1.00	0.100
ปัจจัยผลักดัน									
28. ความอยากรู้ อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.32	1.11	3.84	0.99	3.96	1.22	3.00	1.00	1.983
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.42	1.22	3.67	1.15	3.61	1.03	4.00	1.00	0.350
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.53	1.07	3.95	1.07	4.00	1.28	4.00	1.00	0.807
รวม	3.42	1.01	3.82	0.96	3.86	1.01	3.67	1.00	0.913
ปัจจัยดึงดูด									
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	4.00	1.00	3.93	0.88	3.96	0.93	4.00	0.00	0.031
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.79	1.27	3.88	0.94	4.13	1.06	4.33	0.58	0.611
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.74	1.05	3.95	1.03	3.91	0.95	4.33	0.58	0.389
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.42	1.07	3.72	1.04	3.96	1.02	4.00	1.00	0.990
รวม	3.74	0.91	3.87	0.82	3.99	0.87	4.17	0.52	0.428
รวมทั้งหมด	3.60	0.93	3.81	0.85	3.77	0.77	3.86	0.71	0.318

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ $F = 2.60$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ $F = 3.78$

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่างกัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มัคคุเทศก์ การจัดการการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
ภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส

รายการ	โสด		สมรส		หม้าย/ หย่าร้าง		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ							
ผลิตภัณฑ์/บริการ							
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.96	1.20	4.17	0.74	4.11	1.27	0.463
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.36	1.10	3.86	0.91	4.11	1.05	3.337*
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.39	1.26	3.83	1.02	4.33	1.32	2.861
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.54	1.07	3.85	0.90	4.33	1.00	2.552
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.54	1.20	3.85	0.95	3.89	0.60	1.031
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.43	1.10	3.71	0.92	4.67	0.50	5.779**
รวม	3.54	0.93	3.88	0.74	4.24	0.84	3.141*
ราคา							
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.68	1.12	3.88	0.97	4.44	0.73	2.013
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.25	1.29	3.62	1.03	3.89	0.93	1.596
9.ราคาซื้อหุ้นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.39	1.26	3.82	1.07	4.22	0.83	2.405
รวม	3.44	1.10	3.77	0.87	4.19	0.63	2.548
ช่องทางการจัดจำหน่าย							
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.36	1.03	3.80	1.06	3.56	1.01	1.841
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.25	1.08	3.70	1.01	4.11	0.93	3.069*
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.36	1.22	3.89	0.90	3.78	1.30	2.673
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.18	1.33	3.73	1.00	4.11	0.93	3.489*
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.39	1.13	3.67	1.00	3.78	0.97	0.832
รวม	3.31	1.01	3.76	0.85	3.87	0.87	2.772
การส่งเสริมการตลาด							
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.39	1.03	3.98	0.90	3.89	1.27	3.671*
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.18	1.22	3.74	1.04	3.67	0.71	2.754
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอๆ	3.32	1.16	4.00	0.93	4.22	0.97	5.284**
รวม	3.30	1.01	3.91	0.83	3.93	0.86	4.897**
มัคคุเทศก์							
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.43	1.00	3.80	0.98	4.44	0.73	3.964*
19.มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.29	1.30	3.74	0.93	3.56	1.24	1.799
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.39	1.07	3.85	0.90	4.00	1.12	2.554
รวม	3.37	1.02	3.80	0.78	4.00	0.97	3.009*

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
ภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หม้าย/ หย่าร้าง		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
การจัดรายการท่องเที่ยว							
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.39	1.23	4.06	0.87	3.78	1.30	4.243*
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.29	1.12	3.85	0.93	3.89	0.93	3.390*
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.57	1.20	3.80	1.03	4.22	0.97	1.311
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.43	1.14	3.83	0.95	3.78	0.83	1.635
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.43	1.07	3.89	0.99	3.89	1.17	2.077
รวม	3.42	1.01	3.89	0.79	3.91	0.90	3.021*
กระบวนการให้บริการ							
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.43	1.17	3.73	1.03	4.11	0.78	1.620
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.54	1.32	3.85	0.96	4.00	1.00	1.046
รวม	3.48	1.15	3.79	0.92	4.06	0.77	1.508
ปัจจัยผลักดัน							
28. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.46	1.23	3.89	0.99	3.56	1.13	1.729
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.14	1.08	3.79	1.06	3.89	1.36	3.722*
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.50	1.20	4.05	1.03	3.89	1.27	2.422
รวม	3.37	1.04	3.91	0.90	3.78	1.14	3.121*
ปัจจัยดึงดูด							
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.79	1.03	3.98	0.85	4.22	0.67	0.948
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.79	1.07	3.98	0.98	4.00	1.22	0.390
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.86	0.93	3.89	1.07	4.22	0.67	0.480
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.36	1.31	3.83	0.90	4.11	0.78	2.825
รวม	3.70	0.89	3.92	0.83	4.14	0.70	1.200
รวมทั้งหมด	3.45	0.93	3.86	0.77	4.03	0.82	2.928

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 3.00$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 4.61$

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ บริการอาหารแปลกใหม่

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ราคา กระบวนการให้บริการ และปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
2. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

มัลติเพล็กซ์ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว
2. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยผลักดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความเชื่อและความศรัทธาใน ศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. บริการอาหารแปลกใหม่ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็น แตกต่างกับผู้ที่สมรส และหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่ เป็นโสด และสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
3. ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่ เป็นหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่สมรส และหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
5. มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีสถานภาพ โสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่สมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

6. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ ผู้ประกอบการจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่สมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ เสมอ ผู้ประกอบการจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

8. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่สมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

9. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ผู้ประกอบการจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่สมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่สมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ							
ผลิตภัณฑ์/บริการ							
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.92	1.50	4.16	0.85	4.09	0.79	0.352
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.62	1.39	3.80	0.90	3.71	1.00	0.229
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.08	1.71	3.98	0.92	3.65	1.10	3.806*
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.77	1.17	4.04	0.87	3.44	0.96	4.230*
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.69	1.18	3.79	0.99	3.76	0.99	0.045
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.54	1.13	3.82	0.97	3.62	0.99	0.684
รวม	3.60	1.11	3.93	0.74	3.71	0.83	1.274
ราคา							
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.85	1.14	3.80	0.96	4.00	1.04	0.404
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.15	1.28	3.70	1.06	3.44	1.11	1.493
9.ราคาซื้อเหมาตามกลุ่มเป้าหมาย	3.54	1.39	3.86	1.05	3.62	1.13	0.716
รวม	3.51	1.10	3.79	0.90	3.69	0.94	0.475
ช่องทางการจัดจำหน่าย							
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.08	1.32	3.82	0.97	3.62	1.02	2.771
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.46	1.27	3.64	0.98	3.62	1.07	0.158
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.31	1.60	3.89	0.89	3.65	1.01	1.868
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.38	1.33	3.66	1.18	3.62	0.95	0.316
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.69	1.11	3.68	1.05	3.44	0.99	0.612
รวม	3.38	1.20	3.74	0.88	3.59	0.86	0.889
การส่งเสริมการตลาด							
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.38	1.33	3.89	0.93	3.85	0.96	1.417
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.31	1.32	3.75	1.08	3.41	0.99	1.508
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ	3.69	1.25	3.82	1.08	3.91	0.90	0.217
รวม	3.46	1.16	3.82	0.91	3.73	0.83	0.818
มัคคุเทศก์							
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.62	1.04	3.77	0.87	3.79	1.17	0.156
19.มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.15	1.57	3.71	1.09	3.59	0.78	1.441
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวข้องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.62	1.12	3.84	0.91	3.62	1.04	0.653
รวม	3.46	1.16	3.77	0.83	3.67	0.85	0.690

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
การจัดรายการท่องเที่ยว							
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.23	1.64	3.95	1.00	3.94	0.78	2.703
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.23	1.24	3.77	0.97	3.76	0.96	1.625
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.46	1.39	4.00	0.97	3.53	1.05	2.759
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.54	1.20	3.82	0.99	3.62	0.95	0.670
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.38	1.50	3.89	0.89	3.71	1.06	1.356
รวม	3.37	1.26	3.89	0.82	3.71	0.77	1.942
กระบวนการให้บริการ							
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.38	1.26	3.86	1.02	3.50	1.02	1.808
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.31	1.44	3.89	1.09	3.76	0.85	1.584
รวม	3.35	1.25	3.87	0.97	3.63	0.87	1.789
ปัจจัยผลักดัน							
28. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.31	1.38	3.88	1.03	3.71	1.03	1.502
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.38	1.50	3.66	1.10	3.65	1.01	0.329
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.62	1.26	3.96	1.09	3.85	1.10	0.532
รวม	3.44	1.24	3.83	0.96	3.74	0.90	0.874
ปัจจัยดึงดูด							
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.77	1.01	4.02	0.90	3.91	0.83	0.457
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.38	1.33	3.96	0.91	4.09	1.03	2.351
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเรีงรมย์	3.46	1.20	4.07	0.97	3.82	0.94	2.210
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.46	1.39	3.75	1.00	3.79	0.98	0.503
รวม	3.52	1.05	3.95	0.80	3.90	0.80	1.435
รวมทั้งหมด	3.48	1.11	3.85	0.80	3.73	0.78	1.062

$$* P \geq 0.05 \quad df_1 = 2 \quad df_2 = \infty \quad F = 3.00$$

$$** P \geq 0.01 \quad df_1 = 2 \quad df_2 = \infty \quad F = 4.61$$

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
 2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก
- นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มัคคุเทศก์ การจัดรายการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2. บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 500,000 บาท		500,000- 1 ล้านบาท		มากกว่า 1 ล้านบาท		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ							
ผลิตภัณฑ์/บริการ							
1.การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.94	0.95	4.45	0.69	4.29	1.25	3.316*
2.บริการอาหารแปลกใหม่	3.60	1.05	4.07	0.65	3.86	1.46	2.374
3.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.57	1.14	4.14	0.95	4.00	1.41	2.839
4.บริการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.69	0.99	4.03	0.87	4.00	1.15	1.463
5.สถานที่ท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.66	1.08	3.90	0.77	4.29	0.95	1.605
6.จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	3.51	0.99	4.10	0.90	4.14	0.90	4.628**
รวม	3.66	0.83	4.11	0.63	4.10	1.10	3.720*
ราคา							
7.ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ	3.70	1.00	4.24	0.83	4.00	1.41	3.092*
8.ราคานำเที่ยวสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวได้	3.39	1.21	3.86	0.69	3.71	1.38	1.973
9.ราคาซื้อหุ้นตามกลุ่มเป้าหมาย	3.61	1.11	4.00	0.96	3.86	1.68	1.264
รวม	3.57	0.95	4.03	0.67	3.86	1.43	2.701
ช่องทางการจัดจำหน่าย							
10.การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.57	1.00	3.90	1.05	3.57	1.51	1.017
11.ทำการขายบริการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.45	1.08	3.86	0.83	4.14	1.21	2.667
12.ขายบริการท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์และอื่น ๆ	3.57	1.06	4.10	0.72	3.86	1.68	2.796
13.การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว	3.39	1.18	4.03	0.82	4.00	1.15	4.034*
14.ลูกค้าค้นหาบริการนำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย	3.43	1.08	4.00	0.80	3.57	1.13	3.190*
รวม	3.48	0.92	3.98	0.71	3.83	1.26	3.309*
การส่งเสริมการตลาด							
15.มีโปรแกรมการนำเที่ยวหลากหลายให้เลือก	3.67	0.98	4.14	0.79	3.86	1.68	2.273
16.ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม	3.39	1.07	4.00	0.89	3.71	1.60	3.401*
17.มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอๆ	3.63	1.07	4.24	0.79	4.14	1.21	4.102*
รวม	3.56	0.91	4.13	0.66	3.90	1.44	4.179*
มัลติเทสต์							
18.การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ	3.57	0.96	4.10	0.86	4.14	1.46	3.690*
19.มาตรฐานบริการของมัลติเทสต์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ	3.39	1.13	4.00	0.89	4.00	0.82	3.989*
20.ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน	3.57	0.99	4.00	0.85	4.29	1.11	3.290*
รวม	3.51	0.91	4.03	0.71	4.14	0.69	4.908**

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
ภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 500,000 บาท		500,000- 1 ล้านบาท		มากกว่า 1 ล้านบาท		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
การจัดรายการท่องเที่ยว							
21. โปรแกรมการท่องเที่ยวกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว	3.75	1.13	4.14	0.74	3.71	1.25	1.484
22. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.49	1.02	4.10	0.82	4.00	1.15	4.314*
23. มีโปรแกรมสำเร็จรูปให้เลือก	3.64	1.14	4.07	0.80	3.86	1.35	1.639
24. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก	3.52	1.04	4.10	0.82	4.00	1.00	3.893*
25. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว	3.52	1.05	4.31	0.66	3.86	1.46	6.457**
รวม	3.59	0.93	4.14	0.54	3.89	1.10	4.457*
กระบวนการให้บริการ							
26. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว	3.46	1.08	4.14	0.79	3.86	1.35	4.509*
27. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว	3.58	1.14	4.17	0.76	4.00	1.15	3.363*
รวม	3.52	1.03	4.16	0.67	3.93	1.17	4.645**
ปัจจัยผลักดัน							
28. ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว	3.55	1.00	4.21	1.01	3.71	1.60	3.920*
29. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว	3.42	1.18	3.97	0.82	4.14	1.21	3.377*
30. ความต้องการพักผ่อน คลายเครียด ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยว	3.73	1.14	4.28	0.70	3.71	1.89	2.582
รวม	3.57	0.98	4.15	0.70	3.86	1.53	3.827*
ปัจจัยดึงดูด							
31. แหล่งศิลปวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.87	0.92	4.17	0.76	3.86	1.07	1.251
32. งานเทศกาล งานประเพณี ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว	3.78	1.06	4.17	0.85	4.43	1.13	2.478
33. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงรื่นรมย์	3.72	1.01	4.34	0.86	4.00	1.00	4.274*
34. ทัศนียภาพที่สวยงาม สภาพอากาศที่ดีดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว	3.61	1.10	3.90	0.67	4.14	1.57	1.364
รวม	3.74	0.87	4.15	0.63	4.11	1.07	2.720
รวมทั้งหมด	3.59	0.85	4.11	0.59	3.97	1.17	4.476*

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 3.00$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 4.61$

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ราคา ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว
2. ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ช่วงเวลาแนะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม
2. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ทัศนคติ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกรายการ คือ

1. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ สม่่าเสมอ
2. มาตรฐานบริการของมัครุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ
3. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน

การจัดรายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย
2. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

กระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกรายการ คือ

1. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว
2. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว

ปัจจัยผลักดัน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความอยากรู้ อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว
2. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยดึงดูด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเริงรมย์

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายชื่อ ดังนี้

1. การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. จัดสถานที่พักตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ราคานำเที่ยวเหมาะสมกับบริการ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

5. ลูกค้านำเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจได้ง่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. ช่วงเวลานะนำการท่องเที่ยวเหมาะสม ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ๆ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

8. การจัดอบรมพนักงานบริการด้านต่าง ๆ เสมอ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9. มาตรฐานบริการของมัคคุเทศก์ถือเป็นเรื่องสำคัญต้น ๆ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

10. ขอความร่วมมือธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ควบคุมดูแลพนักงานบริการของตน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

11. รายการนำเที่ยวรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

12. มีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือ 2-3 วันให้เลือก ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

13. ความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญของบริการนำเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

14. ความสำคัญของการมีพันธมิตรทางธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

15. บริการนำเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยบริการเกี่ยวเนื่องจากพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

16. ความอยาก رؤ้อยากเห็นเป็นปัจจัยผลักดันให้ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

17. ความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาผลักดันให้ท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

18. การตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการความบันเทิงเริงรมย์ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 500,000-1 ล้านบาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01