

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่มุ่งเน้นศึกษาถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเก็บ ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 384 คน ซึ่งผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
F-Prob	แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน ค่าสำคัญทางสถิติ 0.05
**	แทน ค่าสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการ นำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอ เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 รองลงมา มัธยมศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คิดเป็นร้อยละ 10.2 รองลงมา ประถมศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ รองลงมา มัธยมต้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับ รายได้ของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	31	8.1
5,001 - 10,000 บาท	87	22.7
10,001 - 15,000 บาท	99	25.8
15,001 - 20,000 บาท	55	14.3
20,001- 25,000 บาท	33	8.6
มากกว่า 25,000 บาท	79	20.6
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-4 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมา 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมา มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมา 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมา 20,001- 25,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 รองลงมา ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	36	9.4
รับราชการ	35	9.1
ธุรกิจส่วนตัว	84	21.9
รัฐวิสาหกิจ	4	1.0
พนักงานบริษัท	192	50.0
อื่น ๆ		8.6
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-5 พบว่า นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 รองลงมา นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน36 คน คิดเป็นร้อยละ9.4รองลงมา รับราชการ จำนวน 35 คน รองลงมา อื่น ๆ จำนวน33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 คน รองลงมา รัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	217	56.5
สมรสและมีบุตร	125	32.6
สมรสและไม่มีบุตร	31	8.1
หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	11	2.9
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา สมรสและมีบุตรจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมา สมรสและไม่มีบุตร จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมา หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-7 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับภูมิลำเนาอยู่ในภาคของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ภูมิลำเนาอยู่ในภาค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	45	11.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65	16.9
ภาคกลาง	183	47.7
ภาคตะวันออก	73	19.0
ภาคใต้	18	4.7
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-7 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาเป็น ภาคตะวันออก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 รองลงมา ภาคเหนือ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมา ภาคใต้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวมาที่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในรูปแบบใด เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในครั้งนี้กับใคร เดินทางท่องเที่ยวมาที่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยใชยานพาหนะใด ลักษณะสถานที่ที่ท่องเที่ยวที่ท่านชอบในการเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในแต่ละปี จำนวนระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เสนอในรูปจำนวน และร้อยละ

ตารางที่ 4-8 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวมาที่อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	361	94.0
ท่องเที่ยวโดยใช้บริการรถจักรยานเที่ยว	23	6.0
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-8 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองลงมา ท่องเที่ยวโดยใช้บริการรถจักรยานเที่ยว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	12	3.1
เพื่อน	141	36.7
ญาติ	42	10.9
ครอบครัว	189	49.2
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-9 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวที่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรากับครอบครัว จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมา เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมา เดินทางมาท่องเที่ยวกับญาติ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โดยรถยนต์ส่วนตัว	290	75.5
โดยรถโดยสาร	38	9.9
โดยรถไฟฟ้า	48	12.5
โดยเรือ	8	2.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-10 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่ เดินทาง โดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมา โดยรถไฟฟ้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมา โดยรถโดยสาร จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 รองลงมา โดยเรือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-11 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราชื่นชอบในการเดินทาง

ลักษณะสถานที่ที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งเชิงธรรมชาติ	116	30.2
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี	55	14.3
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่	213	55.5
หลากหลาย		
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-11 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่
ลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราชื่นชอบใน
การเดินทาง โดยเลือกสถานที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5
รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งเชิงธรรมชาติ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแต่ละปีของนักท่องเที่ยว
ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในแต่ละปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	55	14.3
2 ครั้ง	75	19.5
3 ครั้ง	70	18.2
4 ครั้ง	31	8.1
5 ครั้ง	70	18.2
6 ครั้ง	8	2.1
7 ครั้ง	9	2.3
8 ครั้ง	2	.5
9 ครั้ง	1	.3
10 ครั้ง	28	7.3

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในแต่ละปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
12 ครั้ง	14	3.6
20 ครั้ง	8	2.1
24 ครั้ง	2	.5
30 ครั้ง	2	.5
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-12 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแต่ละปีจำนวน 2 ครั้ง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมา 2 ครั้ง และ 5 ครั้ง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมา 1 ครั้ง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมา 4 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมา 4 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมา 10 ครั้ง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 รองลงมา 12 ครั้ง จำนวน 14 คนคิดเป็น 3.6 รองลงมา 7 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 รองลงมา 6 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา 6 ครั้ง และ 20 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา 8 ครั้ง 24 ครั้ง และ 30 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .5 รองลงมา 9 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นจำนวน .3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแต่ละปีของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

	$\bar{X}$	S.D.
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว	4.72	4.89
รวม	4.72	4.89

จากตารางที่ 4-13 พบว่า จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแต่ละปีของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด เท่ากับ 4.72 ครั้งต่อปี

ตารางที่ 4-14 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว
ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

จำนวนระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	150	39.1
2 วัน	126	32.8
3 วัน	71	18.5
4 วัน	10	2.6
5 วัน	21	5.5
6 วัน	1	.3
7 วัน	3	.8
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-14 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจำนวน 1 วัน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาจำนวน 2 วัน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา 3 วัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมา 5 วัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 รองลงมา 7 วัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ .8 รองลงมา 6 วัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง	$\bar{X}$	S.D.
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง	3.97	2.35
รวม	3.97	2.35

จากตารางที่ 4-15 พบว่า ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เท่ากับ 3.96 วันต่อครั้ง

ตารางที่ 4-16 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คน	10	2.6
2 คน	83	21.6
3 คน	79	20.6
4 คน	74	19.3
5 คน	73	19.0
6 คน	19	4.9
7 คน	8	2.1
8 คน	6	1.6
9 คน	2	.5
10 คน	13	3.4
12 คน	2	.5
15 คน	4	1.0
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4-16 พบว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจำนวน 2 คน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 รองลงมา มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 คน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมา 4 คน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมา 5 คน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมา 6 คน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 รองลงมา 10 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นจำนวน 3.4 รองลงมา 1 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 รองลงมา 7 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา 8 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 รองลงมา 15 คน จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 1.0 รองลงมา 9 คน และ 12 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

	$\bar{X}$	S.D.
จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	2.05	1.20
รวม	2.05	1.20

จากตารางที่ 4-17 จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เท่ากับ 2.05 คนต่อครั้ง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการของธุรกิจนำเที่ยว 14 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานที่พัก ร้านขายของฝากของที่ระลึก ยานพาหนะ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายของแพคเกจทัวร์ บุคลากรผู้ให้บริการมัคคุเทศก์ พนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท พนักงานขับรถ ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านภาพลักษณ์องค์กร

ตารางที่ 4-18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
ความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงหรือการจัดแพคเกจทัวร์ด้วยตนเอง	3.67	.87	5	มาก
ความน่าสนใจของแพคเกจทัวร์	3.74	.89	3	มาก
โปรแกรมทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับเทศกาล	3.83	.97	1	มาก
โปรแกรมทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับระยะเวลา	3.70	1.12	4	มาก
โปรแกรมทางท่องเที่ยวที่มีให้เลือกหลากหลายโปรแกรม	3.76	1.02	2	มาก
รวม	3.73	.76		มาก

จากตารางที่ 4-18 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับ โปรแกรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.73

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้าน โปรแกรมทางท่องเที่ยว ที่เหมาะสมกับเทศกาล มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมา คือ ด้านโปรแกรมทางท่องเที่ยวที่มีให้ เลือกหลากหลายโปรแกรม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา คือด้านความน่าสนใจของแพคเกจทัวร์มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมา คือด้านโปรแกรมทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับระยะเวลา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงหรือ การจัดแพคเกจทัวร์ด้วยตนเอง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตารางที่ 4-19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.31	2.74	1	มากที่สุด
จุดสนใจทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิม	4.19	.82	2	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว	3.95	.90	5	มาก
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.14	.87	3	มาก
ความง่ายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	3.91	1.01	6	มาก
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	3.96	.99	4	มาก
รวม	4.04	.74		มาก

จากตารางที่ 4-19 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.04

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ด้านจุดสนใจทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี

และวิถีชีวิตดั้งเดิมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยของสถานที่
ท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมี
คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวมีคะแนน
เฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ ด้าน ความง่ายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวมี
คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ตารางที่ 4-20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับร้านอาหาร

ด้านร้านอาหาร	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
รสชาติอร่อย	4.04	.81	2	มาก
ความสะอาด	4.05	.92	1	มาก
ปริมาณอาหารเพียงพอ	3.93	.84	3	มาก
จัดรายการอาหารดี และ เหมาะสมกับ นักท่องเที่ยว	3.92	.88	4	มาก
รวม	3.97	.75		มาก

จากตารางที่ 4-20 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับร้านอาหาร อยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความสะอาดมีคะแนน
เฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมา คือ ด้านรสชาติอร่อยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมา คือ ด้าน
ปริมาณอาหารเพียงพอมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านจัดรายการ
อาหารดี และ เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ตารางที่ 4-21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับสถานที่พัก

ด้านสถานที่พัก	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
มีความปลอดภัย สะดวกสบาย	4.03	.84	2	มาก
ทำเลที่ตั้งดีเหมาะสมสวยงาม	4.04	.80	1	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวก	3.89	.85	3	มาก
รวม	3.98	.77		มาก

จากตารางที่ 4-21 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับสถานที่พักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งดีเหมาะสมสวยงามมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย สะดวกสบายมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ตารางที่ 4-22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับร้านขายของฝาก ของที่ระลึก

ด้านร้านขายของฝาก ของที่ระลึก	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
คุณภาพสินค้าในร้านขายของฝาก ของที่ระลึกที่ท่านได้ใช้บริการ	3.90	2.76	1	มาก
สินค้าของฝาก ของที่ระลึก ตรงตามความต้องการ	3.67	.95	2	มาก
รวม	3.71	.87		มาก

จากตารางที่ 4-22 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรามีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับร้านขายของฝากของที่ระลึกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.71

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านคุณภาพสินค้าในร้านขายของฝาก ของที่ระลึก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ ด้านสินค้าของฝาก ของที่ระลึก ตรงตามความต้องการมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตารางที่ 4-23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับยานพาหนะ

ด้านยานพาหนะ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
ที่นั่งมีความสะดวกสบาย	3.86	.82	2	มาก
เครื่องปรับอากาศเย็นสบาย	3.61	.97	4	มาก
ห้องสุขภัณฑ์ถูกสุขลักษณะ	3.67	1.08	3	มาก
ความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง	3.92	.91	1	มาก
รวม	3.76	.83		มาก

จากตารางที่ 4-23 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรามีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับยานพาหนะอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.76

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยระหว่างการเดินทางมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมา คือ ด้านที่นั่งมีความสะดวกสบายมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา คือ ด้าน ห้องสุขภัณฑ์ถูกสุขลักษณะมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านเครื่องปรับอากาศเย็นสบายมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ตารางที่ 4-24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
ความเหมาะสมของราคากับการบริการ ของธุรกิจนำเที่ยว	3.62	1.09	1	มาก
ความหลากหลายของราคาแพคเกจทัวร์ ที่มีให้เลือก	3.56	.97	3	มาก
ความเหมาะสมของราคากับการบริการ ของสถานที่ท่องเที่ยว	3.62	1.02	1	มาก
ความเหมาะสมของราคากับการบริการ ของร้านอาหาร	3.58	.97	2	มาก
ความเหมาะสมของราคากับการบริการ ของร้านขายของที่ระลึก	3.62	.95	1	มาก
รวม	3.59	.90		มาก

จากตารางที่ 4-24 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความเหมาะสมของ
ราคากับการบริการของธุรกิจนำเที่ยว และ ด้านความเหมาะสมของราคากับการบริการของสถานที่
ท่องเที่ยว และด้านความเหมาะสมของราคากับการบริการของร้านขายของที่ระลึกมีคะแนนเฉลี่ย
เท่ากับ 3.62 รองลงมา คือ ด้านความเหมาะสมของราคากับการบริการของร้านอาหารมีคะแนนเฉลี่ย
เท่ากับ 3.58 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความหลากหลายของราคาแพคเกจทัวร์ที่มีให้
เลือกมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4-25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ธุรกิจนำเที่ยว	3.70	1.75	1	มาก
จำนวนสาขาของบริษัทธุรกิจนำเที่ยว ทำให้สามารถติดต่อไปสะดวก	3.66	.94	2	มาก
ความหลากหลายของช่องทางในการ ติดต่อกับบริษัทธุรกิจนำเที่ยว	3.59	.97	3	มาก
การติดต่อกับบริษัทธุรกิจนำเที่ยวโดย ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.53	.95	4	มาก
รวม	3.61	.92		มาก

จากตารางที่ 4-25 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดยะลาจะเชิงตรามีความคิดเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความสะดวกในการ
ติดต่อกับบริษัทธุรกิจนำเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมา คือ ด้านจำนวนสาขาของบริษัท
ธุรกิจนำเที่ยวทำให้สามารถติดต่อไปสะดวกมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมา คือ ด้านความหลา
หลายของช่องทางในการติดต่อกับบริษัทธุรกิจนำเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนด้านที่มี
ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการติดต่อกับบริษัทธุรกิจนำเที่ยวโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีคะแนนเฉลี่ย
เท่ากับ 3.53

ตารางที่ 4-26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ	3.24	1.05	8	ปานกลาง
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์	3.52	1.07	3	มาก
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือพิมพ์	3.34	1.07	7	ปานกลาง
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางนิตยสาร/ วารสารทั่วไป	3.43	1.00	4	มาก
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือแนะนำท่องเที่ยว	3.58	1.00	2	มาก
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.64	1.02	1	มาก
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางญาติพี่น้อง/ ครอบครัว	3.41	1.13	5	มาก
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางพนักงานบริษัทนำเที่ยว	3.40	1.17	6	ปานกลาง
รวม	3.43	.87		มาก

จากตารางที่ 4-26 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการโฆษณา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือแนะนำท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางนิตยสาร/ วารสารทั่วไปมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมา คือ ด้านการ

โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางญาติพี่น้อง/ ครอบครัวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางพนักงานบริษัทน้ำดื่มมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางพนักงานบริษัทน้ำดื่มมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือพิมพ์มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ตารางที่ 4-27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นค่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวด้านการส่งเสริมการขายของแพคเกจทัวร์

ด้านการส่งเสริมการขาย ของแพคเกจทัวร์	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความ คิดเห็น
โดยการลดราคา	4.01	.92	1	มาก
โดยการจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาล	3.88	.96	2	มาก
โดยการจัดกิจกรรมร่วมกับบัตรเครดิต	3.52	1.03	4	มาก
โดยการสะสมแต้มเพื่อแลกของ สมนาคุณ	3.57	1.06	3	มาก
รวม	3.73	.85		มาก

จากตารางที่ 4-27 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรามีความคิดเห็นค่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขายของแพคเกจทัวร์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.73

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้าน โดยการลดราคามีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา คือ ด้าน โดยการจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมา คือ ด้านโดยการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ ด้าน โดยการจัดกิจกรรมร่วมกับบัตรเครดิตมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ตารางที่ 4-28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านมัลกเทศก์ผู้ให้บริการ

ด้านมัลกเทศก์ผู้ให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ	4.09	.92	5	มาก
แต่งกายสภาพ เรียบร้อย	4.02	1.00	6	มาก
หน้าตาขี้มเข้มแจ่มใส	4.17	.99	2	มาก
มีความรู้ ความสามารถในการให้ ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	4.13	.95	4	มาก
นำกิจกรรมระหว่างเดินทางได้อย่าง สร้างสรรค์	3.98	.97	7	มาก
พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม	4.12	.83	3	มาก
เต็มใจให้บริการ	4.23	.89	1	มากที่สุด
บริการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว	3.94	1.34	8	มาก
รวม	4.08	.87		มาก

จากตารางที่ 4-28 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านมัลกเทศก์ผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านเต็มใจให้บริการมี
คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา คือ ด้านหน้าตาขี้มเข้มแจ่มใสมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.17
รองลงมา คือ ด้านพูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา คือ ด้านมี
ความรู้ ความสามารถในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา คือ
ด้านมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา คือ ด้านแต่งกายสภาพ เรียบร้อย
มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ นำกิจกรรมระหว่างเดินทางได้อย่างสร้างสรรค์มีคะแนน
เฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านบริการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวมีคะแนน
เฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ตารางที่ 4-29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านพนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท

ด้านพนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม	3.81	1.09	2	มาก
ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวถูกต้อง น่าสนใจ	3.86	1.08	1	มาก
ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง	3.80	1.10	3	มาก
รวม	3.81	1.05		มาก

จากตารางที่ 4-29 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านพนักงานรับโทรศัพท์อยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านให้ข้อมูลการท่องเที่ยว
ถูกต้อง น่าสนใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา คือ ด้าน พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อมมี
คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง
มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ตารางที่ 4-30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในบริการของธุรกิจนำเที่ยว
ด้านพนักงานขับรถ

ด้านพนักงานขับรถ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
แต่งกายสภาพ เรียบร้อย	3.82	1.02	2	มาก
พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม	3.73	.99	3	มาก
มีมารยาทในการขับรถ ระวังระมัดระวังไม่ ประมาท	4.03	1.09	1	มาก
รวม	3.85	.95		มาก

จากตารางที่ 4-30 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านพนักงานขับรถอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านมีมารยาทในการขับรถ ะมัดระวัง ไม่ประมาทมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมา คือ ด้านแต่งกายสภาพ เรียบร้อยมี คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ตารางที่ 4-31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
กระบวนการให้บริการของมัคคุเทศก์	3.95	.90	2	มาก
กระบวนการให้บริการของพนักงานรับ โทรศัพท์	3.71	.95	5	มาก
กระบวนการให้บริการของพนักงานขับรถ	3.75	1.06	4	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัยใน กระบวนการชำระเงิน	3.93	.88	3	มาก
บริการเครื่องดื่มระหว่างเดินทาง	3.99	.94	1	มาก
รวม	3.87	.78		มาก

จากตารางที่ 4-31 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการบริการ อยู่ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านบริการเครื่องดื่ม ระหว่างเดินทางมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการของมัคคุเทศก์มี คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมา คือ ด้านความสะอาดและความปลอดภัยในกระบวนการชำระ เงินมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการของพนักงานขับรถมีคะแนน เฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กระบวนการบริการของพนักงานรับโทรศัพท์ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ตารางที่ 4-32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านภาพลักษณ์องค์กร

ด้านภาพลักษณ์องค์กร	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ	ระดับความคิดเห็น
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของ บริษัทธุรกิจนำเที่ยว	3.99	.91	1	มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐาน	3.98	.94	2	มาก
การสร้างเครือข่ายโดยการเชื่อมโยง ไป ยังหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว	3.81	.94	3	มาก
รวม	3.93	.87		มาก

จากตารางที่ 4-32 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคิดเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.93

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความมีชื่อเสียง และ
ความน่าเชื่อถือของบริษัทธุรกิจนำเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา คือ ด้านได้รับการ
รับรองมาตรฐานมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ ด้านการสร้าง
เครือข่ายโดยการเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนุমানเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีเพศต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ
6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร

เพศ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระกันโดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ดังนั้น ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-33 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
				.009	.623	.533
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.7	.66		.649	.517
	หญิง	3.7	.82			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการงาน

จากตารางที่ 4-33 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มากกว่าเพศชาย มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.533 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-34 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง		t-test for Equality of Means				
การตลาด	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านราคา				.660	.364	.716
	ชาย	3.6103	.88858		.365	.715
	หญิง	3.5763	.90498			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการงาน

จากตารางที่ 4-34 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง ด้านราคา
ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน โดยใช้
สถิติทดสอบ (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิง
มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มากกว่าเพศชาย มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.716
ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศ
ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-35 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง		t-test for Equality of Means				
การตลาด	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	P
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดช่องทางการจัดจำหน่าย				.182	.879	.380
	ชาย	3.66	.92		.878	.380
	หญิง	3.58	.92			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการงาน

จากตารางที่ 4-35 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็น ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เท่ากับเพศชาย มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.380 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-36 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
				.912	.664	.507
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง	ชาย	3.77	.82		.672	.502
การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	หญิง	3.70	.87			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการขาย

จากตารางที่ 4-36 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็น ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มากกว่าเพศชาย มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.507 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น

จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-37 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
				.186	.579	.563
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการกระบวนการขาย	ชาย	3.8936	.82115		.570	.569
	หญิง	3.8465	.75451			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการขาย

จากตารางที่ 4-37 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการขายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา น้อยกว่าเพศชาย มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.563 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร
ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านบุคลากร				.162	.335	.738
	ชาย	3.84	.62		.329	.742
	หญิง	3.78	.64			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการงาน

จากตารางที่ 4-38 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศ
ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา น้อยกว่าเพศชาย มีค่า
Probability (p) เท่ากับ 0.738 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร
ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์
องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
				.483	.228	.820
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดภาพลักษณ์องค์กร	ชาย	3.94	.90		.226	.822
	หญิง	3.92	.85			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 $\bar{X}$ ความสำเร็จในอาชีพการงาน

จากตารางที่ 4-39 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้าน
ภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี
เพศต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอ
เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้าน
ภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
น้อยกว่าเพศชาย มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.820 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทราไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีอายุต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร

อายุ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5.254	4	1.313	.059
	ภายในกลุ่ม	217.185	379	.573	
	รวม	222.438	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-40 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี อายุต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี อายุ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-41 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราปัจจัยส่วน
จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้าน ราคา	ระหว่างกลุ่ม				
		2.146	4	.536	.617
	ภายในกลุ่ม	306.257	379	.808	
	รวม	308.402	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-41 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี อายุ
ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-42 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทาง
การจัดจำหน่าย ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จ้าแนก
ตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.538	4	.384	.888
	ภายในกลุ่ม	322.272	379	.850	
	รวม	323.810	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-42 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการ
วิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการ
ธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวใน
อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-43 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม				
		.828	4	.207	.888
	ภายในกลุ่ม	276.472	379	.729	
	รวม	277.301	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-43 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-44 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการขาย	ระหว่างกลุ่ม	10.615	4	2.654	.025*
	ภายในกลุ่ม	410.093	379	1.082	
	รวม	420.708	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-44 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัด ที่มี อายุต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-45 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร
ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้าน บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.739	4	1.685	.046*
	ภายในกลุ่ม	227.207	379	.599	
	รวม	233.946	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-45 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุ
ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-46 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	15.442	4	3.861	.000*
	ภายในกลุ่ม	272.453	379	.719	
	รวม	287.896	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-46 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

- 5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ
- 6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร
- 7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร

ระดับการศึกษา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-47 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.913	5	.583	.416
	ภายในกลุ่ม	219.526	378	.581	
	รวม	222.438	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-47 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-48 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการ
ธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับ
การศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F- Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดราคา	ระหว่างกลุ่ม	21.069	5	4.214	.000*
	ภายในกลุ่ม	287.333	378	.760	
	รวม	308.402	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-48 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับ
การศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-49 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	20.985	5	4.197	.000*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ภายในกลุ่ม	302.825	378	.801	
	รวม	323.810	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-49 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาดังกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-50 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	13.984	5	2.797	.001*
	ภายในกลุ่ม	263.317	378	.697	
	รวม	277.301	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-50 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-51 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการขาย	ระหว่างกลุ่ม	14.262	5	2.852	.000*
	ภายในกลุ่ม	219.685	378	.581	
	รวม	233.946	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-51 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาค้างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-52 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร
ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	16.482	5	3.296	.010*
	ภายในกลุ่ม	404.227	378	1.069	
	รวม	420.708	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-52 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-53 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์
องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	14.474	5	2.895	.000*
	ภายในกลุ่ม	273.422	378	.723	
	รวม	287.896	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-53 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน
อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีระดับรายได้ต่างกัน มี
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอ
เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในแต่ละด้านดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ
6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร
ระดับรายได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-54 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายได้ของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.807	5	.761	.256
	ภายในกลุ่ม	218.631	378	.578	
	รวม	222.438	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-54 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-55 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายคู่ของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จำแนกตามระดับ
รายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.580	5	1.516	.093
	ภายในกลุ่ม	300.822	378	.796	
	รวม	308.402	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-55 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับ
รายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว
ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่
แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-56 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายคู่ของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.854	5	.971	.333
	ภายในกลุ่ม	318.956	378	.844	
	รวม	323.810	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-56 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี ระดับรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็น ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-57 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายกลุ่มของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดการ ส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.494	5	2.299	.007*
	ภายในกลุ่ม	265.806	378	.703	
	รวม	277.301	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-57 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็น ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-58 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายคู่ของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด กระบวนการขาย	ระหว่างกลุ่ม	11.291	5	2.258	.002*
	ภายในกลุ่ม	222.656	378	.589	
	รวม	233.946	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-58 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็น
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-59 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายคู่ของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา จำแนกตาม ระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	13.469	5	2.694	.030*
	ภายในกลุ่ม	407.239	378	1.077	
	รวม	420.708	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-59 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-60 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายรายการของความเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กร ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม		9.279	5	1.856	.029*
	ภายในกลุ่ม		278.617	378	.737	
	รวม		287.896	383		

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-60 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กรของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

- 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
- 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
- 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ
- 6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร
- 7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร

อาชีพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-61 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.468	5	.694	.310
	ภายในกลุ่ม	218.970	378	.579	
	รวม	222.438	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-61 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี อาชีพ ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-62 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการ ธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทราตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ประสมทางการตลาด					
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน	ระหว่างกลุ่ม	8.508	5	1.702	.060
ประสมทางการตลาดด้านราคา	ภายในกลุ่ม	299.895	378	.793	
	รวม	308.402	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-62 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี อาชีพ ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่าง กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-63 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.981	5	.996	.318
	ภายในกลุ่ม	318.829	378	.843	
	รวม	323.810	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-63 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-64 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.116	5	.423	.714
	ภายในกลุ่ม	275.184	378	.728	
	รวม	277.301	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-64 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพ ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-65 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.352	5	1.270	.329
	ภายในกลุ่ม	414.356	378	1.096	
	รวม	420.708	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-65 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-66 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการขาย	ระหว่างกลุ่ม	9.717	5	1.943	.007*
	ภายในกลุ่ม	224.229	378	.593	
	รวม	233.946	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-66 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการขายของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-67 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	10.236	5	2.047	.017*
	ภายในกลุ่ม	277.660	378	.735	
	รวม	287.896	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-67 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในแต่ละด้านดังนี้

- 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
- 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
- 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ
- 6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร
- 7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร

สถานภาพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-68 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.156	4	.289	.739
	ภายในกลุ่ม	221.282	379	.584	
	รวม	222.438	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-68 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.739ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-69 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.865	4	.716	.471
	ภายในกลุ่ม	305.538	379	.806	
	รวม	308.402	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-69 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.471ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-70 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.954	4	.738	.481
	ภายในกลุ่ม	320.856	379	.847	
	รวม	323.810	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-70 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob.
เท่ากับ 0.481 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี
สถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-71 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.416	4	1.104	.192
	ภายในกลุ่ม	272.885	379	.720	
	รวม	277.301	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4- 71 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.192 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีสถานภาพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-72 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3.202	4	.800	.264
	ภายในกลุ่ม	230.745	379	.609	
	รวม	233.946	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-72 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.264 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีสถานภาพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-73 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนก
ตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้าน บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.826	4	.956	.482
	ภายในกลุ่ม	416.882	379	1.100	
	รวม	420.708	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-73 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี
สถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์
ข้อมูล พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.482 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05
จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอ
เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-74 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์
องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้าน ภาพลักษณ์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	6.094	4	1.524	.087
	ภายในกลุ่ม	281.801	379	.744	
	รวม	287.896	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-74 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์
ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการ
ธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.087 ซึ่งมีค่า
มากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีสถานภาพต่างกัน
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 7 นักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มี
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอ
เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ
6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์องค์กร

ภูมิลำเนา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตารางที่ 4-75 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามภูมิลำเนา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5.196	5	1.039	.110
	ภายในกลุ่ม	217.242	378	.575	
	รวม	222.438	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-75 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.110 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-76 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตาม
ภูมิลำเนา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.666	5	.933	.328
	ภายในกลุ่ม	303.736	378	.804	
	รวม	308.402	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-76 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนา
ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.328 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05
ดังนั้น จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน
อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-77 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามภูมิฐานะ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	9.054	5	1.811	.056
	ภายในกลุ่ม	314.756	378	.833	
	รวม	323.810	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-77 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิฐานะต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.056 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิฐานะต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-78 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามภูมิลำเนา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.054	5	1.811	.027*
	ภายในกลุ่ม	268.246	378	.710	
	รวม	277.301	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-78 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาค้างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาค้างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-79 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามภูมิลำเนา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการขาย	ระหว่างกลุ่ม	6.664	5	1.333	.052
	ภายในกลุ่ม	227.282	378	.601	
	รวม	233.946	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-79 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการขายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการขายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.052 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการขายของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-80 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของ
บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตาม
ภูมิลำเนา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.392	5	1.278	.325
	ภายในกลุ่ม	414.316	378	1.096	
	รวม	420.708	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-80 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มี
ภูมิลำเนาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูล
พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.325 ซึ่งมี ค่ามากกว่า 0.05
ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-81 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์
องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำแนกตามภูมิลำเนา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Prob.
ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	7.541	5	1.508	.073
	ภายในกลุ่ม	280.354	378	.742	
	รวม	287.896	383		

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-81 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.073 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรของบริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05