

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี มีวิธีการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบที (t-test)
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test)
*	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
***	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถแบ่งผลการศึกษาเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 2 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งได้นำมาวิเคราะห์ผลหาค่าร้อยละ ได้ดังตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี

คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	200	50.00
หญิง	200	50.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	66	16.50
20 – 30 ปี	127	31.70
31 – 40 ปี	94	23.50
41 – 50 ปี	71	17.80
50 ปีขึ้นไป	42	10.50
สถานภาพสมรส		
โสด	174	43.50
สมรส	195	48.80
อื่นๆ (หย่าร้าง/หม้าย)	31	7.70
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	2	0.40
ประถมศึกษา	19	4.80
ปวช./มัธยมศึกษา	59	14.80
ปวส./อนุปริญญา	124	31.00
ปริญญาตรี	156	39.00
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	52	13.00
5,000 – 10,000 บาท	117	29.30
10,001 – 20,000 บาท	110	27.50
20,000 บาทขึ้นไป	121	30.20

ตาราง 4 (ต่อ)

คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	103	25.80
พนักงานบริษัทเอกชน	107	26.80
กิจการธุรกิจส่วนตัว	99	24.80
นักเรียน / นักศึกษา	78	19.50
อื่นๆ (ระบุ).....แม่บ้าน, รับจ้าง.....	13	3.20

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.70 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.20 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26.80

ส่วนที่ 2 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเป็นระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 5 ระดับ และนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลและวิเคราะห์ผลได้ประเด็นต่างๆ ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี สามารถหาคำนวณคะแนนรวม คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 7 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดทำหน่วย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งแสดงได้ดังตาราง 5

ตาราง 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ทศนิยมภาพโดยรอบเขื่อนมีความสวยงาม	4.27	0.688	มากที่สุด
2. การมาท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น	4.16	0.724	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านราคา ในภาพรวม ($\bar{X} = 3.85$, S.D = 0.560) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.764) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเขื่อนมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.87$, S.D = 0.702) และอันดับสุดท้ายคือ อัตราค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.81$, S.D = 0.684)

ตาราง 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. การคมนาคมสะดวกสบาย	4.14	0.696	มาก
2. บริเวณโดยรอบเขื่อนป่าสักฯ มีกิจกรรมหลายประเภทให้เลือก เช่น การให้อาหารปลา การนั่งรถไฟ	3.86	0.612	มาก
3. กิจกรรมมีความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น การชมทุ่งทานตะวันและฟาร์มต่างๆ เป็นต้น	3.86	0.647	มาก
4. ในกรณีต้องการที่พักสามารถติดต่อได้วิธีการทางจดหมาย โทรศัพท์ หรือระบบการสื่อสารอื่นๆ	3.85	0.704	มาก
5. สามารถหาข้อมูลรายละเอียดแหล่งท่องเที่ยว วิธีการเข้าถึงที่พัก หน่วยงานที่ติดต่อ การจองแผนกที่เส้นทางให้ได้โดยง่าย	3.75	0.752	มาก
6. ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.70	0.802	มาก
รวมเฉลี่ย	3.85	0.494	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวม ($\bar{X} = 3.85$, S.D = 0.494) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ การคมนาคมสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.696) รองลงมาคือ บริเวณโดยรอบเขื่อนป่าสักฯ มีกิจกรรมหลายประเภทให้เลือก เช่น การให้อาหารปลา การนั่งรถไฟ ($\bar{X} = 3.86$, S.D = 0.612)

และอันดับสุดท้ายคือ กิจกรรมมีความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น การชมทุ่งทานตะวันและฟาร์มต่างๆ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.86$, S.D = 0.647)

ตาราง 8 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. รับรู้การท่องเที่ยวเยือนป่าสักฯ จากโฆษณาโทรทัศน์และวิทยุ	3.57	0.861	มาก
2. ข้อมูลการท่องเที่ยวเยือนป่าสักฯ หาได้จากอินเทอร์เน็ต	3.55	0.842	มาก
3. ได้รับการบอกเล่ารายละเอียดการท่องเที่ยวจากบุคคลที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว	3.72	0.775	มาก
4. ได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอยู่เสมอ	3.57	0.876	มาก
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเยือนป่าสักฯ มีอยู่อย่างกว้างขวาง	3.64	0.820	มาก
รวมเฉลี่ย	3.60	0.638	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม ($\bar{X} = 3.60$, S.D = 0.638) และรายชื่อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ได้รับการบอกเล่ารายละเอียดการท่องเที่ยวจากบุคคลที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว ($\bar{X} = 3.72$, S.D = 0.775) รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเยือนป่าสักฯ มีอยู่อย่างกว้างขวาง ($\bar{X} = 3.64$, S.D = 0.820) และอันดับสุดท้ายมี 2 ปัจจัย คือ รับรู้การท่องเที่ยวเยือนป่าสักฯ จากโฆษณาโทรทัศน์ และวิทยุ ($\bar{X} = 3.57$, S.D = 0.861) และได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากประเทศไทยอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.57$, S.D = 0.876)

ตาราง 9 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสัก
ชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เจ้าหน้าที่สามารถอธิบายรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับ เชื่อมป่าสักฯ ได้	4.02	0.764	มาก
2. มีเจ้าหน้าที่ประจวบบริการนักท่องเที่ยว	3.94	0.733	มาก
3. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยปฏิบัติงานภายใต้ มาตรการที่มีประสิทธิภาพ	3.98	0.699	มาก
4. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการจัดระเบียบการจราจรใน บริเวณโดยรอบ	3.91	0.732	มาก
5. เจ้าหน้าที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเส้นทางในการเดินทางได้	4.00	0.697	มาก
รวมเฉลี่ย	3.97	0.603	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการ
ท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านบุคคล ในภาพรวม ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.603)
และรายชื่อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ เจ้าหน้าที่
สามารถอธิบายรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับเชื่อมป่าสักฯ ได้ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.764) รองลงมา
คือ เจ้าหน้าที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและเส้นทางในการเดินทางได้ ($\bar{X} =$
4.00, S.D. = 0.697) และอันดับสุดท้ายคือ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยปฏิบัติงานภายใต้
มาตรการที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.699)

ตาราง 10 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสัก
ชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีหลายทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.10	0.694	มาก
2. เส้นทางในการเดินทางมีความปลอดภัย	4.08	0.626	มาก
3. การคมนาคมมีความสะดวก	4.10	0.665	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

ด้านกระบวนการ	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4. บรรยากาศสองข้างทางระหว่างการเดินทางมี ความเป็นธรรมชาติและสวยงาม	4.11	0.726	มาก
รวมเฉลี่ย	4.09	0.549	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านกระบวนการ ในภาพรวม (\bar{X} = 4.09, S.D = 0.549) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ บรรยากาศสองข้างทางระหว่างการเดินทางมีความเป็นธรรมชาติและสวยงาม (\bar{X} = 4.11, S.D = 0.726) รองลงมามี 2 ปัจจัย คือ การคมนาคมมีความสะดวก (\bar{X} = 4.10, S.D = 0.665) และมีหลายทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.10, S.D = 0.694) อันดับสุดท้ายคือ เส้นทางในการเดินทางมีความปลอดภัย (\bar{X} = 4.08, S.D = 0.626)

ตาราง 11 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. การตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม	4.32	0.723	มากที่สุด
2. มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.21	0.693	มากที่สุด
3. บรรยากาศโดยรอบมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ	4.24	0.683	มากที่สุด
4. มีที่นั่งพักเพียงพอต่อความต้องการ	4.17	0.690	มาก
5. มีถังขยะวางเป็นระเบียบและชัดเจน	4.14	0.740	มาก
6. สถานที่จอดรถจัดไว้อย่างเป็นสัดส่วนและเพียงพอต่อ จำนวนรถที่มาใช้บริการ	3.95	0.841	มาก
7. ร้านค้าและร้านอาหารมีให้บริการอยู่โดยรอบ	3.99	0.757	มาก
รวมเฉลี่ย	4.14	0.555	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวม (\bar{X} = 4.14,

S.D = 0.555) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม (\bar{X} = 4.32, S.D = 0.723) รองลงมาคือ บรรยากาศโดยรอบมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ (\bar{X} = 4.24, S.D = 0.683) และอันดับสุดท้ายคือ มีป้ายบอกทางชัดเจน (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.693)

ตาราง 12 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวม

ภาพรวม	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	0.498	มาก
ด้านราคา	3.85	0.560	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.85	0.494	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60	0.638	มาก
ด้านบุคคล	3.97	0.603	มาก
ด้านกระบวนการ	4.09	0.549	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.14	0.555	มาก
รวมเฉลี่ย	3.95	0.411	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ (\bar{X} = 3.95, S.D = 0.411) อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ 1) ด้านลักษณะทางกายภาพ 2) ด้านผลิตภัณฑ์ 3) ด้านกระบวนการ 4) ด้านบุคคล 5) ด้านราคา 6) ด้านการจัดจำหน่าย 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ดังแสดงในตาราง 13 ดังนี้

ตาราง 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ผลิตภัณฑ์	4.16	0.485	4.10	0.510	1.090	0.630
ราคา	3.89	0.593	3.81	0.524	1.429	0.053
การจัดจำหน่าย	3.87	0.499	3.84	0.490	0.657	0.754
การส่งเสริมการตลาด	3.64	0.620	3.56	0.653	1.271	0.580
บุคคล	4.00	0.618	3.93	0.588	1.110	0.962
กระบวนการ	4.11	0.557	4.07	0.542	0.682	0.664
ลักษณะทางกายภาพ	4.16	0.561	4.11	0.549	0.913	0.568
รวมเฉลี่ย	3.98	0.424	3.92	0.397	1.399	0.464

$p > 0.05$

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวม และรายด้านทั้ง 7 ด้านเพศชาย และเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.794	4	0.199	0.797	0.528
	ภายในกลุ่ม	98.460	395	0.249		
	รวม	99.254	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.213	4	0.303	0.965	0.426
	ภายในกลุ่ม	124.143	395	0.314		
	รวม	125.356	399			

ตาราง 14 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.578	4	0.144	0.588	0.671
	ภายในกลุ่ม	96.952	395	0.245		
	รวม	97.530	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.427	4	0.357	0.876	0.479
	ภายในกลุ่ม	160.990	395	0.408		
	รวม	162.418	399			
บุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.442	4	0.360	0.988	0.414
	ภายในกลุ่ม	144.090	395	0.365		
	รวม	145.532	399			
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.483	4	0.121	0.397	0.811
	ภายในกลุ่ม	120.032	395	0.304		
	รวม	120.515	399			
ลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.272	4	0.068	0.218	0.928
	ภายในกลุ่ม	122.850	395	0.311		
	รวม	123.122	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.395	4	0.099	0.579	0.678
	ภายในกลุ่ม	67.322	395	0.170		
	รวม	67.717	399			

$p > 0.05$

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป้าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม และรายด้านทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตาม
สถานภาพสมรส

ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.173	2	0.086	0.346	0.708
	ภายในกลุ่ม	99.082	397	0.250		
	รวม	99.254	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.058	2	0.529	1.689	0.186
	ภายในกลุ่ม	124.299	397	0.313		
	รวม	125.356	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.554	2	0.277	1.133	0.323
	ภายในกลุ่ม	96.976	397	0.244		
	รวม	97.530	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.431	2	0.215	0.528	0.590
	ภายในกลุ่ม	161.987	397	0.408		
	รวม	162.418	399			
บุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.575	2	0.287	0.787	0.456
	ภายในกลุ่ม	144.957	397	0.365		
	รวม	145.532	399			
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.300	2	0.150	0.496	0.609
	ภายในกลุ่ม	120.215	397	0.303		
	รวม	120.515	399			
ลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.507	2	0.754	2.460	0.087
	ภายในกลุ่ม	121.615	397	0.306		
	รวม	123.122	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.424	2	0.212	1.251	0.287
	ภายในกลุ่ม	67.293	397	0.170		
	รวม	67.717	399			

p > 0.05

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส ในภาพรวม และรายด้านทั้ง 7 ด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.095	5	0.419	1.699	0.134
	ภายในกลุ่ม	97.159	394	0.247		
	รวม	99.254	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.999	5	1.200	3.961	0.002**
	ภายในกลุ่ม	119.357	394	0.303		
	รวม	125.356	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.131	5	0.826	3.485	0.004**
	ภายในกลุ่ม	93.399	394	0.237		
	รวม	97.530	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.881	5	2.176	5.658	0.000***
	ภายในกลุ่ม	151.537	394	0.385		
	รวม	162.418	399			
บุคคล	ระหว่างกลุ่ม	8.081	5	1.616	4.633	0.000***
	ภายในกลุ่ม	137.451	394	0.349		
	รวม	145.532	399			
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.410	5	0.282	0.933	0.460
	ภายในกลุ่ม	119.105	394	0.302		
	รวม	120.515	399			
ลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.007	5	0.401	1.306	0.261
	ภายในกลุ่ม	121.115	394	0.307		
	รวม	123.122	399			

ตาราง 16 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.818	5	0.764	4.708	0.000***
	ภายในกลุ่ม	63.899	394	0.162		
	รวม	67.717	399			

$p^{**} \leq 0.01$, $p^{***} \leq 0.001$

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านราคา และการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของนัยสำคัญแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	\bar{X}	ระดับการศึกษา					
		ต่ำกว่าประถมศึกษา	ประถมศึกษา	ปวช./มัธยมศึกษา	ปวส./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ราคา		4.10	3.70	3.83	3.91	3.91	3.52
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4.10		0.394	0.266	0.183	0.189	0.580
ประถมศึกษา	3.70			0.128	0.210	0.205	0.185
ปวช./มัธยมศึกษา	3.83				0.082	0.076	0.313
ปวส./อนุปริญญา	3.91					0.005	0.396**
ปริญญาตรี	3.91						0.390**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.52						

ตาราง 17 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	\bar{X}	ระดับการศึกษา					
		ต่ำกว่า ประถม ศึกษา	ประถม ศึกษา	ปวช./ มัธยม ศึกษา	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
การจัดจำหน่าย		4.00	3.67	3.89	3.90	3.89	3.59
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4.00		0.324	0.101	0.095	0.101	0.408
ประถมศึกษา	3.67			0.222	0.229	0.223	0.083
ปวช./มัธยมศึกษา	3.89				0.006	0.000	0.306
ปวส./อนุปริญญา	3.90					0.006	0.312*
ปริญญาตรี	3.89						0.306*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.59						
การส่งเสริมการตลาด		4.40	3.14	3.65	3.59	3.71	3.31
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4.40		1.252	0.742	0.801	0.682	1.090
ประถมศึกษา	3.14			0.510	0.451	0.570*	0.162
ปวช./มัธยมศึกษา	3.65				0.059	0.060	0.347
ปวส./อนุปริญญา	3.59					0.119	0.288
ปริญญาตรี	3.71						0.407*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.31						
บุคคล		4.40	3.88	4.09	4.04	3.96	3.58
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4.40		0.515	0.301	0.356	0.432	0.815
ประถมศึกษา	3.88			0.214	0.159	0.083	0.299
ปวช./มัธยมศึกษา	4.09				0.054	0.130	0.513**
ปวส./อนุปริญญา	4.04					0.075	0.458**
ปริญญาตรี	3.96						0.382*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.58						
ภาพรวม		4.25	3.80	4.00	3.98	3.98	3.69
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4.25		0.457	0.250	0.272	0.271	0.565
ประถมศึกษา	3.80			0.206	0.184	0.185	0.108
ปวช./มัธยมศึกษา	4.00				0.022	0.020	0.314*
ปวส./อนุปริญญา	3.98					0.001	0.292**
ปริญญาตรี	3.98						0.294**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.69						

p * \leq 0.05, p ** \leq 0.01

ตาราง 18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.632	3	0.211	0.846	0.469
	ภายในกลุ่ม	98.622	396	0.249		
	รวม	99.254	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.760	3	1.920	6.358	0.000***
	ภายในกลุ่ม	119.596	396	0.302		
	รวม	125.356	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.375	3	1.125	4.731	0.003**
	ภายในกลุ่ม	94.155	396	0.238		
	รวม	97.530	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.760	3	0.587	1.446	0.229
	ภายในกลุ่ม	160.657	396	0.406		
	รวม	162.418	399			
บุคคล	ระหว่างกลุ่ม	7.207	3	2.402	6.878	0.000***
	ภายในกลุ่ม	138.324	396	0.349		
	รวม	145.532	399			
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.455	3	0.152	0.500	0.683
	ภายในกลุ่ม	120.060	396	0.303		
	รวม	120.515	399			
ลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.562	3	0.187	0.605	0.612
	ภายในกลุ่ม	122.560	396	0.309		
	รวม	123.122	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.702	3	0.567	3.403	0.018*
	ภายในกลุ่ม	66.015	396	0.167		
	รวม	67.717	399			

p * ≤ 0.05, p ** ≤ 0.01, p *** ≤ 0.001

จากตาราง 18 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านราคา และบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 19

ตาราง 19 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของนัยสำคัญแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ราคา		3.65	3.91	3.98	3.75
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.65		0.264*	0.335**	0.099
5,000 – 10,000 บาท	3.91			0.072	0.162
10,001 – 20,000 บาท	3.98				0.235*
20,001 บาทขึ้นไป	3.75				
การจัดจำหน่าย		3.69	3.91	3.95	3.78
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.69		0.213	0.260*	0.089
5,000 – 10,000 บาท	3.91			0.047	0.123
10,001 – 20,000 บาท	3.95				0.171
20,001 บาทขึ้นไป	3.78				
บุคคล		3.83	4.09	4.07	3.80
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.83		0.264	0.239	0.024
5,000 – 10,000 บาท	4.09			0.024	0.289**
10,001 – 20,000 บาท	4.07				0.264**
20,001 บาทขึ้นไป	3.80				

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจ	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ภาพรวม		3.86	3.99	4.02	3.88
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.86		0.127	0.151	0.012
5,000 – 10,000 บาท	3.99			0.024	0.114
10,001 – 20,000 บาท	4.02				0.138
20,001 บาทขึ้นไป	3.88				

$p^* \leq 0.05$, $p^{**} \leq 0.01$

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านราคา เมื่อเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เมื่อเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านบุคคล เมื่อเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.317	4	0.329	1.328	0.259
	ภายในกลุ่ม	97.937	395	0.248		
	รวม	99.254	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.041	4	0.260	0.827	0.508
	ภายในกลุ่ม	124.315	395	0.315		
	รวม	125.356	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.272	4	0.068	0.276	0.894
	ภายในกลุ่ม	97.258	395	0.246		
	รวม	97.530	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.559	4	1.640	4.156	0.003**
	ภายในกลุ่ม	155.858	395	0.395		
	รวม	162.418	399			
บุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.361	4	0.090	0.246	0.912
	ภายในกลุ่ม	145.171	395	0.368		
	รวม	145.532	399			
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.799	4	0.200	0.659	0.621
	ภายในกลุ่ม	119.716	395	0.303		
	รวม	120.515	399			
ลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.013	4	0.753	2.477	0.044*
	ภายในกลุ่ม	120.109	395	0.304		
	รวม	123.122	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.975	4	0.244	1.443	0.219
	ภายในกลุ่ม	66.742	395	0.169		
	รวม	67.717	399			

$p^* \leq 0.05$, $p^{**} \leq 0.01$

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 21

ตาราง 21 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของนัยสำคัญแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	\bar{X}	อาชีพ				
		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	กิจการ ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ (ระบุ)...
การส่งเสริมการตลาด		3.81	3.48	3.57	3.57	3.43
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.81		0.327**	0.239	0.239	0.382
พนักงานบริษัทเอกชน	3.48			0.087	0.088	0.055
กิจการธุรกิจส่วนตัว	3.57				0.000	0.143
นักเรียน/นักศึกษา	3.57					0.143
อื่นๆ (ระบุ)...	3.43					
ลักษณะทางกายภาพ		4.17	4.02	4.24	4.10	4.30
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.17		0.149	0.066	0.073	0.130
พนักงานบริษัทเอกชน	4.02			0.215	0.076	0.279
กิจการธุรกิจส่วนตัว	4.24				0.139	0.063
นักเรียน/นักศึกษา	4.10					0.203
อื่นๆ (ระบุ)...	4.30					

$p^{**} \leq 0.01$

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเยือนป่าสักชลสิทธิ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี