

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม จาก การเก็บรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่างๆ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน จำนวน 50 คน และ ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน รวมถึงจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ ประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย ทำให้ได้ผลการวิจัย ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นในแต่ละด้าน โดยนำเสนอผลการศึกษามีส่วนร่วมของประชากรท้องถิ่น ต่อตลาดน้ำไทรน้อย

ส่วนที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการมีส่วนร่วมของประชากรท้องถิ่น ต่อตลาดน้ำไทรน้อย

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของพ่อค้าแม่ค้ากับการมีส่วนร่วมของชุมชน อ. ไทรน้อย

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้า

4.1.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย และสรุปสมมติฐานการวิจัย

4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำไทรน้อย

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและการเดินทางมาของผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำไทรน้อย

4.2.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย และผลการวิจัย

ส่วนที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยใช้ SWOT

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมที่ตลาดน้ำไทรน้อย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ ระยะเวลาพำนัก เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน จำนวน 50 คน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (N= 50)	ร้อยละ
ระยะเวลาพำนัก		
2-5 ปี	7	14
6- 10 ปี	8	16
มากกว่า 10 ปี	35	70
เพศ		
ชาย	20	40
หญิง	30	60
อายุ (ปี)		
20 -24 ปี	9	18
25 – 34 ปี	3	6
35 – 44 ปี	18	36
45 - 54 ปี	16	32
55 ปีขึ้นไป	4	8

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (N= 50)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	13	26
สมรส	33	66
หย่าร้าง /ม่าย	4	8
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	52
ปริญญาตรี	22	44
สูงกว่าปริญญาตรี	2	4
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 บาทหรือต่ำกว่า	19	38
10,001 – 25,000 บาท	21	42
25,001 – 40,000 บาท	7	14
40,001 บาทขึ้นไป	3	6

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 50 คนจำแนกตามระยะเวลาพำนัก พบว่า ผู้ที่พำนักอาศัยอยู่ที่ อ.ไทรน้อยสูงสุดพำนักอาศัยมากกว่า 10ปีมี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาพำนักอาศัย 6-10ปีมี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ พำนักอาศัย 2-5ปีมี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ จำแนกตามเพศ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือเพศชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 45 -54 ปีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 อยู่ในช่วงอายุ 20-24 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และ ในช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาสถานภาพโสดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และสถานภาพหย่าร้าง / ม่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รายได้ 25,000 – 40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และ รายได้ 40,001 ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4.1.2 ผลการวิเคราะห์ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อยในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการกำหนดระดับการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมายจัดอยู่ในอันดับ
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 -4.20	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 -3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 -2.60	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรับทราบปัญหา

การมีส่วนร่วมในการรับทราบปัญหา	ค่าเฉลี่ย	(SD)	ระดับการมีส่วนร่วม
1. การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาดน้ำ	2.56	1.26	น้อย
2. การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชน	2.74	1.29	ปานกลาง
3. ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหาในชุมชน	2.46	1.18	น้อย
4. ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล	2.56	1.11	น้อย
5. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยว	2.62	1.31	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.58	1.23	น้อย

จากตารางที่ 4.2 จำนวนประชากรทั้งหมด 50 คน มีการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรับทราบปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.58

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในด้านปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.74 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นการมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 2.62 อยู่ในระดับ ปานกลาง การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาดน้ำ และการมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาการกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเฉลี่ย 2.56 อยู่ในระดับน้อย และการมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหาในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.46 อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการวางแผนบริหารงาน

การมีส่วนร่วมในด้านการวางแผนบริหารงาน	ค่าเฉลี่ย	(SD)	ระดับการมีส่วนร่วม
6. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย	2.34	1.19	น้อย
7. ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก	2.10	1.05	น้อย
8. ท่านมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำไทรน้อย	1.86	0.88	น้อย
9. ท่านมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำไทรน้อย	1.86	1.13	น้อย
10. ท่านมีส่วนในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ	2.24	1.12	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.08	1.07	น้อย

จากตารางที่ 4.3 จำนวนพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 50 คน พบว่า ในภาพรวมของการมีส่วนร่วมในด้านการวางแผนดำเนินการมีระดับการมีส่วนร่วมน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.08

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.34 รองลงมา มีส่วนร่วม

ในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.24 มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มสมาชิก การคัดเลือกสมาชิก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.10 และการมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริการงานตลาดน้ำ ไทรน้อยและการมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำ ไทรน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากันที่ 1.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	(SD)	ระดับการมีส่วนร่วม
11. ท่านมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามา ลินค้า	1.94	1.10	น้อย
12. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการ ปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่	2.30	1.15	น้อย
13. ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวใน ชุมชน	2.22	1.18	น้อย
14. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการของชุมชน	2.44	1.28	น้อย
15. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่นตลาดน้ำ	2.34	1.17	น้อย
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอทางเลือกหรือแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	2.52	1.33	น้อย
17. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอการปรับรูปแบบการขาย ให้เป็นการขายให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	2.00	1.07	น้อย
18. ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า ระบบสัญญาณ โทรศัพท์	2.84	1.33	ปานกลาง
19. ท่านมีส่วนร่วมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวตลาดน้ำ	2.22	1.26	น้อย

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	(SD)	ระดับการมีส่วนร่วม
20. ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์และดูแลรักษาความสะอาดในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	2.20	1.01	น้อย
21. .ท่านมีส่วนร่วมในการให้การสนับสนุนด้านเงินทุนหรืออุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	3.10	1.26	ปานกลาง
22. ท่านเคยร่วมสอดส่องดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	2.26	1.15	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.37	1.19	น้อย

จากตารางที่ 4.4 จำนวนพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 50 คน พบว่า ในภาพรวมของการมีส่วนร่วมในด้านการดำเนินการ/ปฏิบัติงานในภาพรวมมีระดับการมีส่วนร่วมน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.37

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการให้การสนับสนุนด้านเงินทุน หรืออุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในชุมชนมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10 รองลงมามีส่วนร่วมในพัฒนาระบบสาธารณูปโภคประปา ไฟฟ้า ระบบสัญญาณโทรศัพท์ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.84 และมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาสินค้าที่น้อยที่สุดซึ่งอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 1.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการติดตามและประเมินผล

การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	ค่าเฉลี่ย	(SD)	ระดับการมีส่วนร่วม
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆ	2.22	1.27	น้อย
24. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบประเมินตรวจสอบและติดตามสรุปผลกระทบทางด้านการให้บริการตลาดน้ำ	1.92	1.01	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.07	1.14	น้อย

จากตารางที่ 4.5 จำนวนพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 50 คน พบว่า ในภาพรวมของการมีส่วนร่วมในด้านการติดตามและประเมินผลในภาพรวมมีระดับการมีส่วนร่วมน้อยโดยมีค่าเฉลี่ย 2.07

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆมีระดับการมีส่วนร่วม น้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.22 และมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบประเมินตรวจสอบและติดตามสรุปผลกระทบทางด้านการให้บริการตลาดน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.92 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ทางผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐาน โดยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อยแตกต่างกัน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ใช้สถิติของ $T - Test$, $F-Test$ (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการ
รับทราบ/ศึกษาปัญหาจำแนกตามระยะเวลาพำนัก

ด้านการรับทราบ/ ศึกษาปัญหา	ระยะเวลา พำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการเข้า ประชุมปรึกษาหารือเรื่อง ปัญหาในตลาดน้ำ	2 – 5 ปี	1.85	0.89	1.624	0.208
	6-10 ปี	3.00	1.69		
	10 ปีขึ้นไป	2.60	1.19		
2.การมีส่วนร่วมในการ เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ของชุมชน	2 – 5 ปี	2.14	0.89	1.779	0.180
	6-10 ปี	3.37	1.18		
	10 ปีขึ้นไป	2.27	1.34		
3.ท่านมีส่วนร่วมในการ ค้นหาสาเหตุของปัญหาใน ชุมชน	2 – 5 ปี	2.42	1.13	1.571	0.219
	6-10 ปี	3.12	1.24		
	10 ปีขึ้นไป	2.31	1.15		
4.ท่านมีส่วนร่วมในการ แก้ไขปัญหาการกำจัดขยะ สิ่งปฏิกูล	2 – 5 ปี	2.00	0.81	4.467	0.017*
	6-10 ปี	3.50	0.92		
	10 ปีขึ้นไป	2.45	1.09		
5. ท่านมีส่วนร่วมในการ เสนอแนะแนวทางในการ แก้ไขปัญหาทางการ ท่องเที่ยว	2 – 5 ปี	1.85	0.69	2.705	0.077
	6-10 ปี	3.37	1.40		
	10 ปีขึ้นไป	2.60	1.31		
รวม		2.59	1.13	2.429	0.140

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำ
ไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามระยะเวลาพำนัก

โดยรวม พบว่า Sig = 0.140 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามระยะเวลาพำนักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่แตกต่างไปตามที่มีระยะเวลาพำนัก ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล Sig = 0.034 โดย ผู้ที่มีระยะเวลาพำนัก 6 – 10 ปี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา ผู้ที่พำนักตั้งแต่กำเนิด มีค่าเฉลี่ย 2.74 ผู้ที่พำนัก 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.44 และผู้ที่พำนัก 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของด้านกรวางแผนจำแนกตามระยะเวลาพำนัก

การมีส่วนร่วมในการวางแผน	ระยะเวลาพำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
6. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย	2 – 5 ปี	1.71	0.75	3.787	0.030*
	6-10 ปี	3.25	1.48		
	10 ปีขึ้นไป	2.25	1.09		
7. ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก	2 – 5 ปี	1.85	0.69	4.086	0.023*
	6-10 ปี	3.25	1.28		
	10 ปีขึ้นไป	2.11	1.11		
8. ท่านมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำไทรน้อย	2 – 5 ปี	2.00	0.81	3.900	0.027*
	6-10 ปี	3.00	1.60		
	10 ปีขึ้นไป	1.91	0.85		
9. ท่านมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำไทรน้อย	2 – 5 ปี	1.57	0.78	1.191	0.313
	6-10 ปี	2.25	1.28		
	10 ปีขึ้นไป	1.82	0.78		
10. ท่านมีส่วนในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ	2 – 5 ปี	1.57	0.78	2.157	0.127
	6-10 ปี	2.62	1.50		
	10 ปีขึ้นไป	1.85	1.00		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.20	1.05	3.024	0.104

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนจำหน่าย ระยะเวลาพำนัก โดยรวม พบว่า Sig = 0.104 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามระยะเวลาพำนัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่แตกต่างไปตามที่มีระยะเวลาพำนัก ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย Sig = 0.030 โดย ผู้ที่มีระยะเวลาพำนัก 6 – 10 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมาเป็นผู้ที่พำนัก 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.25 และผู้ที่พำนัก 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.71 ตามลำดับ และ ด้านการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก Sig = 0.023 โดย ผู้ที่มีระยะเวลาพำนัก 6 – 10 ปี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมาเป็นผู้ที่พำนัก 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.11 และผู้ที่พำนัก 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.85 ตามลำดับ และด้านการมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำไทรน้อย

Sig = 0.027 โดยผู้ที่มีระยะเวลาพำนัก 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 รองลงมาเป็นผู้ที่พำนัก 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.00 และผู้ที่พำนัก 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 1.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงานจำหน่ายตามระยะเวลาพำนัก

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ระยะเวลาพำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
11. ท่านมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า	2 – 5 ปี	1.57	0.78	3.313	0.045*
	6-10 ปี	2.75	1.90		
	10 ปีขึ้นไป	1.71	0.85		
12. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่	2 – 5 ปี	2.14	0.89	7.841	0.001*
	6-10 ปี	3.50	1.30		
	10 ปีขึ้นไป	1.97	0.92		

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ระยะเวลา พำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
13. ท่านมีส่วนร่วมใน การศึกษาสภาพสถานที่ ท่องเที่ยวในชุมชน	2 – 5 ปี	1.57	0.78	6.111	0.004*
	6-10 ปี	3.37	1.18		
	10 ปีขึ้นไป	2.20	1.05		
14.ท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับความ ต้องการของชุมชน	2 – 5 ปี	1.71	0.75	4.445	0.017*
	6-10 ปี	3.25	1.58		
	10 ปีขึ้นไป	2.08	1.03		
15.ท่านมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์วัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่นตลาคน้ำ	2 – 5 ปี	1.71	0.95	1.968	0.151
	6-10 ปี	3.25	1.51		
	10 ปีขึ้นไป	2.08	1.24		
16. ท่านมีส่วนร่วมในการ เสนอทางเลือกหรือแนว ทางการพัฒนาการท่องเที่ยว	2 – 5 ปี	1.85	0.89	1.465	0.241
	6-10 ปี	2.87	1.35		
	10 ปีขึ้นไป	2.31	1.15		
17.ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอ การปรับปรุงแบบการขายให้ เป็นการขายให้นักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น	2 – 5 ปี	1.85	0.89	1.423	0.251
	6-10 ปี	3.00	1.69		
	10 ปีขึ้นไป	2.54	1.29		
18.ท่านมีส่วนร่วมในพัฒนา ระบบสาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า ระบบสัญญาณโทรศัพท์	2 – 5 ปี	1.57	0.78	0.658	0.523
	6-10 ปี	2.12	1.12		
	10 ปีขึ้นไป	2.05	1.10		
19.ท่านมีส่วนร่วมในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวตลาคน้ำ	2 – 5 ปี	2.14	1.06	4.804	0.013*
	6-10 ปี	4.00	1.30		
	10 ปีขึ้นไป	2.71	1.25		

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ระยะเวลา พำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
20.ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์และ ดูแลรักษาความสะอาดในการ พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใน ชุมชน	2 – 5 ปี	2.57	1.81	5.113	0.010*
	6-10 ปี	4.37	0.74		
	10 ปีขึ้นไป	2.85	1.26		
21. ท่านมีส่วนร่วมในการให้ การสนับสนุนด้านเงินทุน หรือ อุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	2 – 5 ปี	1.85	0.69	0.527	0.594
	6-10 ปี	2.37	0.91		
	10 ปีขึ้นไป	2.22	1.08		
22.ท่านเคยร่วมสอดส่องดูแล ความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	2 – 5 ปี	2.71	0.95	1.463	0.242
	6-10 ปี	3.75	1.16		
	10 ปีขึ้นไป	3.02	1.31		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.48	0.94	3.261	0.174

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ.ไทรน้อย จ.นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน จำแนกระยะเวลาพัก โดยรวมพบว่า Sig = 0.174 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามระยะเวลาพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่แตกต่างไปตามที่มีระยะเวลาพัก ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า ที่ Sig = 0.045 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.75 รองลงมาเป็นผู้ที่มาพัก 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 1.71 และผู้ที่พักอาศัย 2 – 5 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.57 ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่ sig = 0.001 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็นผู้ที่พักอาศัย 2 – 5 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.14 และผู้ที่มาพัก 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 1.71 ตามลำดับ ด้านการมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน Sig = 0.004 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ผู้ที่พักอาศัย 6 – 10 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา ผู้ที่พักอาศัย 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.20 และผู้ที่พักอาศัย 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.57 ตามลำดับ ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของชุมชน Sig = 0.017 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ผู้ที่พักอาศัย 6 – 10 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมา ผู้ที่พักอาศัย 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.08 และผู้ที่พักอาศัย 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.71 ตามลำดับ ด้านการมีส่วนร่วมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ Sig = 0.013 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ผู้ที่พักอาศัย 6 – 10 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือผู้ที่พักอาศัย 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.17 และ ผู้ที่พักอาศัย 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.14 ตามลำดับ ด้านการมีส่วนร่วมรณรงค์และดูแลรักษาความสะอาดในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน Sig = 0.010 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ผู้ที่พักอาศัย 6 – 10 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมา ผู้ที่พักอาศัย 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.85 ผู้และผู้ที่พักอาศัย 2-5 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกตามระยะเวลาพำนัก

การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	ระยะเวลาพำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆ	2 – 5 ปี	1.57	0.78	3.311	0.045*
	6-10 ปี	3.12	1.55		
	10 ปีขึ้นไป	2.14	1.19		
24. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบประเมินตรวจสอบและติดตามสรุปผลกระทบทางด้านการให้บริการตลาดน้ำ	2 – 5 ปี	1.42	0.78	1.047	0.359
	6-10 ปี	1.87	0.99		
	10 ปีขึ้นไป	2.02	1.04		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.02	1.06	2.179	0.202

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกระยะเวลาพำนัก โดยรวม พบว่า Sig = 0.263 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างไปตามระยะเวลาพำนัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างไปตามที่มีระยะเวลาพำนัก

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระยะเวลาพำนัก

ตัวแปรตาม	ระยะเวลาพำนัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. การมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	2 – 5 ปี	2.06	0.76	2.670	0.080
	6-10 ปี	3.27	0.92		
	10 ปีขึ้นไป	2.54	1.11		
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน	2 – 5 ปี	1.84	0.75	4.258	0.020*
	6-10 ปี	3.03	0.89		
	10 ปีขึ้นไป	2.22	0.84		
3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	2 – 5 ปี	1.94	0.78	4.340	0.019*
	6-10 ปี	3.20	0.72		
	10 ปีขึ้นไป	2.34	0.92		
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	2 – 5 ปี	1.50	0.76	1.777	0.180
	6-10 ปี	2.50	1.06		
	10 ปีขึ้นไป	2.08	1.06		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.37	0.88	3.261	0.075

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.10 พบว่าพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำไทรน้อยที่มีระยะเวลาพำนักที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน และการมีส่วนร่วมในการดำเนินการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ว่าพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำไทรน้อยที่มีระยะเวลาพำนักอยู่อาศัยที่ อ.ไทรน้อย มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อยแตกต่างกัน จากความแตกต่างดังกล่าวสามารถนำเสนอตารางการเปรียบเทียบโดยใช้ LSD ได้ผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการวางแผนกับระยะเวลาพำนักของ พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยใช้ LSD

ระยะเวลาพำนัก	ค่าเฉลี่ย	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	2-5 ปี
		3.04	2.23	1.84
6-10 ปี	3.04		0.81*	1.19*
มากกว่า 10 ปี	2.23			0.38
2-5 ปี	1.84			

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยอย่างยั่งยืนกับความแตกต่างระหว่างระยะเวลาพำนัก โดยใช้ LSD พบว่า พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก 6-10 ปี มีส่วนร่วมในการวางแผนแตกต่างจาก พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก 2-5 ปี และ พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก 6-10 ปี มีส่วนร่วมในการวางแผนแตกต่างจาก พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก มากกว่า10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ/ปฏิบัติงานกับระยะเวลา พำนักของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยใช้ LSD

ระยะเวลาพำนัก	ค่าเฉลี่ย	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	2-5 ปี
		3.04	2.23	1.84
6-10 ปี	3.04		0.86*	1.25*
มากกว่า 10 ปี	2.23			0.39
2-5 ปี	1.84			

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยอย่างยั่งยืนกับความแตกต่างระหว่างระยะเวลาพำนัก โดยใช้ LSD พบว่า
พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก 6-10 ปี มีส่วนร่วมในการดำเนินการแตกต่าง
จาก พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก 2-5 ปี และ พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนัก 6-10 ปี มีส่วนร่วมในการดำเนินการแตกต่างจาก พ่อค้าแม่ค้าและผู้มี
ส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนักมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการมี
ส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามเพศ

ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
1. การมีส่วนร่วมในการเข้า ประชุมปรึกษาหารือเรื่อง ปัญหาในตลาดน้ำ	ชาย	2.95	1.46	1.823	0.025
	หญิง	2.30	1.05	1.708	
2. การมีส่วนร่วมในการเสนอ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ทางธรรมชาติของชุมชน	ชาย	2.90	1.12	0.712	0.102
	หญิง	2.63	1.40	0.745	
3. ท่านมีส่วนร่วมในการ ค้นหาสาเหตุของปัญหาใน ชุมชน	ชาย	2.60	1.05	0.680	0.393
	หญิง	2.36	1.27	0.708	
4. ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไข ปัญหาการกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล	ชาย	2.65	1.14	0.465	0.777
	หญิง	2.50	1.11	0.462	
5. ท่านมีส่วนร่วมในการ เสนอแนะแนวทางในการ แก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยว	ชาย	3.00	1.29	1.710	0.920
	หญิง	2.37	1.27	1.704	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.63	1.22	1.071	0.443

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามเพศ โดยรวมพบว่า เพศที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันตามเพศ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาดน้ำ Sig = 0.025 โดยเพศชาย มีการมีส่วนร่วมมากกว่าเพศหญิงที่ ระดับ 2.95 และ 2.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนจำแนกตามเพศ

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
6. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดน้ำไทรน้อย	ชาย	2.80	1.28	2.33	0.084
	หญิง	2.03	1.03	2.24	
7. ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก	ชาย	2.45	1.19	0.95	0.480
	หญิง	2.13	1.14	0.94	
8. ท่านมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำไทรน้อย	ชาย	2.50	1.24	2.28	0.076
	หญิง	1.83	0.83	2.11	
9. ท่านมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำไทรน้อย	ชาย	2.20	1.01	2.33	0.270
	หญิง	1.63	0.72	2.17	
10. ท่านมีส่วนในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ	ชาย	2.35	1.23	2.25	0.030
	หญิง	1.66	0.92	2.12	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		1.73	1.06	1.97	0.188

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ Sig = 0.030 โดยเพศชาย มีการมีส่วนร่วมมากกว่าเพศหญิงที่ ระดับ 2.35 และ 1.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน จำแนกตามเพศ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ ปฏิบัติงาน	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
11. ท่านมีส่วนร่วมในการ คัดเลือก พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาสินค้า	ชาย	2.20	1.44	1.78	0.028*
	หญิง	1.63	0.81	1.60	
12. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นด้านการปรับปรุง และการพัฒนาสถานที่	ชาย	2.55	1.27	1.63	0.033*
	หญิง	2.03	0.96	1.54	
13. ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษา สภาพสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	ชาย	2.60	1.14	1.53	0.754
	หญิง	2.10	1.12	1.52	
14. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับความ ต้องการของชุมชน	ชาย	2.45	1.32	1.13	0.179
	หญิง	2.06	1.08	1.08	
15. ท่านมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่นตลาดน้ำ	ชาย	2.85	1.23	1.89	0.608
	หญิง	2.16	1.26	1.91	

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ ปฏิบัติงาน	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอทางเลือก หรือแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	ชาย	2.85	1.18	2.66	0.245
	หญิง	2.00	1.05	2.60	
17. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอการปรับ รูปแบบการขายเพิ่มขึ้น	ชาย	3.10	1.37	2.67	0.177
	หญิง	2.13	1.16	2.58	
18. ท่านมีส่วนร่วมในพัฒนาระบบ สาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า ระบบ สัญญาณโทรศัพท์	ชาย	2.30	1.08	1.65	0.969
	หญิง	1.80	1.03	1.63	
19. ท่านมีส่วนร่วมในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ	ชาย	3.05	1.46	.90	0.074
	หญิง	2.70	1.24	.87	
20. ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์และดูแลรักษา ความสะอาดในการพัฒนาสถานที่ใน ชุมชน	ชาย	3.30	1.34	0.99	0.823
	หญิง	2.90	1.42	1.01	
21. .ท่านมีส่วนร่วมในการให้การ สนับสนุนด้านเงินทุน หรืออุปกรณ์ใน การดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวใน ชุมชน	ชาย	2.35	1.09	0.85	0.430
	หญิง	2.10	0.96	0.83	
22. ท่านเคยร่วมสอดส่องดูแลความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นัก ท่องเที่ยว	ชาย	3.35	1.18	1.14	0.740
	หญิง	2.93	1.31	1.17	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.48	1.19	1.55	0.422

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน จำแนกเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.422 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่แตกต่างไปตามเพศทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า Sig = 0.028 โดยเพศชาย มีการมีส่วนร่วมมากกว่าเพศหญิงที่ ระดับ 2.20 และ 1.63 ตามลำดับ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่ Sig = 0.033 โดยเพศชาย มีการมีส่วนร่วมมากกว่าเพศหญิงที่ ระดับ 2.55 และ 2.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงานจำแนกตามเพศ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ ปฏิบัติงาน	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้ รับฟังความคิดเห็นและรวบรวม ข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆ	ชาย	2.70	1.34	2.28	0.094
	หญิง	1.90	1.12	2.22	
24. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบ ประเมินตรวจสอบและติดตาม สรุปผลกระทบทางด้านการให้บริการ ตลาดน้ำ	ชาย	2.05	0.99	0.742	0.442
	หญิง	1.83	1.01	0.745	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.12	1.12	1.496	0.268

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.268 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมด้านต่างๆจำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D	T	Sig.
1. การมีส่วนร่วมในการ รับทราบ/ศึกษาปัญหา	ชาย	2.82	1.05	1.24	0.94
	หญิง	2.43	1.09		
2. การมีส่วนร่วมในการ วางแผน	ชาย	2.63	0.93	2.19	0.49
	หญิง	2.08	0.82		
3. การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินการ	ชาย	2.72	0.94	1.91	0.77
	หญิง	2.22	0.88		
4. การมีส่วนร่วมในการ ติดตามและประเมินผล	ชาย	2.37	1.08	1.71	0.63
	หญิง	1.86	0.98		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำไทรน้อยที่มีเพศที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และด้านการติดตามและประเมินผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหาจำแนกตามอายุ

ด้านการรับทราบศึกษาปัญหา	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุม ปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาดน้ำ	20 – 24 ปี	2.77	1.30	0.702	0.595
	25 – 34 ปี	3.33	0.57		
	35 – 44 ปี	2.50	1.33		
	45 – 54 ปี	2.25	1.23		
	55 ปีขึ้นไป	3.00	1.41		
2. การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ทางธรรมชาติของชุมชน	20 – 24 ปี	3.00	1.65	0.922	0.460
	25 – 34 ปี	3.00	1.00		
	35 – 44 ปี	2.33	0.97		
	45 – 54 ปี	2.81	1.51		
	55 ปีขึ้นไป	3.50	0.57		
3. ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของ ปัญหาในชุมชน	20 – 24 ปี	2.88	1.36	1.561	0.201
	25 – 34 ปี	2.33	0.57		
	35 – 44 ปี	2.11	0.90		
	45 – 54 ปี	2.37	1.41		
	55 ปีขึ้นไป	3.50	0.57		
4. ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาคำจัด ขยะสิ่งปฏิกูล	20 – 24 ปี	2.88	1.05	0.761	0.556
	25 – 34 ปี	3.00	0.00		
	35 – 44 ปี	2.33	1.00		
	45 – 54 ปี	2.62	1.36		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	0.95		
5. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางใน การแก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยว	20 – 24 ปี	2.66	1.22	0.614	0.655
	25 – 34 ปี	3.00	0.00		
	35 – 44 ปี	2.44	1.24		
	45 – 54 ปี	2.50	1.54		
	55 ปีขึ้นไป	3.50	1.29		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.77	1.04	0.91	0.049*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า Sig = 0.049 แสดงว่าแสดงว่าอายุที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมแตกต่างกันไปตามอายุ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการวางแผนจำแนกตามอายุ

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
6. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย	20 – 24 ปี	2.33	1.32	0.700	0.596
	25 – 34 ปี	2.33	0.57		
	35 – 44 ปี	2.50	1.29		
	45 – 54 ปี	2.00	1.03		
	55 ปีขึ้นไป	3.00	1.41		
7. ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก	20 – 24 ปี	2.33	1.22	0.231	0.919
	25 – 34 ปี	2.00	1.00		
	35 – 44 ปี	2.22	1.16		
	45 – 54 ปี	2.18	1.27		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	0.95		
8. ท่านมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำไทรน้อย	20 – 24 ปี	2.00	0.86	1.300	0.284
	25 – 34 ปี	2.33	0.57		
	35 – 44 ปี	2.33	1.32		
	45 – 54 ปี	1.68	0.79		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	0.95		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
9. ท่านมีส่วนร่วมในการออก กฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำ ไทรน้อย	20 – 24 ปี	1.88	0.78	1.914	0.125
	25 – 34 ปี	2.33	0.57		
	35 – 44 ปี	2.00	0.97		
	45 – 54 ปี	1.43	0.63		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.29		
10. ท่านมีส่วนในการวางแผน การบริหารงานตลาดน้ำ	20 – 24 ปี	2.22	1.20	2.226	0.081
	25 – 34 ปี	2.00	1.00		
	35 – 44 ปี	2.22	1.21		
	45 – 54 ปี	1.31	0.60		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.29		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.21	1.01	1.274	0.401

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.0

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า Sig = 0.401 แสดงว่าอายุที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันตามอายุ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าการค้าเนินงาน/ปฏิบัติงาน
จำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
11. ท่านมีส่วนร่วมในการ คัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามา สินค้า	20 – 24 ปี	2.11	1.05	2.675	0.044*
	25 – 34 ปี	1.67	.57		
	35 – 44 ปี	2.22	1.39		
	45 – 54 ปี	1.18	0.40		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.29		
12.ท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นด้านการปรับปรุง และการพัฒนาสถานที่	20 – 24 ปี	2.22	0.97	1.266	0.297
	25 – 34 ปี	2.66	0.57		
	35 – 44 ปี	2.61	1.33		
	45 – 54 ปี	1.81	0.98		
	55 ปีขึ้นไป	2.00	0.81		
13. ท่านมีส่วนร่วมใน การศึกษาสภาพสถานที่ ท่องเที่ยวในชุมชน	20 – 24 ปี	2.66	1.12	1.396	0.251
	25 – 34 ปี	2.33	0.57		
	35 – 44 ปี	2.38	1.09		
	45 – 54 ปี	1.81	1.16		
	55 ปีขึ้นไป	2.00	1.41		
14.ท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับความ ต้องการของชุมชน	20 – 24 ปี	2.44	1.13	1.067	0.384
	25 – 34 ปี	2.66	0.57		
	35 – 44 ปี	2.33	1.23		
	45 – 54 ปี	1.75	1.12		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	1.50		
15.ท่านมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์วัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่นตลาดน้ำ	20 – 24 ปี	3.11	1.26	2.773	0.038*
	25 – 34 ปี	4.00	0.00		
	35 – 44 ปี	2.27	1.36		
	45 – 54 ปี	1.93	0.99		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.29		

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอ ทางเลือกหรือแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	20 – 24 ปี	2.55	1.33	0.969	0.434
	25 – 34 ปี	2.66	0.57		
	35 – 44 ปี	2.50	1.24		
	45 – 54 ปี	1.87	0.88		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	1.71		
17. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอ การปรับรูปแบบการขายให้เป็น การขายให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	20 – 24 ปี	2.77	1.39	0.379	0.822
	25 – 34 ปี	2.66	0.57		
	35 – 44 ปี	2.66	1.41		
	45 – 54 ปี	2.18	1.37		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.29		
18. ท่านมีส่วนร่วมในพัฒนา ระบบสาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า ระบบสัญญาณ โทรศัพท์	20 – 24 ปี	2.33	1.32	1.322	0.276
	25 – 34 ปี	2.33	.577		
	35 – 44 ปี	1.94	0.93		
	45 – 54 ปี	1.62	0.88		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	1.71		
19. ท่านมีส่วนร่วมในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวตลาดน้ำ	20 – 24 ปี	3.11	1.16	0.161	0.957
	25 – 34 ปี	2.66	0.57		
	35 – 44 ปี	2.83	1.38		
	45 – 54 ปี	2.68	1.44		
	55 ปีขึ้นไป	3.00	1.82		
20. ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์และ ดูแลรักษาความสะอาดในการ พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใน ชุมชน	20 – 24 ปี	3.00	1.11	0.248	0.910
	25 – 34 ปี	3.33	1.52		
	35 – 44 ปี	3.27	1.63		
	45 – 54 ปี	2.87	1.31		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	1.50		

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
21. ท่านมีส่วนร่วมในการให้ การสนับสนุนด้านเงินทุน หรือ อุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	20 – 24 ปี	2.11	0.92	0.636	0.640
	25 – 34 ปี	3.00	0.00		
	35 – 44 ปี	2.16	1.15		
	45 – 54 ปี	2.06	0.92		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.29		
22. ท่านเคยร่วมสอดส่องดูแล ความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	20 – 24 ปี	3.22	1.20	0.8940	0.476
	25 – 34 ปี	3.66	1.15		
	35 – 44 ปี	3.33	1.08		
	45 – 54 ปี	2.62	1.50		
	55 ปีขึ้นไป	3.25	1.25		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.52	1.10	1.15	0.460

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน จำแนกตามอายุโดยรวม พบว่า Sig = 0.460 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่แตกต่างไปตามเพศทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า Sig = 0.044 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.50 รองลงมา พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.22 พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุ 20 -24 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.11 พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุระหว่าง 25 -34 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.67 และ พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.18 ตามลำดับ ด้านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นตลาดน้ำ Sig = 0.038 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุระหว่าง 25 -34 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุ 20 -24

ปี มีค่าเฉลี่ย 3.11 พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.50 พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุระหว่าง 35 – 44ปี มีค่าเฉลี่ย 2.27 และ พ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี มีค่าเฉลี่ย1.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องด้าน การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มี การตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและ รวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนใน เรื่องต่างๆ	20 – 24 ปี	2.00	0.86	1.034	0.400
	25 – 34 ปี	3.33	1.15		
	35 – 44 ปี	2.27	1.17		
	45 – 54 ปี	1.93	1.48		
	55 ปีขึ้นไป	2.75	1.50		
24.ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำ แบบประเมินตรวจสอบและ ติดตามสรุปผลกระทบทางด้าน การให้บริการตลาดน้ำ	20 – 24 ปี	2.33	1.11	0.827	0.515
	25 – 34 ปี	2.00	1.00		
	35 – 44 ปี	1.88	0.90		
	45 – 54 ปี	1.62	1.08		
	55 ปีขึ้นไป	2.25	0.95		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.24	1.12	0.953	0.045*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่4.21 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.045 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมแตกต่างกันไปตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันไปตามอายุ

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมโดยรวมในด้านต่างๆจำแนกตามอายุ

ตัวแปรตาม	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	20 – 24 ปี	2.84	1.22	0.860	0.495
	25 – 34 ปี	2.93	0.41		
	35 – 44 ปี	2.32	0.91		
	45 – 54 ปี	2.51	1.28		
	55 ปีขึ้นไป	3.25	0.77		
2.การมีส่วนร่วมในการวางแผน	20 – 24 ปี	2.46	0.94	1.134	0.353
	25 – 34 ปี	2.63	0.27		
	35 – 44 ปี	2.42	1.02		
	45 – 54 ปี	1.92	0.64		
	55 ปีขึ้นไป	2.67	1.21		
3.การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	20 – 24 ปี	2.63	0.96	1.130	0.355
	25 – 34 ปี	2.84	0.29		
	35 – 44 ปี	2.53	1.004		
	45 – 54 ปี	2.03	0.78		
	55 ปีขึ้นไป	2.70	1.30		
4.การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	20 – 24 ปี	2.16	0.96	0.723	0.581
	25 – 34 ปี	2.66	0.76		
	35 – 44 ปี	2.08	0.97		
	45 – 54 ปี	1.78	1.18		
	55 ปีขึ้นไป	2.50	1.22		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าอายุที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยมีส่วนร่วมในด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และด้านการติดตามและประเมินผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งด้านการมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาดน้ำ	โสด	2.46	1.12	0.063	0.939
	สมรส	2.61	1.29		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.50	1.73		
2.การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชน	โสด	2.76	1.48	0.099	0.906
	สมรส	2.69	1.18		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.00	1.82		
3.ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหาในชุมชน	โสด	2.69	1.25	1.598	0.213
	สมรส	2.27	1.06		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.25	1.70		
4.ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาคำจัดขยะสิ่งปฏิกูล	โสด	2.69	1.03	0.546	0.583
	สมรส	2.45	1.09		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.00	1.63		
5.ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยว	โสด	2.46	1.12	1.021	0.368
	สมรส	2.57	1.29		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.50	1.91		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.73	1.63	0.665	0.613

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม พบว่า Sig = 0.613 แสดงว่าสถานภาพที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันตามสถานภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ด้าน
การวางแผนจำแนกตามสถานภาพ

ด้านการมีส่วนร่วมใน การวางแผน	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
6.ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้ง คณะกรรมการประชาคมตลาด น้ำไทรน้อย	โสด	2.23	1.16	0.097	0.908
	สมรส	2.39	1.19		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.25	1.50		
7.ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วม กลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือก สมาชิก	โสด	2.38	1.19	0.569	0.570
	สมรส	2.15	1.09		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.75	1.71		
8.ท่านมีส่วนร่วมในการร่าง นโยบายการบริหารงานตลาดน้ำ ไทรน้อย	โสด	2.07	0.86	0.255	0.776
	สมรส	2.15	1.14		
	หย่าร้าง/ม่าย	1.75	0.95		
9.ท่านมีส่วนร่วมในการออก กฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำ ไทรน้อย	โสด	1.92	0.75	0.117	0.890
	สมรส	1.81	0.88		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.00	1.41		
10.ท่านมีส่วนในการวาง แผนการบริหารงานตลาดน้ำ	โสด	2.00	0.08	0.037	0.964
	สมรส	1.91	1.10		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.00	1.41		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.12	1.09	0.215	0.822

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม
พบว่า Sig = 0.822 แสดงว่าสถานภาพต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างไปตาม
สถานภาพ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามสถานภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงานจำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
11. ท่านมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า	โสด	1.92	0.95	0.040	0.961
	สมรส	1.84	1.23		
	หย่าร้าง/ม่าย	1.75	1.75		
12. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่	โสด	2.23	0.92	1.031	0.364
	สมรส	2.15	1.14		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.00	1.41		
13. ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	โสด	2.38	1.04	1.733	0.188
	สมรส	2.15	1.12		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.25	1.50		
14. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของชุมชน	โสด	2.31	1.03	1.921	0.158
	สมรส	2.06	1.17		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.25	1.50		
15. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นตลาดน้ำ	โสด	2.84	1.34	1.005	0.374
	สมรส	2.33	1.24		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.00	1.41		

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ ปฏิบัติงาน	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอทางเลือก หรือแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน	โสด	2.46	1.19	0.095	0.910
	สมรส	2.30	1.10		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.25	1.89		
17. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอการปรับ รูปแบบการขายให้เป็นการขายให้ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	โสด	2.61	1.26	0.337	0.716
	สมรส	2.54	1.37		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.00	1.41		
18. ท่านมีส่วนร่วมในพัฒนาระบบ สาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า ระบบ สัญญาณ โทรศัพท์	โสด	2.15	1.21	0.354	0.704
	สมรส	1.91	0.91		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.25	1.89		
19. ท่านมีส่วนร่วมในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ	โสด	2.92	1.11	1.159	0.322
	สมรส	2.69	1.38		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.75	1.50		
20. ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์และดูแลรักษา ความสะอาดในการพัฒนาสถานที่ ท่องเที่ยวในชุมชน	โสด	3.38	1.38	0.471	0.627
	สมรส	2.94	1.36		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.00	1.83		
21. ท่านมีส่วนร่วมในการให้การสนับสนุน ด้านเงินทุน หรืออุปกรณ์ในการดำเนิน กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	โสด	2.07	0.86	0.686	0.509
	สมรส	2.18	1.10		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.75	0.50		
22. ท่านเคยร่วมสอดส่องดูแลความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นัก ท่องเที่ยว	โสด	3.31	1.25	0.967	0.388
	สมรส	2.93	1.24		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.75	1.50		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.25	1.26	0.082	0.052

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน จำแนกตามอายุโดยรวม พบว่า Sig = 0.052 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านติดตามและประเมินผลจำแนกตามสถานภาพ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆ	โสด	2.07	0.95	0.852	.0433
	สมรส	2.18	1.31		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.00	1.82		
24. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบประเมินตรวจสอบและติดตามสรุปผลกระทบทางด้าน การให้บริการตลาดน้ำ	โสด	2.15	1.06	0.480	0.622
	สมรส	1.84	1.00		
	หย่าร้าง/ม่าย	1.75	0.95		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.16	1.18	0.666	0.527

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกสถานภาพโดยรวม พบว่า Sig = 0.527 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมโดยรวมด้านต่างๆจำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรตาม	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	โสด	2.61	1.12	0.422	0.658
	สมรส	2.52	1.03		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.05	1.46		
2.การมีส่วนร่วมในการวางแผน	โสด	2.39	0.88	0.300	0.742
	สมรส	2.23	0.90		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.55	1.00		
3.การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	โสด	2.55	0.92	0.695	0.504
	สมรส	2.32	0.93		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.84	1.05		
4.การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	โสด	2.11	0.96	0.221	0.803
	สมรส	2.01	1.09		
	หย่าร้าง/ม่าย	2.37	1.10		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าสถานภาพที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยมีส่วนร่วมในด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และด้านการติดตามและประเมินผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหาจำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาดน้ำ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.69	1.32	0.293	0.748
	ปริญญาตรี	2.41	1.18		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.50	2.12		
2.การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.92	1.32	1.154	0.324
	ปริญญาตรี	2.45	1.26		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.70		
3.ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหาในชุมชน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.65	1.26	1.177	0.317
	ปริญญาตรี	2.18	1.05		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.00	1.41		
4.ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.76	1.21	0.987	0.380
	ปริญญาตรี	2.31	0.99		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.50	0.70		
5.ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.84	1.34	2.664	0.080
	ปริญญาตรี	2.22	1.51		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	1.41		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.73	1.25	1.26	0.369

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามการศึกษาโดยรวม พบว่า Sig = 0.369 แสดงว่าการศึกษาที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันตามการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนจำแนกตามการศึกษา

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
6.ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.38	1.35	2.42	0.099
	ปริญญาตรี	2.13	0.88		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00		
7.ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.23	1.21	4.57	0.015*
	ปริญญาตรี	2.09	0.92		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.70		
8.ท่านมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำไทรน้อย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.11	1.14	2.060	0.139
	ปริญญาตรี	1.95	0.89		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.70		
9.ท่านมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำไทรน้อย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.88	1.07	0.636	0.534
	ปริญญาตรี	1.77	0.61		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.50	0.71		
10.ท่านมีส่วนในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.96	1.14	4.524	0.016*
	ปริญญาตรี	1.72	0.88		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.58	0.81	2.84	0.160

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน จำแนกตามสถานภาพ โดยรวมพบว่า Sig = 0.160 แสดงว่าสถานภาพต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างไปตามระดับการศึกษา

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของ

สมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก Sig = 0.015 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา พ่อค้าแม่ค้าที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 2.23 พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีการศึกษาปริญญาตรี 2.09 ตามลำดับ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ Sig = 0.016 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา พ่อค้าแม่ค้าที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 1.96 พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีการศึกษาปริญญาตรี 1.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้าน
ดำเนินงาน/ปฏิบัติงานจำแนกตามการศึกษา

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
11. ท่านมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.92	1.23	2.791	0.072
	ปริญญาตรี	1.63	0.78		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	2.12		
12. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.11	1.14	4.983	0.011*
	ปริญญาตรี	2.18	0.91		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.71		
13. ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.38	1.23	1.565	0.220
	ปริญญาตรี	2.09	1.01		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.71		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
14.ท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับความ ต้องการของชุมชน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.31	1.37	0.251	0.779
	ปริญญาตรี	2.09	0.97		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.50	0.71		
15.ท่านมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่นตลาดน้ำ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.46	1.47	0.227	0.798
	ปริญญาตรี	2.36	1.04		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.00	1.41		
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอ ทางเลือกหรือแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.26	1.28	2.194	0.123
	ปริญญาตรี	2.27	0.98		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00		
17.ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอ การปรับปรุงแบบการขายให้เป็น การขายให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.34	1.35	1.527	0.228
	ปริญญาตรี	2.59	1.29		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00		
18.ท่านมีส่วนร่วมในพัฒนา ระบบสาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า ระบบสัญญาณ โทรศัพท์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.04	1.22	1.074	0.350
	ปริญญาตรี	1.86	0.83		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.00	1.41		
19.ท่านมีส่วนร่วมในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวตลาดน้ำ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.69	1.44	0.478	0.623
	ปริญญาตรี	2.95	1.17		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	2.12		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
20. ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์และ ดูแลรักษาความสะอาดในการ พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใน ชุมชน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.92	1.38	1.213	0.306
	ปริญญาตรี	3.09	1.41		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.71		
21. .ท่านมีส่วนร่วมในการให้ การสนับสนุนด้านเงินทุน หรือ อุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.92	1.01	2.129	0.130
	ปริญญาตรี	2.50	0.96		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.50	0.71		
22. ท่านร่วมสอดส่องดูแลความ ปลอดภัยและทรัพย์สิน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.93	1.26	2.690	0.078
	ปริญญาตรี	3.14	1.21		
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.00	0.00		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.41	1.07	1.76	0.031

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/
ปฏิบัติงาน จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า Sig = 0.031 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวม
ไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่แตกต่างไปตามอายุอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการ
ปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่ Sig = 0.011 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่พ่อค้าแม่ค้าที่มีการศึกษาสูงกว่า
ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา พ่อค้าแม่ค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 2.18
พ่อค้าแม่ค้าที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 2.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการติดตามและประเมินผลจำแนกตามสถานภาพ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.31	1.41	2.696	0.078
	ปริญญาตรี	1.95	0.99		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00		
24. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบประเมินตรวจสอบและติดตามสรุปผลกระทบทางด้านการให้บริการตลาดน้ำ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.88	0.99	1.211	0.307
	ปริญญาตรี	1.86	0.99		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.00	1.41		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.50	0.96	1.954	0.193

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทร-น้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า Sig = 0.193 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างไปตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างไปตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.77	1.11	1.325	0.276
	ปริญญาตรี	2.31	1.02		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.10	0.98		
2.การมีส่วนร่วมในการวางแผน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.26	0.99	2.441	0.098
	ปริญญาตรี	2.22	0.72		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.63	0.00		
3.การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.36	1.04	1.806	0.176
	ปริญญาตรี	2.38	0.77		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.63	0.25		
4.การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.09	1.07	2.251	0.117
	ปริญญาตรี	1.90	0.95		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.70		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยมีส่วนร่วมในด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และ ด้านการติดตามและประเมินผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมด้านการรับทราบปัญหาจำแนกตามรายได้

ด้านการรับทราบปัญหา	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมปรึกษาหารือเรื่องปัญหาในตลาคน้ำ	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.89	1.28	2.48	0.073
	10,001 – 25,000 บาท	2.47	1.16		
	25,001 – 40,000 บาท	1.57	1.13		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.33	1.15		
2.การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติ	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.00	1.29	0.761	0.522
	10,001 – 25,000 บาท	2.76	1.22		
	25,001 – 40,000 บาท	1.85	1.21		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.00	1.73		
3.ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหาในชุมชน	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.63	1.12	0.761	0.522
	10,001 – 25,000 บาท	2.47	1.21		
	25,001 – 40,000 บาท	1.85	1.21		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.66	1.52		
4.ท่านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.89	1.04	2.79	0.051
	10,001 – 25,000 บาท	2.42	1.12		
	25,001 – 40,000 บาท	1.71	0.95		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.33	1.10		
5.ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.78	1.04	0.702	0.555
	10,001 – 25,000 บาท	2.71	1.12		
	25,001 – 40,000 บาท	2.00	0.95		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.33	0.57		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.58	1.16	1.49	0.345

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาคน้ำไทรน้อย ด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา จำแนกตามรายได้ โดยรวม พบว่า Sig = 0.345 แสดงว่ารายได้ที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างไปตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ทุกด้านมีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมด้านการวางแผนจำแนกตามรายได้

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
6.ท่านมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์น้ำใทรน้อย	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.78	1.35	1.834	0.154
	10,001 – 25,000 บาท	2.00	0.89		
	25,001 – 40,000 บาท	2.00	1.41		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.67	0.57		
7.ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก/การคัดเลือกสมาชิก	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.36	1.16	0.125	0.945
	10,001 – 25,000 บาท	2.23	1.09		
	25,001 – 40,000 บาท	2.14	1.67		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.00	0.00		
8.ท่านมีส่วนร่วมในการร่างนโยบายการบริหารงานตลาดน้ำใทรน้อย	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.42	1.26	1.018	0.394
	10,001 – 25,000 บาท	1.90	.768		
	25,001 – 40,000 บาท	1.66	1.29		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.10	0.57		
9.ท่านมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบปฏิบัติของตลาดน้ำใทรน้อย	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.15	0.95	1.459	0.238
	10,001 – 25,000 บาท	1.66	0.85		
	25,001 – 40,000 บาท	1.85	0.69		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		
10.ท่านมีส่วนในการวางแผนการบริหารงานตลาดน้ำ	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.15	1.16	0.649	0.588
	10,001 – 25,000 บาท	1.81	0.98		
	25,001 – 40,000 บาท	2.00	1.41		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.03	0.92	1.017	0.464

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน จำแนกตามรายได้ โดยรวม พบว่า Sig = .464 แสดงว่ารายได้ที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันตามรายได้

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่าทุกด้านมีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงานจำแนกตามรายได้

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
11. ท่านมีส่วนร่วมในการคัดเลือก พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาสินค้า	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.26	1.32	1.543	0.216
	10,001 – 25,000 บาท	1.57	0.74		
	25,001 – 40,000 บาท	1.85	1.46		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		
12. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.26	0.99	0.122	0.947
	10,001 – 25,000 บาท	2.19	1.16		
	25,001 – 40,000 บาท	2.42	1.61		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.00	0.00		
13. ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.37	1.21	0.273	0.845
	10,001 – 25,000 บาท	2.38	1.11		
	25,001 – 40,000 บาท	2.00	1.29		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.00	1.00		
14. ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของชุมชน	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.42	1.38	0.937	0.431
	10,001 – 25,000 บาท	2.28	1.10		
	25,001 – 40,000 บาท	1.57	0.78		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.00	1.00		

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
15.ท่านมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์วัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่นตลาคน้ำ	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.73	1.59	0.540	0.657
	10,001 – 25,000 บาท	2.23	1.09		
	25,001 – 40,000 บาท	2.28	1.11		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.33	0.57		
16. ท่านมีส่วนร่วมในการ เสนอทางเลือกหรือแนว ทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.42	1.16	0.113	0.952
	10,001 – 25,000 บาท	2.33	1.23		
	25,001 – 40,000 บาท	2.28	1.25		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.00	1.00		
17.ท่านมีส่วนร่วมในการ เสนอการปรับปรุงแบบการ ขายให้เป็นการขายให้ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.63	1.42	1.116	0.352
	10,001 – 25,000 บาท	2.33	1.11		
	25,001 – 40,000 บาท	3.14	1.77		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.66	0.57		
18.ท่านมีส่วนร่วมใน พัฒนาระบบสาธารณูป- โภค ประปา ไฟฟ้า ระบบ สัญญาณโทรศัพท์	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.10	1.10	0.658	0.582
	10,001 – 25,000 บาท	2.09	1.09		
	25,001 – 40,000 บาท	1.71	1.11		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		
19.ท่านมีส่วนร่วมในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาคน้ำ	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.73	1.41	0.203	0.894
	10,001 – 25,000 บาท	2.90	1.26		
	25,001 – 40,000 บาท	2.71	1.60		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.33	1.15		

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
20. ท่านมีส่วนร่วมใน และดูแลรักษาความ สะอาดในการพัฒนา สถานที่ท่องเที่ยวใน ชุมชน	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.05	1.43	0.072	0.975
	10,001 – 25,000 บาท	3.00	1.41		
	25,001 – 40,000 บาท	3.28	1.60		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.00	1.00		
21. .ท่านมีส่วนร่วมใน การให้การสนับสนุนด้าน เงินทุน หรืออุปกรณ์ใน การดำเนินกิจกรรมด้าน การท่องเที่ยวในชุมชน	น้อยกว่า 10,000 บาท	1.94	0.97	0.736	0.536
	10,001 – 25,000 บาท	2.33	1.11		
	25,001 – 40,000 บาท	2.28	0.95		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.66	0.57		
22. ท่านเคยร่วมสอดส่อง ดูแลความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สินแก่ นักท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.68	1.20	1.462	0.247
	10,001 – 25,000 บาท	3.28	1.18		
	25,001 – 40,000 บาท	3.71	1.38		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.00	1.73		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.38	1.17	0.648	0.636

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/
ปฏิบัติงาน จำแนกตามรายได้โดยรวม พบว่า Sig = 0.636 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่
แตกต่างกันไปตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ทุกด้านที่มีการแสดงมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างกันตามรายได้
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบของระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งด้านการติดตามและประเมินผลจำแนกตามรายได้

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
23. ท่านมีส่วนในการจัดให้มีการตั้งตู้รับฟังความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลสมาชิกชุมชนในเรื่องต่างๆ	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.21	1.13	0.739	0.534
	10,001 – 25,000 บาท	2.42	1.39		
	25,001 – 40,000 บาท	2.00	1.41		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		
24. ท่านมีส่วนร่วมในการทำแบบประเมินตรวจสอบและติดตามสรุปผลกระทบด้านการให้บริการตลาดน้ำ	น้อยกว่า 10,000 บาท	1.89	0.93	0.638	0.594
	10,001 – 25,000 บาท	2.09	1.09		
	25,001 – 40,000 บาท	1.71	1.11		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		1.87	1.03	0.688	0.564

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล จำแนกตามรายได้โดยรวม พบว่า Sig = 0.564 แสดงว่าการมีส่วนร่วมโดยรวมไม่แตกต่างไปตามรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ทุกด้านที่มีการมีส่วนร่วมที่ไม่แตกต่างไปตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมโดยรวมจำแนกตามรายได้

ตัวแปรตาม	รายได้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
1.การมีส่วนร่วม ในการรับทราบ/ ศึกษาปัญหา	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.84	1.04	1.775	0.165
	10,001 – 25,000 บาท	2.57	1.04		
	25,001 – 40,000 บาท	1.80	1.10		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.93	1.10		
2.การมีส่วนร่วม ในการวางแผน	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.40	0.99	0.184	0.907
	10,001 – 25,000 บาท	2.26	0.84		
	25,001 – 40,000 บาท	2.26	1.04		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.01	0.36		
3.การมีส่วนร่วม ในการดำเนินการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.44	1.04	0.033	0.992
	10,001 – 25,000 บาท	2.44	0.90		
	25,001 – 40,000 บาท	2.38	1.01		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.27	0.55		
4.การมีส่วนร่วม ในการติดตาม และประเมินผล	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.05	0.88	0.823	0.488
	10,001 – 25,000 บาท	2.26	1.16		
	25,001 – 40,000 บาท	1.85	1.21		
	มากกว่า 40,000 บาท	1.33	0.57		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่ารายได้ที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
ไพร่น้อยมีส่วนร่วมในด้านการรับทราบ/ศึกษาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และ
ด้านการติดตามและประเมินผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไพร่น้อยไม่แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ

4.1.4 สรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดำเนินการเปรียบเทียบ โดยลำดับตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ตามปัจจัยส่วนบุคคล คือ ระยะเวลาพำนัก เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน พบว่าพ่อค้า แม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีระยะเวลาพำนักที่ต่างกัน จะมีระดับการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันในด้านมีส่วนในการวางแผนและการมีส่วนร่วมในการดำเนินการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆ จะมีระดับการมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และ ด้านการติดตามและประเมินผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกัน สามารถสรุปเป็นตารางเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนดังนี้

ตารางที่ 4.38 สรุปภาพรวมผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านการมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดังนี้

ลักษณะ ส่วนบุคคล	การมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อยอย่างยั่งยืน			
	การรับทราบ/ ศึกษาปัญหา	การวางแผนการ บริหารงาน	การดำเนินการ บริหารงาน	ติดตาม/ ประเมินผล
ระยะเวลาพำนัก	X	√	√	X
เพศ	X	X	X	X
อายุ	X	X	X	X
สถานภาพสมรส	X	X	X	X
ระดับการศึกษา	X	X	X	X
รายได้ต่อเดือน	X	X	X	X

หมายเหตุ. เครื่องหมาย √ = แตกต่างกัน เครื่องหมาย X = ไม่แตกต่างกัน

4.1.5 ผลการสัมภาษณ์ประชาชนชุมชนตลาดน้ำไทรน้อย

จากผลการวิจัยพบว่า พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนและการติดตามประเมินผล อยู่ในระดับน้อย จากการสัมภาษณ์ นายประสิทธิ์ บุญเฉย (23 ตุลาคม 2558) ซึ่งเป็นประธานประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย พบว่า

ด้านการวางแผน จะเป็นการวางแผนดำเนินการโดยประธานประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย และ มีการปรึกษาหารือกับทางคณะกรรมการ โดยจะมีการเสนอนโยบาย หรือแผนงานต่าง ๆ ให้กับพ่อค้าแม่ค้ารับทราบซึ่งจะมีการรับฟังความคิดเห็นและพูดคุยกันในที่ประชุม โดยจะมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง ด้วยเหตุนี้การมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าจึงไม่ได้มีบทบาทในด้านการวางแผนมากนักหากแต่เป็นเพียงการรับฟัง รับทราบ และ แสดงความคิดเห็นในแผนงานที่ได้วางไว้แล้ว หรือมีข้อโต้แย้งหลังจากที่ได้มีการปฏิบัติงานแล้วไม่เหมาะสมหรือไม่เป็นไปตามที่แจ้งไว้ก่อนหน้า

ด้านการติดตามและประเมินผล ทางตลาดน้ำจะมีการตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ และ รับข้อร้องเรียน หรือ รับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำทุกวันซึ่งสามารถติดต่อแจ้งเหตุ แจ้งปัญหาได้ โดยตลอดไม่ว่าจะเป็นการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว หรือเป็นการแจ้งปัญหาจากพ่อค้าแม่ค้า โดยทางคณะกรรมการจะทำหน้าที่ในการตรวจสอบและหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา ต่างๆ เหล่านั้นให้กับผู้ที่มาแจ้งได้ทราบ ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าจะไม่ได้เข้าร่วมดำเนินการในการแก้ไขปัญหา เหล่านี้มากนัก ยกเว้นทางด้าน การพัฒนาตลาดน้ำในด้านสถานที่ ทักษะคุณภาพ การรณรงค์ด้านขยะสิ่งปฏิกูล การรณรงค์ด้านการประหยัดน้ำและ ไฟฟ้าซึ่งเป็นการดำเนินการปฏิบัติโดยพ่อค้าแม่ค้า โดยตรงและส่งผลโดยตรงกับพ่อค้าแม่ค้าเหล่านั้น เพราะจะสามารถติดตามและทราบผลดำเนินการได้จากบิลค่าน้ำ ค่าไฟ และ ความสะอาดของสถานที่ เป็นต้น

4.2 ทักษะคตินักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร

การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี จำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 400 คน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

รายการ	จำนวน (N= 50)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	176	44
หญิง	224	56

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (N= 400)	ร้อยละ
อายุ (ปี)		
20-24 ปี	50	12.5
25 – 34 ปี	72	18
35 – 44 ปี	128	32
45 - 54 ปี	97	24
55 ปีขึ้นไป	53	13
สถานภาพ		
โสด	153	38.3
สมรส	193	48.3
หย่าร้าง /ม่าย	54	13.5
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	191	47.8
ปริญญาตรี	183	45.8
สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.5
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	48	12
พนักงานบริษัทเอกชน	148	37
ธุรกิจส่วนตัว	55	13.8
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	72	18
แม่บ้าน	59	14.8
ว่างงาน/ เกษียณอายุ	18	4.5

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (N= 400)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	111	27.8
10,001 – 25,000 บาท	195	48.8
25,001 – 40,000 บาท	68	17
40,001 บาทขึ้นไป	26	6.5
การเดินทางมาของนักท่องเที่ยว		
มาคนเดียว	90	22.5
มากับครอบครัว	205	51.2
มากับเพื่อน	63	15.8
มากับคนรู้จัก หรือแฟน	42	10.5

จากตารางที่ 4.39 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย ทั้งหมด 400 คน จำแนกตามเพศ พบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือเพศชายจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 45 -54 ปีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อยู่ในช่วงอายุ 25 – 34ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และ ในช่วงอายุ 20 -24 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมามีสถานภาพโสดจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และสถานภาพหย่าร้าง / ม่าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมามีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 มีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 นักเรียน นักศึกษาจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และว่างงาน

เกษียณอายุจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รายได้ 25,000 – 40,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และ รายได้ 40,001 ขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมา เป็นครอบครัว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา เดินทางมาคนเดียว จำนวน 90 คน คิด เป็นร้อยละ 22.5 เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ มากับคนรู้จักหรือ แฟน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.40 แสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน) ใช่	ร้อยละ	จำนวน (คน) ไม่ใช่	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การเดินทาง				
ซื้ออาหารผักผลไม้ และขนม	384	96	16	4
สักการะหลวงพ่อทองคำ	331	82.8	69	17.3
รับประทานอาหารในแพ	306	76.5	94	23.5
ซื้อสินค้าทางการเกษตร	81	20.3	319	79.8
ท่องเที่ยวศึกษาชีวิตความเป็นอยู่	30	7.5	370	92.5
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	63	15.8	337	84.3
การได้ทำบุญ ปล่อยนก ปล่อยปลา	284	71	116	29

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน) ใช่	ร้อยละ	จำนวน (คน) ไม่ใช่	ร้อยละ
การรับข่าว/ข้อมูล				
สื่อมวลชน / โทรทัศน์ / หนังสือพิมพ์	56	14	344	86
อินเทอร์เน็ต	99	24.8	300	17.3
ตัวแทนการท่องเที่ยว/บริษัททัวร์	28	7	370	92.5
เพื่อน	271	67.8	129	32.3
ญาติ / พ่อแม่	223	55.8	177	44.3
ปัจจัยที่อยากกลับมาเที่ยวอีก				
ความสวยงามของตลาดน้ำ	195	48.8	205	51.2
อาหารการกิน	332	83	68	17
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	300	75	100	25
ราคาประหยัด/คุ้มค่า	122	30.5	277	69.5
กิจกรรมการท่องเที่ยว	81	20.3	319	79.8
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่	78	19.5	322	80.5
อสังหาริมทรัพย์/อสังหาริมทรัพย์	176	44	224	56
การได้มาทำบุญที่วัดไพรใหญ่	313	78.3	87	21.7

จากตารางที่ 4.40 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไพรน้อย จำนวน 400 คน เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไพรน้อยมีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมากซื้ออาหาร ผักผลไม้ และขนม มากที่สุด จำนวน 384 คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาคือวัตถุประสงค์เพื่อมาสักการะหลวงพ่อทองคำ จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 วัตถุประสงค์เพื่อรับประทานอาหารในแพ จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 วัตถุประสงค์ในการทำบุญ ปล่อยนกปล่อยปลา จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71 วัตถุประสงค์เพื่อการซื้อสินค้าทางการเกษตร จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 วัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ วัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ชุมชน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลมาจากเพื่อนจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาค่านำเสนอจากญาติ / พ่อแม่ จำนวน 223 คิด

เป็นร้อยละ 55.8 ทราบข้อมูลมาจากทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ทราบข้อมูลจาก สื่อมวลชน/ทีวี/หนังสือพิมพ์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และจากตัวแทนการท่องเที่ยว/บริษัททัวร์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวอีกเพราะได้มาซื้ออาหารการกิน จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมาเดินทางมาอีกเพราะได้มาทำบุญที่วัดไตรใหญ่ จำนวน 313 คน เดินทางมาอีกเพราะความสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75 เดินทางมาอีกเพราะความสวยงามของตลาคน้ำจำนวน 195 คนคิดเป็นร้อยละ 48.8 เดินทางมาอีกเพราะอรรถาศัยไมตรีพ่อค้าแม่ค้า จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 เดินทางมาอีกเพราะราคาประหยัด/คุ้มค่า จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เดินทางมาอีกเพราะกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 20.3 และเดินทางมาอีกเพราะความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาคน้ำไทรน้อย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาคน้ำไทรน้อยในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการกำหนดระดับการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมายจัดอยู่ในอันดับ
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.41 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	(SD)	การแปลผล
1.ความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำไทรน้อย	3.53	0.76	ดี
2.ป้ายบอกทางมีจำนวนมากและชัดเจน	3.36	0.69	ปานกลาง
3.สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการนักท่องเที่ยว	3.43	0.67	ดี
4.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ	3.38	0.66	ปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.43	0.69	ดี

จากตารางที่ 4.41 แสดงระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านการเดินทางการเข้าถึงแหล่งของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.43

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำไทรน้อยอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาแสดงทัศนคติต่อด้านสถานที่จอดรถอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 แสดงทัศนคติต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายบอกทาง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 และ 3.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงทัศนคติต่อด้านสถานที่ของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1.ตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ	3.28	0.64	ปานกลาง
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.23	0.63	ปานกลาง
3. การจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว	3.32	0.58	ปานกลาง
4.ขนาดของแพริมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว	3.32	0.61	ปานกลาง
5.ทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม	3.18	0.59	ปานกลาง
6.บรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน	3.17	0.65	ปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.25	0.62	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.42 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย ต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.25

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการจัดสถานที่วางขายสวยงาม น่าเดินเที่ยว และต่อขนาดของแพริมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.32 รองลงมาเป็นทัศนคติต่อความน่าสนใจของตลาดน้ำไทรน้อยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 ทัศนคติต่อสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.23 ทัศนคติต่อทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18 และทัศนคติต่อบรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ ทำให้เกิดความเพลิดเพลินอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวในด้านคุณภาพสินค้าและราคา

ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปรผล
1. ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ	3.19	0.67	พอใช้
2. มีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น	3.17	0.69	พอใช้
3. มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก	3.15	0.62	พอใช้
4. อาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม	3.17	0.61	พอใช้
5. แพ็กและผลไม้สดจากสวนที่นำมาจำหน่ายมีความสดใหม่	3.13	0.64	พอใช้
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.16	0.65	พอใช้

จากตารางที่ 4.43 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย ในด้านคุณภาพสินค้าและราคา จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติในด้านคุณภาพสินค้าและราคาอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.16

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสดงทัศนคติในด้านราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.19 รองลงมาเป็นด้านสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น และอาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม อยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.17 ด้านมีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมากอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.15 และ ด้านแพ็กและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่อยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง

ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	(SD)	ระดับความคิดเห็น
1.ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยว. ไทรน้อย	3.18	0.62	พอใช้
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา, จักรยาน	3.23	0.63	พอใช้
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	3.26	0.59	พอใช้
4.พ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	3.19	0.63	พอใช้
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.21	0.62	พอใช้

จากตารางที่ 4.44 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยในด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางจำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติในด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาเที่ยวอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.21

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติในด้านกิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่นในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมามีทัศนคติในด้าน ความหลากหลายของกิจกรรมอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.23 ด้านอัธยาศัยไมตรีของพ่อค้าแม่ค้าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19 และด้านความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยวอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

4.2.4 การเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เราจำเป็นต้องทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำไทรน้อยซึ่งทางผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อตลาดน้ำไทรน้อยแตกต่างกัน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ใช้สถิติของ T - Test , F-Test (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
1.ความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำไทรน้อย	ชาย	3.56	0.84	0.692	0.233
	หญิง	3.51	0.71	0.678	
2.ป้ายบอกทางมีจำนวนมากและชัดเจน	ชาย	3.47	0.68	1.152	0.710
	หญิง	3.39	0.67	1.150	
3.สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการนักท่องเที่ยว	ชาย	3.39	0.68	0.835	0.702
	หญิง	3.34	0.70	0.837	
4.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเก้าอี้ ไม้ นั่ง ห้องน้ำ	ชาย	3.41	0.67	0.726	0.416
	หญิง	3.36	0.66	0.725	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.43	0.70	0.886	0.515

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.515 แสดงว่านักท่องเที่ยวมี ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างไปตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการแสดงทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางไม่แตกต่างไปตามเพศ

ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
1.ตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ	ชาย	3.25	0.61	1.037	0.181
	หญิง	3.32	0.66	1.048	
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	ชาย	3.22	0.67	0.391	0.988
	หญิง	3.24	0.62	0.387	
3. การจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว	ชาย	3.17	0.62	1.309	0.364
	หญิง	3.19	0.57	1.288	
4.ขนาดของแฟรึมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว	ชาย	3.28	0.67	1.121	0.011*
	หญิง	3.35	0.54	1.093	
5.ทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม	ชาย	3.17	0.62	0.265	0.291
	หญิง	3.19	0.57	0.262	
6.บรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน	ชาย	3.20	0.73	0.793	0.003*
	หญิง	3.15	0.60	0.776	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.23	0.62	0.716	0.306

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านสถานที่ท่องเที่ยวจำแนกตามเพศโดยรวมพบว่า Sig = 0.306 เพศที่ต่างกันมีการแสดงการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านขนาดของแฟรึมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว Sig = 0.011 โดยเพศหญิง มีแสดงทัศนคติที่มากกว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.35 และ 3.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคาจำแนกตามเพศ

ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
1. ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ	ชาย	3.17	0.68	0.578	0.857
	หญิง	3.21	0.66	0.576	
2. มีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น	ชาย	3.18	0.67	0.236	0.599
	หญิง	3.16	0.72	0.238	
3. มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก	ชาย	3.22	0.72	2.21	0.000*
	หญิง	3.08	0.52	2.12	
4. อาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม	ชาย	3.20	0.65	0.775	0.138
	หญิง	3.15	0.58	0.766	
5. แพ็กและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่	ชาย	3.17	0.70	0.913	0.023*
	หญิง	3.11	0.58	0.893	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.16	0.65	0.931	0.162

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรีมีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามเพศ โดยรวมพบว่า Sig = 0.162 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคาไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ทัศนคติต่อสินค้าที่มีให้เลือกเป็นจำนวนมาก Sig = 0.00 โดยเพศชาย มีการแสดงทัศนคติที่มากกว่าเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.22 และ 3.08 ตามลำดับ ทัศนคติต่อผักและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่ Sig = 0.023 โดยเพศชาย มีการแสดงทัศนคติที่มากกว่าเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง
จำแนกตามเพศ

ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจ ในการเดินทาง	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
1.ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำ เที่ยวอ.ไทรน้อย	ชาย	3.19	0.71	0.374	0.002*
	หญิง	3.16	0.54	0.363	
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา, ขี่จักรยาน	ชาย	3.24	0.61	0.404	0.635
	หญิง	3.21	0.64	0.407	
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์ เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	ชาย	3.28	0.59	0.713	0.458
	หญิง	3.24	0.60	0.714	
4.พ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมีอัธยาศัย ไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	ชาย	3.19	0.64	0.248	0.383
	หญิง	3.18	0.62	0.247	
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.21	0.62	0.434	0.369

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่
ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี มีทัศนคติต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง
จำแนกตามเพศ โดยรวมพบว่า Sig = 0.369 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูด
ใจในการเดินทาง ไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามเพศ ที่มี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยวอ.ไทรน้อย
Sig = 0.002 โดยเพศชาย มีการแสดงทัศนคติที่มากกว่าเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.19 และ 3.16ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติโดยรวมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D	T	Sig.
1.ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและ สิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	3.46	0.52	1.141	0.755
	หญิง	3.40	0.51	1.140	
2.ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ชาย	3.22	0.46	0.297	0.357
	หญิง	3.20	0.42	0.295	
3.ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	ชาย	3.23	0.48	0.154	0.398
	หญิง	3.22	0.45	0.153	
4.ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจใน การเดินทาง	ชาย	3.20	0.48	0.073	0.234
	หญิง	3.20	0.45	0.073	

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทัศนคติต่อสินค้าและราคา และ ทัศนคติต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ

ทัศนคติด้านการเดินทาง คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความสะดวกในการเดินทาง ตลาดน้ำไทรน้อย	20 – 24 ปี	3.48	0.91	1.398	0.234
	25 – 34 ปี	3.52	0.93		
	35 – 44 ปี	3.52	0.75		
	45 – 54 ปี	3.67	0.61		
	55 ปีขึ้นไป	3.37	0.65		

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
2. ป้ายบอกทางมีจำนวนมากและ ชัดเจน	20 – 24 ปี	3.50	.097	0.684	0.603
	25 – 34 ปี	3.43	.068		
	35 – 44 ปี	3.46	.062		
	45 – 54 ปี	3.41	.064		
	55 ปีขึ้นไป	3.30	.050		
3. สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับ ความต้องการนักท่องเที่ยว	20 – 24 ปี	3.54	.76	3.202	.013*
	25 – 34 ปี	3.20	.87		
	35 – 44 ปี	3.41	.58		
	45 – 54 ปี	3.24	.61		
	55 ปีขึ้นไป	3.51	.69		
4. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ	20 – 24 ปี	3.56	1.03	3.598	.007*
	25 – 34 ปี	3.15	.43		
	35 – 44 ปี	3.43	.62		
	45 – 54 ปี	3.36	.61		
	55 ปีขึ้นไป	3.47	.61		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.43	.70	2.22	.214

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่
ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ทัศนคติต่อการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก
จำแนกเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.214 แสดงว่านักท่องเที่ยวมี ทัศนคติต่อการเดินทาง
คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่แสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามอายุ ที่มี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ทัศนคติต่อสถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการ
นักท่องเที่ยว Sig = 0.013 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย

3.54 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.51 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.41 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.24 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ ทักษะติดต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แก้วน้ำ ม้านั่ง ห้องน้ำ Sig = 0.007 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.47 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.43 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.36 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ	20 – 24 ปี	3.62	0.85	6.144	0.000*
	25 – 34 ปี	3.16	0.62		
	35 – 44 ปี	3.36	0.67		
	45 – 54 ปี	3.17	0.47		
	55 ปีขึ้นไป	3.15	0.45		
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	20 – 24 ปี	3.38	0.63	1.297	0.271
	25 – 34 ปี	3.21	0.67		
	35 – 44 ปี	3.17	0.64		
	45 – 54 ปี	3.18	0.61		
	55 ปีขึ้นไป	3.32	0.61		
3. การจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว	20 – 24 ปี	3.36	0.74	1.235	0.296
	25 – 34 ปี	3.44	0.64		
	35 – 44 ปี	3.28	0.54		
	45 – 54 ปี	3.26	0.44		
	55 ปีขึ้นไป	3.35	0.65		

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

ทัศนคติด้านสถานที่ ท่องเที่ยว	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4.ขนาดของแพริมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับ นักท่องเที่ยว	20 – 24 ปี	3.54	0.76	1.916	0.107
	25 – 34 ปี	3.29	0.68		
	35 – 44 ปี	3.29	0.56		
	45 – 54 ปี	3.26	0.44		
	55 ปีขึ้นไป	3.32	.67		
5.ทัศนียภาพและการตกแต่ง สถานที่ที่มีความสวยงาม	20 – 24 ปี	3.38	0.69	2.798	0.026*
	25 – 34 ปี	3.21	0.62		
	35 – 44 ปี	3.08	0.56		
	45 – 54 ปี	3.14	0.49		
	55 ปีขึ้นไป	3.28	0.63		
6.บรรยากาศและความร่มรื่น ของสถานที่ ทำให้เกิดความ เพลิดเพลิน	20 – 24 ปี	3.32	0.74	1.536	0.191
	25 – 34 ปี	3.26	0.83		
	35 – 44 ปี	3.16	0.69		
	45 – 54 ปี	3.10	0.42		
	55 ปีขึ้นไป	3.07	0.54		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.27	0.62	2.48	0.148

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่
ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ต่อสถานที่ท่องเที่ยวจำแนกตามอายุโดยรวม พบว่า Sig =
0.148 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่แตกต่างกันตามเพศ ที่มี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ Sig = 0.000 โดยมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยว
ที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.36 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.17

นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.16 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ ทศนคติต่อทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม Sig = 0.026 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.28 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.21 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.14 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามอายุ

ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ	20 – 24 ปี	3.48	0.95	3.004	0.018*
	25 – 34 ปี	3.23	0.79		
	35 – 44 ปี	3.13	0.69		
	45 – 54 ปี	3.12	0.36		
	55 ปีขึ้นไป	3.13	0.52		
2. มีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น	20 – 24 ปี	3.36	0.89	1.405	0.232
	25 – 34 ปี	3.08	0.76		
	35 – 44 ปี	3.19	0.68		
	45 – 54 ปี	3.11	0.51		
	55 ปีขึ้นไป	3.16	0.69		
3. มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก	20 – 24 ปี	3.38	0.72	2.271	0.061
	25 – 34 ปี	3.06	0.71		
	35 – 44 ปี	3.12	0.68		
	45 – 54 ปี	3.10	0.30		
	55 ปีขึ้นไป	3.18	0.62		
4. อาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม	20 – 24 ปี	3.48	0.83	4.669	0.001*
	25 – 34 ปี	3.08	0.52		
	35 – 44 ปี	3.07	0.56		
	45 – 54 ปี	3.21	0.46		
	55 ปีขึ้นไป	3.20	0.76		

ตารางที่ 4.52 (ต่อ)

5.ผักและผลไม้สดจากสวนที่ ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสด ใหม่	20 – 24 ปี	3.38	0.77	3.338	0.011*
	25 – 34 ปี	3.05	0.52		
	35 – 44 ปี	3.04	0.65		
	45 – 54 ปี	3.12	0.56		
	55 ปีขึ้นไป	3.26	0.68		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.18	0.65	2.937	0.064

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามอายุ โดยรวมพบว่า Sig = 0.064 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา ไม่แตกต่างกันไปตามอายุ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามอายุ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทัศนคติต่อราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ Sig = 0.018 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.28 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.21 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.14 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ ทัศนคติต่อความอร่อยของรสชาติอาหาร สด สะอาด ราคายุติธรรม Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.21 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.20 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.08 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ ทัศนคติต่อผักและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.26 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.12 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.05 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง
จำแนกตามอายุ

ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่ง ดึงดูดใจในการเดินทาง	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความน่าสนใจของโปรแกรม การนำเที่ยวว.ไทรน้อย	20 – 24 ปี	3.36	0.77	2.143	.075
	25 – 34 ปี	3.19	0.59		
	35 – 44 ปี	3.10	0.61		
	45 – 54 ปี	3.12	0.52		
	55 ปีขึ้นไป	3.28	0.66		
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา,ขี่จักรยาน	20 – 24 ปี	3.40	0.75	4.397	0.002*
	25 – 34 ปี	3.34	0.65		
	35 – 44 ปี	3.07	0.59		
	45 – 54 ปี	3.19	0.51		
	55 ปีขึ้นไป	3.35	0.65		
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์ เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	20 – 24 ปี	3.42	0.81	3.373	0.010*
	25 – 34 ปี	3.23	0.52		
	35 – 44 ปี	3.29	0.56		
	45 – 54 ปี	3.09	0.50		
	55 ปีขึ้นไป	3.35	0.65		
4.พ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมี อัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	20 – 24 ปี	3.54	0.81	7.343	0.000*
	25 – 34 ปี	3.04	0.54		
	35 – 44 ปี	3.29	0.61		
	45 – 54 ปี	3.09	0.53		
	55 ปีขึ้นไป	3.35	0.61		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		2.91	0.62	4.314	0.022*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามเพศ โดยรวมพบว่า Sig = 0.022 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง แตกต่างกันไปตามอายุ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามอายุ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทัศนคติต่อความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา, ขี่จักรยาน Sig = 0.002 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.35 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.34 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.19 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ ทัศนคติต่อกิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น Sig = 0.010 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.35 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.29 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.23 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับ ทัศนคติต่อพ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.35 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.29 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.09 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.04 และ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยรวมจำแนกตามอายุ

ตัวแปรตาม	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D	F	Sig.
1.ทัศนคติด้านการเดินทาง คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	20 – 24 ปี	3.52	0.73	1.141	0.337
	25 – 34 ปี	3.32	0.54		
	35 – 44 ปี	3.45	0.47		
	45 – 54 ปี	3.42	0.45		
	55 ปีขึ้นไป	3.42	0.52		

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D	F	Sig.
2.ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	20 – 24 ปี	3.42	0.54	4.067	0.003*
	25 – 34 ปี	3.19	0.48		
	35 – 44 ปี	3.15	0.41		
	45 – 54 ปี	3.15	0.36		
	55 ปีขึ้นไป	3.26	0.40		
3.ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	20 – 24 ปี	3.44	0.68	3.583	0.007*
	25 – 34 ปี	3.22	0.50		
	35 – 44 ปี	3.19	0.44		
	45 – 54 ปี	3.16	0.25		
	55 ปีขึ้นไป	3.21	0.45		
4.ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	20 – 24 ปี	3.41	0.61	3.725	0.005*
	25 – 34 ปี	3.15	0.47		
	35 – 44 ปี	3.17	0.42		
	45 – 54 ปี	3.13	0.34		
	55 ปีขึ้นไป	3.28	0.53		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 พบว่าอายุที่ต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย ในทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา และ ทัศนคติต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากความแตกต่างที่พบสามารถนำเสนอตารางการเปรียบเทียบโดยใช้ LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.55 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่กับความแตกต่างด้านอายุโดยใช้ LSD

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20 – 24ปี	55 ปีขึ้นไป	25 – 34 ปี	35 – 44ปี	45 – 54 ปี
		3.42	3.26	3.19	3.16	3.15
20 – 24ปี	3.42		0.156	0.221*	0.265*	0.265*
55 ปีขึ้นไป	3.26			0.605	0.109	0.109
25 – 34 ปี	3.19				0.044	0.044
35 – 44ปี	3.16					0.003
45 – 54 ปี	3.15					

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 แสดงการเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้าน สถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคากับความแตกต่างด้านอายุ โดยใช้ LSD

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20 – 24ปี	25 – 34 ปี	55 ปีขึ้นไป	35 – 44ปี	45 – 54 ปี
		3.45	3.22	3.21	3.19	3.16
20 – 24ปี	3.45		0.226*	0.229*	0.256*	0.287*
25 – 34 ปี	3.22			0.003	0.030	0.061
55 ปีขึ้นไป	3.21				0.026	0.058
35 – 44ปี	3.19					0.031
45 – 54 ปี	3.16					

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้าน คุณภาพสินค้าและราคาโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.57 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางกับความแตกต่างด้านอายุ โดยใช้ LSD

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20 – 24ปี	55 ปีขึ้นไป	35 – 44ปี	25 – 34 ปี	45 – 54 ปี
		3.41	3.28	3.18	3.16	3.14
20 – 24ปี	3.41		0.126	0.232*	0.254*	0.273*
55 ปีขึ้นไป	3.28			0.105	0.127	0.146
35 – 44ปี	3.18				0.021	0.041
25 – 34 ปี	3.16					0.019
45 – 54 ปี	3.14					

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 แสดงการเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้าน กิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปีมีทัศนคติทางด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพ

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความสะดวกในการเดินทางมา ตลาดน้ำไทรน้อย	โสด	3.47	0.87	1.489	0.227
	สมรส	3.60	0.72		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.46	0.57		

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
2.ป้ายบอกทางมีจำนวนมากและ ชัดเจน	โสด	3.54	0.64	6.739	0.001*
	สมรส	3.40	0.68		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.16	0.66		
3.สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับ ความต้องการนักท่องเที่ยว	โสด	3.43	0.64	3.736	0.025*
	สมรส	3.26	0.72		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.50	0.69		
4.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ	โสด	3.38	0.72	0.243	0.785
	สมรส	3.37	0.65		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.44	0.63		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.42	0.68	3.051	0.259

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่
ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี มีทัศนคติต่อการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก
จำแนกสถานภาพโดยรวม พบว่า Sig = 0.259 แสดงว่านักท่องเที่ยวมี ทัศนคติโดยรวมไม่
แตกต่างกันตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตาม
สถานภาพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทัศนคติต่อป้ายบอกทางมีจำนวนมากและ
ชัดเจน Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ย 3.54
รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ย 3.40 และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่า
ร้าง/ ม่าย มีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ ทัศนคติต่อสถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการ
นักท่องเที่ยว Sig = 0.025 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/ ม่าย มี
ค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ย 3.43 และนักท่องเที่ยวที่มี
สถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ	โสด	3.43	0.66	6.833	0.001*
	สมรส	3.21	0.63		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.12	0.51		
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	โสด	3.21	0.62	0.817	0.442
	สมรส	3.21	0.63		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.33	0.67		
3. การจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว	โสด	3.28	0.62	2.798	0.062
	สมรส	3.39	0.54		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.20	0.59		
4.ขนาดของแฟรึมน้ำเหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว	โสด	3.27	0.63	1.293	0.276
	สมรส	3.37	0.56		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.27	0.68		
5.ทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม	โสด	3.11	0.63	2.639	0.073
	สมรส	3.21	0.56		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.31	0.68		
6.บรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน	โสด	3.20	0.69	0.279	0.756
	สมรส	3.16	0.63		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.12	0.67		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.24	0.62	2.443	0.268

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ โดยรวมพบว่า Sig = 0.268 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามสถานภาพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ย 3.21 และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/ หม้าย มีค่าเฉลี่ย 3.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคาจำแนกตามสถานภาพ

ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ	โสด	3.26	0.74	2.242	0.108
	สมรส	3.11	0.63		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.24	0.61		
2. มีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น	โสด	3.18	0.68	1.352	0.260
	สมรส	3.12	0.69		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.29	0.74		
3. มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก	โสด	3.23	0.70	2.431	0.089
	สมรส	3.08	0.58		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.12	0.47		
4. อาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม	โสด	3.18	0.67	0.360	0.698
	สมรส	3.18	0.56		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.11	0.63		
5. ผักและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่	โสด	3.12	0.66	0.090	0.914
	สมรส	3.13	0.59		
	หย่าร้าง/ หม้าย	3.16	0.74		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.17	0.65	1.295	0.414

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี มีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามสถานภาพโดยรวมพบว่า Sig = .414 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา ไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการแสดงทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา ไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามสถานภาพ

ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยวอ.ไทรน้อย	โสด	3.22	0.63	2.900	0.056
	สมรส	3.11	0.58		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.31	0.72		
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา, จักรยาน	โสด	3.20	0.55	3.084	0.047*
	สมรส	3.19	0.62		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.42	0.79		
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	โสด	3.26	0.59	0.042	0.959
	สมรส	3.25	0.61		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.24	0.54		
4.พ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	โสด	3.24	0.61	1.726	0.179
	สมรส	3.12	0.64		
	หย่าร้าง/ม่าย	3.25	0.61		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.23	0.62	1.938	0.310

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตาม

สถานภาพ โดยรวมพบว่า Sig = 0.310 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามสถานภาพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา, จักรยาน Sig = 0.047 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ย 3.20 และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.62 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวโดยรวมกับสถานภาพ

ตัวแปรตาม	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ทัศนคติด้านการเดินทาง คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	โสด	3.46	0.55	0.512	0.600
	สมรส	3.41	0.52		
	หย่าร้าง/หม้าย	3.39	0.45		
2. ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	โสด	3.24	0.43	1.590	0.205
	สมรส	3.17	0.45		
	หย่าร้าง/หม้าย	3.27	0.45		
3. ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	โสด	3.24	0.51	0.170	0.844
	สมรส	3.22	0.44		
	หย่าร้าง/หม้าย	3.20	0.46		
4. ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	โสด	3.21	0.46	0.125	0.883
	สมรส	3.19	0.45		
	หย่าร้าง/หม้าย	3.23	0.51		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 พบว่าสถานภาพที่ต่างกันมีทัศนคติของนักท่องเที่ยว ในด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคาและทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อการเดินทาง คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความสะดวกในการเดินทาง มาตลาดน้ำไทรน้อย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.42	0.78	3.701	0.026*
	ปริญญาตรี	3.62	0.75		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.53	0.62		
2.ป้ายบอกทางมีจำนวนมาก และชัดเจน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.41	0.64	2.801	0.062
	ปริญญาตรี	3.40	0.71		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.73	0.60		
3.สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับ ความต้องการนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.29	0.67	7.333	0.001*
	ปริญญาตรี	3.36	0.69		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.84	0.67		
4.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.31	0.69	5.903	0.003*
	ปริญญาตรี	3.41	0.59		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.76	0.81		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.51	0.68	4.935	0.023*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี มีทัศนคติต่อการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกสถานภาพโดยรวม พบว่า Sig = 0.023 แสดงว่านักท่องเที่ยวมี ทัศนคติโดยรวมแตกต่างไปตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามสถานภาพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทัศนคติต่อความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำไทรน้อย Sig =0.026 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.53 และนักท่องเที่ยวที่

มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ ทศนคติต่อสถานที่จอตรมมีเพียงพอกับความต้องการนักท่องเที่ยวน Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.36 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แก้ว ี่ ม้านั่ง ห้องน้ำ Sig = 0.003 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.41 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยว	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ตลาดน้ำ ไทรน้อยมีความน่าสนใจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.23	0.58	6.096	0.002*
	ปริญญาตรี	3.28	0.62		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.69	0.92		
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.15	0.59	4.238	0.015*
	ปริญญาตรี	3.27	0.67		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.64		
3. การจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.36	0.63	0.933	0.394
	ปริญญาตรี	3.27	0.53		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.63		

ตารางที่ 4.64 (ต่อ)

ทัศนคติด้านสถานที่ ท่องเที่ยว	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4.ขนาดของแพริมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.33	0.58	0.295	0.745
	ปริญญาตรี	3.30	0.64		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.38	0.49		
5.ทัศนียภาพและการ ตกแต่งสถานที่ที่มีความ สวยงาม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.19	0.58	0.759	0.469
	ปริญญาตรี	3.15	0.61		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.30	0.47		
6.บรรยากาศและความ ร่มรื่นของสถานที่ ทำให้ เกิดความเพลิดเพลิน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.19	0.67	1.908	0.150
	ปริญญาตรี	3.12	0.61		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.38	0.85		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.31	0.73	2.371	0.296

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่
ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี มีทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามระดับ
การศึกษา โดยรวม พบว่า Sig = 0.296 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามระดับ
การศึกษาที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ Sig =
0.002 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.69
รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.28 และนักท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ ทัศนคติต่อสินค้าที่นำมาจำหน่ายมี
ความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น Sig = 0.015 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.27 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.15
ตามลำดับ

ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.15	0.64	0.752	0.485
	ปริญญาตรี	3.21	0.69		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.31	0.73		
2. มีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18	0.68	4.405	0.013*
	ปริญญาตรี	3.10	0.67		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.53	0.85		
3. มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18	0.64	3.240	0.040*
	ปริญญาตรี	3.08	0.59		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.38	0.63		
4. อาหารรสชาติอร่อย สดสะอาด ราคายุติธรรม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.16	0.60	4.956	0.007*
	ปริญญาตรี	3.13	0.60		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.53	0.76		
5. ผักและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.08	0.65	2.733	0.066
	ปริญญาตรี	3.15	0.58		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.38	0.85		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.24	0.67	3.217	0.122

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี มีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวมพบว่า Sig = 0.122 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและราคา ไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่ แตกต่างกันตามระดับการศึกษาที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทัศนคติต่อสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่ง

อื่น Sig = 0.013 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.18 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ มีทัศนคติต่อสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก Sig = 0.040 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.18 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ ด้านอาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม Sig = 0.007 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.16 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.66 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.15	0.61	1.540	0.216
	ปริญญาตรี	3.17	0.59		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.38	0.85		
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, จักรยาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.17	0.59	1.293	0.276
	ปริญญาตรี	3.27	0.67		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.30	0.47		
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.23	0.64	1.640	0.195
	ปริญญาตรี	3.25	0.55		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.46	0.51		

ตารางที่ 4.66 (ต่อ)

ทัศนคติต่อกิจกรรมและสิ่ง ดึงดูดใจในการเดินทาง	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4. พ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมี บรรยากาศไมตรีที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18	0.69	0.502	0.606
	ปริญญาตรี	3.17	0.58		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.30	0.47		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.25	0.60	1.244	0.323

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.67 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมพบว่า Sig = 0.323 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการแสดงทัศนคติ ด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง ราคาไม่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.67 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวโดยรวมกับระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ทัศนคติด้านการ เดินทางคมนาคมและ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.36	0.53	7.025	0.001*
	ปริญญาตรี	3.45	0.49		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.75	0.51		
2. ทัศนคติด้านสถานที่ ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18	0.42	3.662	0.027*
	ปริญญาตรี	3.21	0.45		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.43	0.47		

ตารางที่ 4.67 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
3.ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.22	0.45	2.358	0.096
	ปริญญาตรี	3.21	0.46		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.42	0.48		
4.ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.20	0.48	2.620	0.074
	ปริญญาตรี	3.18	0.43		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.40	0.54		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.67 พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันนักท่องเที่ยวมีการแสดงทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก และ ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากความแตกต่างที่พบสามารถนำเสนอตารางการเปรียบเทียบโดยใช้ LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับความแตกต่างด้านระดับการศึกษาโดยใช้ LSD

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี
		3.75	3.45	3.36
สูงกว่าปริญญาตรี	3.75		0.296*	0.390*
ปริญญาตรี	3.45			0.094
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.36			

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.69 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกกับความแตกต่างด้านระดับการศึกษาโดยใช้ LSD

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี
		3.42	3.20	3.18
สูงกว่าปริญญาตรี	3.42		0.221*	0.247*
ปริญญาตรี	3.20			0.026
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18			

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.70 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความสะดวกในการเดินทางมา ตลาดน้ำไทรน้อย	นักเรียน/นักศึกษา	3.29	1.05	4.298	0.001*
	พนักงานบริษัท	3.52	0.76		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.85	0.67		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.65	0.53		
	แม่บ้าน	3.32	0.62		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.50	1.04		
2.ป้ายบอกทางมีจำนวนมากและ ชัดเจน	นักเรียน/นักศึกษา	3.37	0.76	1.085	0.368
	พนักงานบริษัท	3.42	0.63		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.47	0.83		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.55	0.55		
	แม่บ้าน	3.35	0.68		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.22	0.64		
3.สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับ ความต้องการนักท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.37	0.76	4.349	0.001*
	พนักงานบริษัท	3.20	0.62		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.63	0.80		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.51	0.60		
	แม่บ้าน	3.27	0.71		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.50	0.70		

ตารางที่ 4.70 (ต่อ)

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ	นักเรียน/นักศึกษา	3.29	0.89	2.861	0.015*
	พนักงานบริษัท	3.29	0.54		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.67	0.77		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.38	0.54		
	แม่บ้าน	3.40	0.74		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.44	0.51		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.44	0.71	3.148	0.096

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.71 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่า Sig = 0.096 แสดงว่านักท่องเที่ยวมี ทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างไปตามอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามสถานภาพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำไทรน้อย Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.65 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ ด้านสถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการนักท่องเที่ยว Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยว

ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.44 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท และ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.71 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ตลาดน้ำไทรน้อย มีความน่าสนใจ	นักเรียน/นักศึกษา	3.42	0.76	3.324	0.006*
	พนักงานบริษัท	3.17	0.53		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.49	0.71		
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.32	0.66		
	แม่บ้าน	3.16	0.59		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.50	0.71		
	2. สินค้าที่นำมา จำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	นักเรียน/นักศึกษา	3.21		
พนักงานบริษัท		3.13	0.56		
ธุรกิจส่วนตัว		3.52	0.63		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		3.30	0.57		
แม่บ้าน		3.03	0.58		
ว่างงาน/เกษียณอายุ		3.50	0.98		
3. การจัดสถานที่ วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว		นักเรียน/นักศึกษา	3.29	0.74	8.168
	พนักงานบริษัท	3.24	0.46		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.67	0.66		
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.11	0.39		
	แม่บ้าน	3.50	0.56		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.33	0.90		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 4.71 (ต่อ)

ทัศนคติด้านสถานที่ ท่องเที่ยว	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4.ขนาดของแพ ริมน้ำ เหมาะสมกับ การรองรับ นักท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.43	0.79	4.738	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.22	0.53		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.58	0.62		
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.26	0.50		
	แม่บ้าน	3.44	0.50		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.22	0.87		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.22	0.87		
5.ทัศนียภาพและ การตกแต่งสถานที่มี ความสวยงาม	นักเรียน/นักศึกษา	3.16	0.75	5.579	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.10	0.46		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.56	0.66		
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.12	0.55		
	แม่บ้าน	3.13	0.50		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.11	0.83		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.11	0.83		
6.บรรยากาศและ ความร่มรื่นของ สถานที่ ทำให้เกิด ความเพลิดเพลิน	นักเรียน/นักศึกษา	3.12	0.84	4.293	0.001*
	พนักงานบริษัท	3.17	0.55		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.52	0.89		
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.06	0.45		
	แม่บ้าน	3.06	0.44		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.00	0.97		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.00	0.97		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.37	0.67	5.228	0.001

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.71 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า $Sig = 0.001$ แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามอาชีพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ $Sig = 0.006$ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.49 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ ด้านสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น $Sig = 0.000$ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.50 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ ด้านการจัดสถานที่ว่างขายสวยงามน่าเดินเที่ยว $Sig = 0.000$ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.50 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.11 ตามลำดับ ด้านขนาดของแฟรมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว $Sig = 0.000$ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.44 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทและว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ ด้านทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม $Sig = 0.000$ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.16 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ ด้านบรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน $Sig = 0.000$ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.17 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.72 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติด้านคุณภาพ สินค้าและราคา	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ราคาสินค้าและ บริการเหมาะสมกับ คุณภาพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.08	0.92	2.931	0.013*
	พนักงานบริษัท	3.19	0.59		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.49	0.92		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.08	0.40		
	แม่บ้าน	3.13	0.57		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.16	0.71		
2. มีสินค้าที่แตกต่าง จากตลาดน้ำแห่งอื่น	นักเรียน/นักศึกษา	3.18	0.89	2.551	0.027*
	พนักงานบริษัท	3.07	0.51		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.45	0.91		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.13	0.56		
	แม่บ้าน	3.15	0.73		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.27	0.89		
3. มีสินค้าให้เลือกเป็น จำนวนมาก	นักเรียน/นักศึกษา	3.06	.59	1.898	0.094
	พนักงานบริษัท	3.10	.58		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.38	.73		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.12	.55		
	แม่บ้าน	3.13	.57		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.16	.92		
4. อาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคา ยุติธรรม	นักเรียน/นักศึกษา	3.18	.78	2.616	0.024*
	พนักงานบริษัท	3.05	.47		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.36	.61		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.27	.50		
	แม่บ้าน	3.18	.68		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.16	1.04		

ตารางที่ 4.73 (ต่อ)

ทัศนคติด้านคุณภาพ สินค้าและราคา	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
5.ผักและผลไม้สดจาก สวนที่ชาวบ้านนำมา จำหน่ายมีความสด ใหม่	นักเรียน/นักศึกษา	3.06	0.78	3.976	0.002*
	พนักงานบริษัท	3.07	0.52		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.41	0.68		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.25	0.49		
	แม่บ้าน	2.96	0.71		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.11	0.90		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.18	.067	2.33	0.027*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.73 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามอาชีพ โดยรวมพบว่า Sig = 0.027 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา แตกต่างกันไปตามอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่ แตกต่างกันตามอาชีพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ Sig = 0.013 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.19 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่อาชีพข้าราชการรัฐวิสาหกิจ และ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ ด้านมีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น Sig = 0.027 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาเป็นอาชีพว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.27 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่อาชีพพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ ด้านอาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรมอื่น Sig = 0.002 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.41 รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.27 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่อาชีพพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ ด้านผักและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่ อื่น Sig = 0.024 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.41 รองลงมา

เป็นอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.25 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยงที่อาชีพแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 2.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.73 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติด้านกิจกรรม และสิ่งดึงดูดใจในการ เดินทาง	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความน่าสนใจของ โปรแกรมการนำเที่ยว ไพร่ทน้อย	นักเรียน/นักศึกษา	4.30	0.75	3.617	0.003*
	พนักงานบริษัท	3.10	0.54		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.34	0.67		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.23	0.48		
	แม่บ้าน	3.08	0.62		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.61	0.91		
2.ความหลากหลายของ กิจกรรม เช่น การนั่งรถ กระแทะชมสวน, ปล่อย ปลา, ซั้งกรยาน	นักเรียน/นักศึกษา	3.25	0.73	5.860	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.15	0.50		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.47	0.74		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.11	0.42		
	แม่บ้าน	3.15	0.71		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.77	0.81		
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมี เอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่ เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	นักเรียน/นักศึกษา	3.25	0.66	6.654	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.13	0.51		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.60	0.56		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.13	0.45		
	แม่บ้าน	3.33	0.73		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.50	0.71		

ตารางที่ 4.74 (ต่อ)

ทัศนคติด้านกิจกรรม และสิ่งดึงดูดใจในการ เดินทาง	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4. พ่อค้า แม่ค้าในตลาด น้ำมีอรรถยาชัยไมตรีที่ดี ต่อนักท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.29	0.79	5.838	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.10	0.56		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.56	0.63		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.06	0.45		
	แม่บ้าน	3.08	0.74		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.27	0.46		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.33	0.63	5.492	0.001*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.74 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามอาชีพ โดยรวมพบว่า Sig = 0.001 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางแตกต่างกันไปตามอาชีพที่ต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามอาชีพที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยวอ.ไทรน้อย Sig = 0.003 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาเป็นว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.61 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ ด้านความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การนั่งรถกระแทะชมสวน, ปล่อยปลา, จักรยาน Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่ว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.47 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.11 ตามลำดับ ด้านกิจกรรมที่ตลาดน้ำมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนตลาดน้ำที่อื่น Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาเป็นว่างงาน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.50 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับด้านพ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมี

อัยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.29 และน้อยที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.74 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพในภาพรวมด้านต่างๆ

ตัวแปรตาม	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	นักเรียน/นักศึกษา	3.33	0.65	3.983	0.002*
	พนักงานบริษัท	3.36	0.46		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.66	0.57		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.53	0.39		
	แม่บ้าน	3.34	0.55		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.42	0.54		
2.ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.20	0.55	6.590	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.13	0.35		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.46	0.44		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.20	0.33		
	แม่บ้าน	3.11	0.43		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.44	0.67		
3.ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	นักเรียน/นักศึกษา	3.21	0.65	5.525	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.15	0.38		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.51	0.51		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.14	0.32		
	แม่บ้าน	3.23	0.40		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.21	0.66		

ตารางที่ 4.74 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
4.ทัศนคติด้านกิจกรรมและ สิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	นักเรียน/นักศึกษา	3.20	0.60	6.966	0.000*
	พนักงานบริษัท	3.12	0.35		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.52	0.51		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.14	0.30		
	แม่บ้าน	3.17	0.52		
	ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.25	0.67		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 พบว่าอาชีพที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมีการแสดงทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา และ ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากความแตกต่างที่พบสามารถนำเสนอตารางการเปรียบเทียบโดยใช้ LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.75 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพทางการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ว่างงาน/เกษียณอายุ	พนักงานบริษัทเอกชน	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา
		3.65	3.52	3.42	3.36	3.34	3.33
ธุรกิจส่วนตัว	3.65		0.131	0.242	0.297*	0.320*	0.326*
ข้าราชการรัฐวิสาหกิจ	3.52			0.111	0.166*	0.188*	0.194*
ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.42				0.055	0.077	0.083
พนักงานบริษัทเอกชน	3.36					0.022	0.028
แม่บ้าน	3.34						0.005
นักเรียน / นักศึกษา	3.33						

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.75 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกกับอาชีพที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้าน และอาชีพนักเรียน/นักศึกษาที่แตกต่างกัน และพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีทัศนคติกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้าน และอาชีพนักเรียน/นักศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.76 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจส่วนตัว	ว่างงาน/ เกษียณอายุ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	แม่บ้าน
		3.46	3.44	3.20	3.20	3.13	3.11
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.46		0.019	0.259*	0.262*	0.333*	0.345*
ว่างงาน/ เกษียณ อายุ	3.44			0.241*	0.243*	0.314*	0.326*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.20				0.002	0.073	0.085
นักเรียน นักศึกษา	3.20					0.071	0.083
พนักงาน บริษัท เอกชน	3.13						0.012
แม่บ้าน	3.11						

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.76 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านสถานที่กับอาชีพที่ต่างกันโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และแม่บ้าน และนักท่องเที่ยวที่ว่างงาน/เกษียณอายุ มีทัศนคติที่แตกต่างจาก นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และแม่บ้านที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.77 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคา
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	นักเรียน / นักศึกษา	ว่างงาน/ เกษียณอายุ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		3.51	3.23	3.22	3.21	3.16	3.15
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.51		0.278*	0.296*	0.302*	0.355*	0.365*
แม่บ้าน	3.23			0.017	0.023	0.076	0.086
นักเรียน / นักศึกษา	3.22				0.005	0.058	0.069
ว่างงาน/ เกษียณอายุ	3.21					0.053	0.064
พนักงาน บริษัท เอกชน	3.16						0.011
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.15						

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.77 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านสินค้าและ
ราคากับอาชีพที่แตกต่างกันโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติที่
แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็น แม่บ้าน นักเรียน/นักศึกษา ว่างงาน/เกษียณอายุ พนักงาน
บริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.78 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจส่วนตัว	ว่างงาน/เกษียณอายุ	นักเรียน/นักศึกษา	แม่บ้าน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		3.53	3.25	3.21	3.18	3.14	3.13
ธุรกิจส่วนตัว	3.53		0.277*	0.319*	0.349*	0.385*	0.402*
ว่างงาน/เกษียณอายุ	3.25			0.042	0.072	0.107	0.125
นักเรียน / นักศึกษา	3.21				0.030	0.065	0.083
แม่บ้าน	3.18					0.035	0.053
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.14						0.017
พนักงานบริษัทเอกชน	3.13						

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.78 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางกับอาชีพที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็น ว่างงาน/เกษียณอายุ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.79 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้

ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำไทรน้อย	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.40	0.88	6.716	.0000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.48	0.71		
	25,001 – 40,000 บาท	3.67	0.70		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.07	0.48		
2.ป้ายบอกทางมีจำนวนมากและชัดเจน	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.27	0.65	6.896	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.41	0.61		
	25,001 – 40,000 บาท	3.54	0.83		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.88	0.51		
3.สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการนักท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.25	0.71	9.969	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.29	0.63		
	25,001 – 40,000 บาท	3.52	0.67		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.96	0.72		
4.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.37	0.71	11.800	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.24	0.58		
	25,001 – 40,000 บาท	3.60	0.64		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.92	0.74		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.49	0.67	8.845	0.000*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.79 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่า Sig = 0.000 แสดงว่านักท่องเที่ยวมี ทัศนคติโดยรวมแตกต่างไปตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามสถานภาพ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสะดวกในการเดินทางมาตลาดน้ำ ไทรน้อย Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.48 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.40 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ ด้านป้ายบอกทางมีจำนวนมากและชัดเจน Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.54 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.41 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ ด้านสถานที่จอดรถมีเพียงพอกับความต้องการนักท่องเที่ยว Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.52 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.29 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.25ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเก้าอี้ ม้านั่ง ห้องน้ำ Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.60 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.37 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.80 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ตลาดน้ำไทรน้อยมีความน่าสนใจ	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.26	0.61	2.022	0.110
	10,001 – 25,000 บาท	3.25	0.56		
	25,001 – 40,000 บาท	3.30	0.85		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.57	0.64		
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.11	0.65	5.591	0.001*
	10,001 – 25,000 บาท	3.22	0.61		
	25,001 – 40,000 บาท	3.29	0.62		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.65	0.62		

ตารางที่ 4.80 (ต่อ)

ทัศนคติด้านสถานที่ ท่องเที่ยว	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
3. การจัดสถานที่ วางขายสวยงามน่า เดินเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.40	0.59	3.391	0.018*
	10,001 – 25,000 บาท	3.30	0.59		
	25,001 – 40,000 บาท	3.17	0.45		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.53	0.76		
4.ขนาดของแพ ริมน้ำ เหมาะสมกับ การรองรับ นักท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.37	0.59	2.957	0.032*
	10,001 – 25,000 บาท	3.24	0.59		
	25,001 – 40,000 บาท	3.35	0.45		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.57	0.76		
5.ทัศนียภาพและ การตกแต่งสถานที่ที่มี ความสวยงาม	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.04	0.54	7.515	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.16	0.53		
	25,001 – 40,000 บาท	3.32	0.72		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.57	0.64		
6.บรรยากาศและ ความร่มรื่นของ สถานที่ ทำให้เกิด ความเพลิดเพลิน	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.04	0.62	6.494	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.13	0.58		
	25,001 – 40,000 บาท	3.33	0.76		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.57	0.85		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.32	0.53	4.661	0.008*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.80 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่
ตลาดน้ำไพรน้อย อ.ไพรน้อย จ.นนทบุรี ด้านสถานที่ท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้โดยรวมพบว่า Sig
= 0.008 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามรายได้
ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

เฉพาะถิ่น Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.30 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.26 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ ด้านการจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินเที่ยว Sig = 0.018 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.40 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.30 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ ด้านขนาดของแฟรึมน้ำ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว Sig = 0.032 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.37 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.27 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ ด้านทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.32 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.16 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ ด้านบรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.33 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.13 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.81 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามรายได้

ทัศนคติด้านคุณภาพ สินค้าและราคา	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1. ราคาสินค้าและ บริการเหมาะสมกับ คุณภาพ	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.05	0.61	3.978	0.008*
	10,001 – 25,000 บาท	3.18	0.65		
	25,001 – 40,000 บาท	3.39	0.75		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.30	0.73		

ตารางที่ 4.81 (ต่อ)

ทัศนคติด้านคุณภาพ สินค้าและราคา	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
2.มีสินค้าที่แตกต่างจาก ตลาดน้ำแห่งอื่น	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.04	0.57	8.950	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.09	0.70		
	25,001 – 40,000 บาท	3.42	0.67		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.61	0.85		
3.มีสินค้าให้เลือกเป็น จำนวนมาก	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.06	0.57	4.338	0.005*
	10,001 – 25,000 บาท	3.09	0.64		
	25,001 – 40,000 บาท	3.42	0.52		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.61	0.76		
4.อาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.08	0.67	2.747	0.043*
	10,001 – 25,000 บาท	3.16	0.60		
	25,001 – 40,000 บาท	3.29	0.45		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.38	0.75		
5.ผักและผลไม้สดจาก สวนที่ชาวบ้านนำมา จำหน่ายมีความสดใหม่	น้อยกว่า 10,000 บาท	2.96	0.64	5.848	0.001*
	10,001 – 25,000 บาท	3.14	0.61		
	25,001 – 40,000 บาท	3.30	0.52		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.13	0.85		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.29	0.65	5.172	0.011*

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.81 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไพรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านคุณภาพสินค้าและราคา จำแนกตามรายได้โดยรวม พบว่า Sig = 0.011 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา แตกต่างกันไปตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่ แตกต่างกันไปตามรายได้ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ Sig =

0.008 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.30 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.18 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ ด้านมีสินค้าที่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น Sig = 0.000 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.42 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.09 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ ด้านมีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก Sig = 0.005 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.42 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.09 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ ด้านอาหารรสชาติอร่อย สด สะอาด ราคายุติธรรม มาก Sig = 0.043 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.29 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.16 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ ด้านผักและผลไม้สดจากสวนที่ชาวบ้านนำมาจำหน่ายมีความสดใหม่ Sig = 0.001 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.14 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.13 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.82 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามรายได้

ทัศนคติด้านกิจกรรม และสิ่งดึงดูดใจการ เดินทาง	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ความน่าสนใจของ โปรแกรมการนำเที่ยว ไปทหรน้อย	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.00	0.58	4.576	0.004*
	10,001 – 25,000 บาท	3.23	0.61		
	25,001 – 40,000 บาท	3.27	0.56		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.30	0.83		

ตารางที่ 4.82 (ต่อ)

ทัศนคติด้านกิจกรรมและ สิ่งดึงดูดใจการเดินทาง	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
2.ความหลากหลายของ กิจกรรม เช่น การนั่งรถ กระแทะชมสวน, ปล่อย ปลา, ขี่จักรยาน	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.15	0.64	1.323	0.266
	10,001 – 25,000 บาท	3.23	0.62		
	25,001 – 40,000 บาท	3.29	0.57		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.38	0.63		
3.กิจกรรมที่ตลาดน้ำมี เอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่ เหมือนตลาดน้ำที่อื่น	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.18	0.67	2.310	0.076
	10,001 – 25,000 บาท	3.24	0.57		
	25,001 – 40,000 บาท	3.39	0.55		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.38	0.49		
4.พ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.06	0.70	5.142	0.002*
	10,001 – 25,000 บาท	3.16	0.55		
	25,001 – 40,000 บาท	3.36	0.68		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.46	0.51		
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.25	0.72	3.337	0.087

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.82 เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ. นนทบุรี ด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง จำแนกตามรายได้ โดยรวมพบว่า Sig = 0.087 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ที่ต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติที่แตกต่างกันตามรายได้ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยวอ.ไทรน้อย Sig = 0.004 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.27 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.23 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ ด้านพ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว Sig = 0.004 โดยมี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.36 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.16 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.83 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้/เดือนโดยภาพรวม

ตัวแปรตาม	รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
1.ทัศนคติด้านการเดินทาง คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.33	0.54	5.261	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.36	0.46		
	25,001 – 40,000 บาท	3.58	0.51		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.96	0.46		
2.ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.10	0.42	6.947	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.21	0.44		
	25,001 – 40,000 บาท	3.28	0.41		
	มากกว่า 40,000 บาท	2.51	0.45		
3.ทัศนคติด้านคุณภาพสินค้าและราคา	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.15	0.45	5.201	0.002*
	10,001 – 25,000 บาท	3.19	0.46		
	25,001 – 40,000 บาท	3.36	0.47		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.45	0.47		
4.ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.12	3.11	6.593	0.000*
	10,001 – 25,000 บาท	3.17	3.17		
	25,001 – 40,000 บาท	3.31	3.31		
	มากกว่า 40,000 บาท	3.50	3.50		

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.83 แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้ LSD พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติทางด้านการ

เดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ทักษะด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทักษะด้านคุณภาพสินค้าและราคา และทัศนคติทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากความแตกต่างที่พบสามารถนำเสนอตารางการเปรียบเทียบโดยใช้ LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.84 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวด้านการเดินทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกกับรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า	25,001-	10,001 –	น้อยกว่า
		40,001 บาท	40,000 บาท	25,000 บาท	10,000 บาท
		3.96	3.58	3.35	3.32
มากกว่า 40,001 บาท	3.96		0.373*	0.603*	0.634*
25,001-40,000 บาท	3.58			0.229*	0.262*
10,001 –25,000 บาท	3.35				0.032
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.32				

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.84 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกกับรายได้ที่แตกต่างกันโดยใช้ LSD พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-40,000 บาท 10,001 –25,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-40,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 –25,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.85 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว
กับรายได้ โดยใช้ LSD

รายได้	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า	25,001-40,000	10,001 –	น้อยกว่า
		40,001 บาท	บาท	25,000 บาท	10,000 บาท
		3.51	3.28	3.21	3.11
มากกว่า 40,001 บาท	3.51		0.225*	0.300*	0.401*
25,001-40,000 บาท	3.28			0.076	0.177*
10,001 –25,000 บาท	3.21				0.101*
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.11				

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.85 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้าน
คุณภาพสินค้าและราคากับรายได้ที่ต่างกันโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า
40,001 บาท มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-40,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มี
รายได้ 10,001 –25,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมา
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-40,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า
10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 –25,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่
มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.86 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวด้านคุณภาพสินค้าและราคากับรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า	25,001-	10,001 –	น้อยกว่า
		40,001 บาท	40,000 บาท	25,000 บาท	10,000 บาท
		3.45	3.35	3.19	3.15
มากกว่า 40,001 บาท	3.45		0.090	0.251*	0.298*
25,001-40,000 บาท	3.35			0.161*	0.208*
10,001 –25,000 บาท	3.19				0.047
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.15				

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.86 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้านคุณภาพสินค้าและราคากับรายได้ที่แตกต่างกันโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 –25,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมานักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-40,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 –25,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.87 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูด

รายได้	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า	25,001-	10,001 –	น้อยกว่า
		40,001 บาท	40,000 บาท	25,000 บาท	10,000 บาท
		3.50	3.32	3.18	3.12
มากกว่า 40,001 บาท	3.50		0.180	0.322*	0.381*
25,001-40,000 บาท	3.32			0.142*	0.200*
10,001 –25,000 บาท	3.18				0.588
น้อยกว่า 10,000บาท	3.12				

หมายเหตุ. มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.87 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวทางด้าน และราคากับรายได้ที่แตกต่างกันโดยใช้ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 –25,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมานักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-40,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 –25,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.5 สรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดำเนินการเปรียบเทียบ โดยลำดับตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ตามลักษณะประชากรศาสตร์ คือ อายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกัน พบว่านักท่องเที่ยวที่มี อายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติทางการท่องเที่ยว ตลาดน้ำไทรน้อยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน ดังปรากฏในตารางที่ 4.88

ตารางที่ 4.88 สรุปภาพรวมผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านทัศนคติของท่องเที่ยว

ลักษณะส่วนบุคคล	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย			
	ทัศนคติด้านการเดินทาง คมนาคมและ สิ่งอำนวยความสะดวก	ทัศนคติด้าน สถานที่ท่องเที่ยว	ทัศนคติด้าน คุณภาพสินค้า และราคา	ทัศนคติด้าน กิจกรรมและสิ่ง ดึงดูดใจในการ เดินทาง
เพศ	X	X	X	X
อายุ	X	√	√	√
สถานภาพ	√	√	X	X
การศึกษา	√	√	X	X
อาชีพ	√	√	√	√
รายได้	√	√	√	√

หมายเหตุ. เครื่องหมาย √ = แตกต่างกัน เครื่องหมาย X = ไม่แตกต่างกัน

4.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการที่ได้ทำการสัมภาษณ์ประชาคมตลาดน้ำนายประสิทธิ์ บุญเฉยและคณะกรรมการ รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้รับข้อมูลดังต่อไปนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำไทรน้อย

สถานที่ตั้ง เดิมของตลาดน้ำไทรน้อยอยู่บริเวณอำเภอไทรน้อยหน้าเทศบาลตำบลไทรน้อย ปี 2545 – 2548 ประมาณปีเศษ ต่อมามีปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถของนักท่องเที่ยวไม่สะดวก และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ากับแคบ ค่าใช้จ่ายสูงเพราะต้องเช่าพื้นที่ขายของ และในปลายปี 2548 พ่อค้าแม่ค้าจึงได้ตกลงย้ายมาอยู่ที่วัดไทรใหญ่บริเวณริมคลองพระพิมลราชา จนถึงปัจจุบัน เพราะมีสถานที่กว้างขวางและได้ทำบุญไหว้พระสะเดาะเคราะห์

การเริ่มก่อตั้งในการจัดตั้งตลาดน้ำไทรน้อยภาคราชการมีท่านนายอำเภอสุรพล วาณิชเสณี แกนนาคประชาชนมีกำนันสุรสิทธิ์ ศรีอินทร์สุทธิ, นายจลสวอย ชันจำนง, นายประสิทธิ์ บุญเฉย

4.3.2 เหตุผลของการจัดตั้งตลาดน้ำ

เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทำสวน ทำไร่ ไม่พอเลี้ยงชีพเท่าที่ควรจึงได้ร่วมกันจัดตั้งเพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เสริมอีกทั้ง ประชาชนส่วนหนึ่งได้รับการส่งเสริมจากส่วนราชการให้มีการฝึกอาชีพต่างๆแต่ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นและปัญหาการละทิ้งอาชีพเกษตรกร เพื่อไปทำงานรับจ้างรายวันเพื่อให้ครอบครัวอยู่ได้ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม แม่น้ำลำคลองเน่าเสีย ไม่สามารถสัญจรไปมาได้ ด้วยเหตุดังกล่าว จึงเกิดความคิดที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิดขึ้นกับประชาชนชาวไทรน้อย จึงได้ร่วมกับส่วนราชการและผู้นำองค์กรส่วนท้องถิ่น กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยมีนายอำเภอไทรน้อยให้ความสำคัญจึงเกิดโครงการตลาดน้ำไทรน้อยขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งนำผลผลิตจากกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเกษตรกรของประชาชนชาวอำเภอไทรน้อยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

4.3.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรชาวไทรน้อย
2. เพื่ออนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง คลองสวย น้ำใส
3. เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ นำผลผลิตมาที่ผลิตได้มาจำหน่าย เป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้

4. เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วิถีชีวิตไทย สวนเกษตร
5. เพื่อเป็นการสร้างคุณภาพชีวิต และ เสริมรายได้ให้แก่ประชาชน
6. เพื่อเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของ อำเภอไทรน้อย
7. เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่สด สะอาด โดยตรงจากผู้ผลิตในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อ

ผ่านคนกลาง

8. เพื่อส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด
9. เพื่อส่งเสริมให้บุคคลทั่วไปเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น
10. เพื่อส่งเสริมการรักและสามัคคีของชาวไทรน้อย
11. เพื่อเป็นการจูงใจให้บุคคลทั่วไปเข้าวัด ทำบุญ สนทนาธรรม การสนับสนุน เดิมตลาดน้ำไทรน้อยได้รับงบประมาณขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี องค์การบริหารส่วนตำบลทุกตำบลในอำเภอไทรน้อย ในการก่อสร้างแพจำหน่ายสินค้าในลำคลองพระพิมลราชาและจัดร้านจำหน่ายสินค้าริมคลองหน้าวัดไทรใหญ่

4.3.4 เป้าหมายของโครงการ

1. เป็นตลาดกลางจำหน่ายสินค้าของเกษตรกร
2. เป็นแหล่งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. เป็นแหล่งแก้ไขปัญหาความยากจนของชาวไทรน้อย
4. เป็นแหล่งรวมการพัฒนาและสนับสนุนของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน
5. เป็นศูนย์รวมใจประชาชนชาวอำเภอไทรน้อย
6. เป็นศูนย์พักผ่อนหย่อนใจ ซื้อสินค้าราคาประหยัด และมีคุณภาพดี

ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างให้นักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆทั้งในและต่างประเทศ

ด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการเป็นรูปแบบการบริการเป็นคณะกรรมการ โดยใช้ชื่อว่าคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อยมีคณะกรรมการดังนี้

ประธานคณะกรรมการ	1	คน
รองประธาน	2	คน
เลขาประชาคมฯ	1	คน
เหรัญญิก	1	คน
ผู้ช่วยเหรัญญิก	2	คน

คณะกรรมการฝ่ายต่างๆ

ฝ่ายการตลาดและทะเบียน

ฝ่ายจัดเก็บ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์

ฝ่ายสาธารณสุขสิ่งแวดล้อม

ฝ่ายการจราจร และสถานที่

รวมทั้งหมด 25 คน โดยมีนายอำเภอ ประธานที่ปรึกษา นายก อบต. นายกเทศบาล สจ. ในเขตอำเภอไทรน้อยเป็นที่ปรึกษา

4.3.5 กฎระเบียบปฏิบัติ

1. พ่อค้าแม่ค้าจะต้องมีการลงทะเบียนสมาชิกก่อนการขาย
2. ตลาดน้ำเปิดให้บริการทุกวันเสาร์- อาทิตย์ และ วันหยุดนักขัตฤกษ์ตั้งแต่ 08.00 - 16.00น.
3. พ่อค้าแม่ค้าจะต้องมาเปิดร้านก่อน 08.00 น. ทุกครั้ง
4. พ่อค้าแม่ค้าที่นำสินค้ามาจำหน่ายแบ่งเป็น ลีอก ๆ ละ 1.50 เมตร ค่าบำรุง 20 บาท / วัน (เป็นรายได้เพื่อนำมาจ่ายค่าน้ำค่าไฟส่วนกลางและ อพ.ปร.รักษาความปลอดภัย และการจราจร)
5. พ่อค้าแม่ค้าต้องมาขายสินค้าทุกครั้งหากมีการหยุดต้องแจ้งล่วงหน้า หากขาดไม่มาขาย จะมีการเตือน เกิน 3 ครั้งให้้ออกจากการขาย
6. พ่อค้าแม่ค้าต้องสุภาพกับนักท่องเที่ยวห้ามทะเลาะกับนักท่องเที่ยว และไม่พูดจาหยาบคาย หากพบเจอ จะมีการตักเตือนในครั้งแรก และหากผิดซ้ำจะไล่ออกจากสมาชิก
7. การรับพ่อค้าแม่ค้า สินค้าที่จะนำจำหน่ายต้องซ้ากันได้ไม่เกิน 3 ร้านค้าเท่านั้น
8. มีการกำหนดสีเขียวให้พ่อค้าแม่ค้าใส่เป็นไปตามวัน เช่น วันเสาร์ สีฟ้า วันอาทิตย์ สีชมพู เป็นต้น

4.3.6 แผนดำเนินการพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อย

1. การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในคลองพระพิมลราชา ให้สะอาดไม่มีผักขวาในลำคลอง
2. จัดให้มีการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตในท้องถิ่นคือจัดรถกระบะนำเที่ยวสวนเกษตรไม้ดอกไม้ประดับ พาไหว้พระในพื้นที่อำเภอไทรน้อย
3. จัดทำสะพานแขวนเพื่อประโยชน์ให้ประชาชนได้ไหว้ศาลเจ้าและเป็นสะพานแขวนเชิงท่องเที่ยววิถีชีวิตในลำคลองพระพิมลราชา เป็นสะพานแขวนแห่งแรกใน จ. นนทบุรี
4. จัดให้มีการจำหน่ายสินค้าทางเรือ
5. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมแก่นักเรียนใน อำเภอไทรน้อยโดยจัดให้มีเวทีการแสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

6. การปรับปรุงสถานที่ เช่น การสร้างโครงหลังคาใหม่ เนื่องจากเดิมเป็นเต็นท์ผ้าใบ
7. จัดให้มีแฟรินน้ำที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นสถานที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว
8. การส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกฝักรอกแกลนิค ฝักปลอดสารพิษ และพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์จำหน่ายฝักรอกแกลนิคระดับประเทศ
9. การจัดทำแผ่นป้ายต่างๆ เพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราวในอดีต จนถึงปัจจุบัน