

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาที่เขื่อนน้ำพูนสันกำแพงและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาที่เขื่อนน้ำพูนสันกำแพง ตลอดจนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อน้ำพูนสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่จำนวน 200 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด จำนวน 200 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 เพศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 และเพศชายจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 (ตารางที่ 4.1)

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และเพศชาย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

#### ตารางที่ 4.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	83	41.50	98	49.00	181	45.20
หญิง	117	58.50	102	51.00	219	54.70
รวม	200	100	200	100	400	100

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.2 อายุ

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 29 ปี จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือ อายุ 30 - 39 ปี จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 อายุไม่เกิน 19 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14 ส่วนอายุ 40 - 49 ปี จำนวน 48 ราย และ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 และร้อยละ 0.75 ตามลำดับ และมีอายุเฉลี่ย 33 ปี (ตารางที่ 4.2)

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 29 ปี จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ อายุ 30 - 39 ปี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุไม่เกิน 19 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.50 ส่วนผู้ที่มีอายุ 40 - 49 ปี มีจำนวน 25 ราย และ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 และร้อยละ 0.50 ตามลำดับ และมีอายุเฉลี่ย 33 ปี (ตารางที่ 4.2)

ส่วนนักท่องเที่ยวยุวชนต่างจังหวัดส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 29 ปี จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ อายุ 30 - 39 ปี จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 33 อายุไม่เกิน 19 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.50 ส่วนผู้ที่มีอายุ 40 - 49 ปี มีจำนวน 23 ราย และ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 และร้อยละ 1 ตามลำดับ และมีอายุเฉลี่ย 33 ปี (ตารางที่ 4.2)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวหน้าพुरुอนสันกำแพง ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20 - 39 ปี ซึ่งเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน

ตารางที่ 4.2 นักท่องเที่ยวกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 19 ปี	27	13.50	29	14.50	56	14.00
20 - 29 ปี	98	49.00	80	40.00	178	44.50
30 - 39 ปี	49	24.50	66	33.00	115	28.75
40 - 49 ปี	25	12.50	23	11.50	48	12.00
50 ปีขึ้นไป	1	0.50	2	1.00	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>เฉลี่ย (ปี)</b>	<b>33</b>		<b>33</b>		<b>33</b>	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.3 สถานภาพการสมรส

นักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 230 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.50 (ตารางที่ 4.3)

นักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.50 (ตารางที่ 4.3)

ส่วนนักท่องเที่ยวยุโรปต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ โสด จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.50 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	137	68.50	93	46.50	230	57.50
สมรส	63	31.50	107	53.50	170	42.50
รวม	200	100	200	100	400	100

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.4 อาชีพ

นักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน ซึ่งเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 และนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่แน่นอน จำนวน 61 ราย ประกอบด้วย รับจ้างทั่วไป จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 รองลงมาคือ พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณ อื่นๆ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

นักท่องเที่ยวยุวชนเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน ซึ่งเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.50 และข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่แน่นอน จำนวน 46 ราย ประกอบด้วย รับจ้างทั่วไป จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 และ พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณ อื่นๆ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

นักท่องเที่ยวยุวชนต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้แน่นอน จำนวน 185 ราย ประกอบด้วย พนักงานเอกชน จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.50 และนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่แน่นอน มีจำนวน 15 ราย ประกอบด้วย พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณ อื่นๆ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้แน่นอน เช่น พนักงานเอกชน ข้าราชการ ซึ่งจะมีวันหยุดประจำสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จึงมีโอกาสเดินทางไปเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพงได้มากกว่าผู้มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน

ตารางที่ 4.4 นักท่องเที่ยวกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>1. ผู้มีรายได้ที่แน่นอน</b>	<b>154</b>	<b>77</b>	<b>185</b>	<b>92.50</b>	<b>339</b>	<b>84.75</b>
1.1 ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	(31)	(15.50)	(69)	(34.50)	(100)	(25)
1.2 พนักงานเอกชน	(70)	(35.00)	(82)	(41.00)	(152)	(38)
1.3 นักเรียนหรือนักศึกษา	(53)	(26.50)	(34)	(17.00)	(87)	(21.75)
<b>2. ผู้มีรายได้ที่ไม่แน่นอน</b>	<b>46</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>7.50</b>	<b>61</b>	<b>15.25</b>
2.1 ธุรกิจส่วนตัว	(11)	(5.50)	(2)	(1)	(13)	(3.25)
2.2 รับจ้างทั่วไป	(26)	(13.00)	-	-	(26)	(6.50)
2.3 พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณ อื่นๆ	(9)	(4.50)	(13)	(6.50)	(22)	(5.50)
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.1.5 ระดับการศึกษาสูงสุด

นักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 312 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.25 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 (ตารางที่ 4.5)

นักท่องเที่ยวยุวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือมีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.50 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 (ตารางที่ 4.5)

ระดับการศึกษาสูงสุดเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวยุวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือมีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 (ตารางที่ 4.5)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวหน้าพูร้อนสันกำแพงนี้ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและข้าราชการ จึงมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

#### ตารางที่ 4.5 นักท่องเที่ยวกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	31.50	14	7.00	77	19.25
ปริญญาตรี	135	67.50	177	88.50	312	78.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	1.00	9	4.50	11	2.75
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเงินอยู่ที่ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 295 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.75 ซึ่งประกอบด้วย รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.25 และรายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 รองลงมาคือ รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.25 (ตารางที่ 4.6)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 (ตารางที่ 4.6)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ที่รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.50 รองลงมาคือรายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 และรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 (ตารางที่ 4.6)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวหน้าพุดร้อนสันกำแพงนี้ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ซึ่งมีรายได้แน่นอน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.6 นักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	88	44.00	17	8.50	105	26.25
15,001 – 30,000 บาท	112	56	181	90.50	293	73.25
30,001 – 50,000 บาท	0	0	2	1.00	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

นักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน จำนวน 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือมีสมาชิกในครอบครัว 3 คน จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 31 สมาชิกในครอบครัว 5 คน จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.75 ส่วนสมาชิกในครอบครัว 6 คนขึ้นไป และไม่เกิน 2 คน มีจำนวน 3 ราย และ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 และ 0.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

นักท่องเที่ยวยุโรปเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือมีสมาชิกในครอบครัว 3 คน จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.50 สมาชิกในครอบครัว 5 คน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 ส่วนสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 2 คน และ 6 คนขึ้นไป มีจำนวน 2 ราย และ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 และ 0.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

นักท่องเที่ยวยาวเชียงต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือมีสมาชิกในครอบครัว 3 คน จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนสมาชิกในครอบครัว 5 คน และ 6 คนขึ้นไป มีจำนวน 25 ราย และ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักเป็นครอบครัว มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ซึ่งแม้จะมีรายได้แน่นอน แต่การมีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 5 คน อาจทำให้เกิดความยุ่งยากในการท่องเที่ยว จึงทำให้ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3 – 4 คน

ตาราง 4.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิกในครอบครัว	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 คน	2	1.00	-	-	2	0.50
3 คน	47	23.50	77	38.50	124	31.00
4 คน	116	58.00	96	48.00	212	53.00
5 คน	34	17.00	25	12.50	59	14.75
6 คนขึ้นไป	1	0.50	2	1.00	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 33 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษา และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เดือนละ 15,001 บาท ขึ้นไป และมีสมาชิกในครอบครัว 4 คน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 33 ปี มีสถานภาพสมรส มีรายได้แน่นอน มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รองลงมาคือข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป และพบว่าส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน

## 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงนั้น ซึ่งในที่นี่ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ 2. ด้านราคา 3. ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว 4. ด้านการประชาสัมพันธ์ 5. ด้านการให้บริการ โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ตอบคำถามข้างต้นว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 คะแนน ตามลำดับ จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

### 4.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม

#### ตัวอย่าง ในภาพรวม

เมื่อพิจารณาภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ (คะแนนเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยที่มีผลอันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา (คะแนนเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยอันดับ 3 คือปัจจัยด้านการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย 3.00) อันดับ 4 คือปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (คะแนนเฉลี่ย 2.92) และอันดับ 5 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (คะแนนเฉลี่ย 2.84) (ตารางที่ 4.8)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่าง 200 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย ค่าเข้าชมราคาถูกมีอิทธิพลสูงสุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.06 (ระดับมาก) รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังน้ำพุร้อนสันกำแพงมีราคาถูก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (ระดับมาก) ปัจจัยที่มีผลอันดับ 2 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ย 3.76 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย ความสวยงามของน้ำพุร้อนสันกำแพง และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (ระดับมาก) ปัจจัยที่มีผลอันดับ 3 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 (ระดับปานกลาง) ประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของน้ำพุร้อนสันกำแพง มีคะแนนเฉลี่ย 3.96 (ระดับมาก) รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์ของทางท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่คะแนนเฉลี่ย 3.03 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.8)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย การมีบ่อน้ำแร่จากธรรมชาติขนาดใหญ่ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (ระดับมาก) รองลงมาคือความสวยงามของน้ำพุร้อนสันกำแพง และการเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (ระดับมาก) ปัจจัยที่มีผลอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการของพนักงาน เช่น อธิบาย ความรวดเร็ว ความสุภาพ และการบริการข้อมูลข่าวสารของพนักงานที่คะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) ส่วนปัจจัยที่มีผลอันดับ 3 คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 (ระดับปานกลาง) ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังน้ำพุร้อนสันกำแพงมีราคาถูก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 (ระดับปานกลาง) รองลงมาคือค่าเข้าชมราคาถูก มีผลที่คะแนนเฉลี่ย 2.96 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.8)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างจังหวัดพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ใน 3 ปัจจัย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ (ความสวยงามของน้ำพุร้อน การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเข้าชมราคาเพียง 20 บาท ค่าที่พักและค่าเดินทางมายังน้ำพุร้อนสันกำแพงมีราคาถูก) และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (การประชาสัมพันธ์ของน้ำพุร้อนสันกำแพง) มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด ตารางที่ 4.8 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวไทย

ปัจจัย	ชาวไทย	ชาวต่างจังหวัด	รวม	ค่า t	p-value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ สิ่งดึงดูดใจ</b>	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	9.377***	0.002
1.1 ความสวยงามของน้ำพุร้อน	4.16 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	16.913***	0.000
1.2 การมีบ่อน้ำแร่จากธรรมชาติขนาดใหญ่	3.72 (มาก)	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	30.863***	0.000
1.3 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.16 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	46.4***	0.000
1.4 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	1.00	0.318



ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	ชาวเชียงใหม่	ชาวต่างจังหวัด	รวม	ค่า t	p-value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
<b>2. ด้านราคา</b>	3.93 (มาก)	2.99 (ปานกลาง)	3.46 (มาก)	25.859***	0.000
2.1 ค่าเข้าชมมีราคาถูก	4.06 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	7.504***	0.006
2.2 ค่าใช้จ่ายของที่พักรและ บริการอื่น ๆ มีราคา เหมาะสม	3.83 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	2.077	0.15
2.3 ค่าใช้จ่ายในการ เดินทางไปยังน้ำพุร้อน สันกำแพงมีราคาถูก	3.91 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	6.125***	0.000
<b>3. ด้านสถานที่ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวก</b>	2.85 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	1.953	0.163
3.1 การมีบริการอาบน้ำและ ว่ายน้ำแร่	2.95 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.44 (มาก)	7.468***	0.007
3.2 การมีบริการที่พัก ท่ามกลางธรรมชาติ	2.09 (น้อย)	3.04 (ปานกลาง)	2.57 (น้อย)	9.559***	0.000
3.3 ความสะอาดของพื้นที่ โดยรวมของน้ำพุร้อน สันกำแพง	3.01 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	4.77**	0.03
3.4 การมีสถานที่จอดรถ กว้างขวาง	3.97 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)	12.32***	0.000
3.5 ความสะอาดและ ความพอเพียงของห้องน้ำ	2.98 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.003***	0.000
3.6 การมีรถประจำทาง เข้าออกทุกชั่วโมง	2.12 (น้อย)	1.97 (น้อย)	2.05 (น้อย)	3.682**	0.026



ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	ชาวเชียงใหม่	ชาวต่างจังหวัด	รวม	ค่า t	p-value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
<b>4. ด้านการประชาสัมพันธ์</b>	3.01 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	4.04***	0.000
4.1 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของ น้ำพุร้อนสันกำแพง	3.96 (มาก)	2.03 (น้อย)	2.99 (ปานกลาง)	1.77***	0.000
4.2 การประชาสัมพันธ์ ของอำเภอสันกำแพง	2.03 (น้อย)	1.98 (น้อย)	2.01 (น้อย)	7.154***	0.008
4.3 การประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	3.03 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)	3.52 (มาก)	5.56***	0.000
<b>5. ด้านการให้บริการ</b>	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-	-
5.1 การให้บริการของ พนักงาน เช่น อัยยาศัย ความรวดเร็ว ความ สุภาพ	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-	-
5.2 การบริการข้อมูล ข่าวสาร ของพนักงาน	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-	-

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการศึกษา

#### 4.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

การศึกษาจากปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ผลการศึกษามีดังนี้คือ

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่เพศชายมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (ระดับมาก) อันดับ 3 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่เพศหญิงมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.9)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างทางความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่โดยจำแนกตามเพศ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ให้คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ และปัจจัยด้านราคา มากกว่านักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย (ตารางที่ 4.9)

นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดเพศชายมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.9)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดเพศหญิงมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีคะแนนเฉลี่ย 3.03 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.9)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างทางความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดโดยจำแนกตามเพศ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ให้คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างเพศชาย (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเกี่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ สิ่งดึงดูดใจ	ชาย	3.58 (มาก)	-6.355***	0.000	3.71 (มาก)	-3.196***	0.002
	หญิง	3.89 (มาก)			3.95 (มาก)		
1.1 ความสวยงามของ น้ำพุร้อน	ชาย	4.00 (มาก)	-5.682***	0.000	4.04 (มาก)	0.869	0.386
	หญิง	4.28 (มาก)			4.00 (มาก)		
1.2 การมีบ่อน้ำแร่ จากธรรมชาติ ขนาดใหญ่	ชาย	3.33 (ปานกลาง)	-15.5***	0.000	3.85 (มาก)	-4.272***	0.000
	หญิง	4.00 (มาก)			4.00 (มาก)		
1.3 เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ที่สวยงาม	ชาย	4.00 (มาก)	-5.682***	0.000	3.93 (มาก)	-2.787***	0.006
	หญิง	4.28 (มาก)			4.00 (มาก)		
1.4 เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มี ความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สิน	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	หญิง	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
2. ด้านราคา	ชาย	3.87 (มาก)	-3.425***	0.001	3.59 (มาก)	-5.565***	0.000
	หญิง	3.98 (มาก)			3.76 (มาก)		
2.1 ค่าเข้าชมมีราคาถูก	ชาย	4.00 (มาก)	-3.064***	0.002	4.00 (มาก)	-1.393	0.165
	หญิง	4.10 (มาก)			4.02 (มาก)		

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
2.2 ค่าใช้จ่ายของที่พักร และบริการอื่นๆ มี ราคาเหมาะสม	ชาย	3.60 (มาก)	-8.743***	0.000	3.77 (มาก)	-5.565***	0.000
	หญิง	4.00 (มาก)			4.00 (มาก)		
2.3 ค่าใช้จ่ายในการ เดินทางไปยังน้ำพุ ร้อนสันกำแพงมี ราคาถูก	ชาย	4.00 (มาก)	3.737***	0.000	3.00 (ปานกลาง)	-6.059***	0.000
	หญิง	3.85 (มาก)			3.27 (ปานกลาง)		
3. ด้านสถานที่ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	2.83 (ปานกลาง)	-1.08	0.281	2.88 (ปานกลาง)	-7.324***	0.000
	หญิง	2.87 (ปานกลาง)			3.03 (ปานกลาง)		
3.1 การมีบริการอาบน้ำ และว่ายน้ำแร่	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	1.671*	0.096	3.09 (ปานกลาง)	1.94*	0.054
	หญิง	2.91 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
3.2 การมีบริการที่พักร ท่ามกลางธรรมชาติ	ชาย	2.00 (น้อย)	-3.865***	0.000	3.00 (ปานกลาง)	0.98	0.328
	หญิง	2.15 (น้อย)			2.99 (ปานกลาง)		
3.3 ความสะอาดของ พื้นที่โดยรวมของ น้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-1.47	0.143	3.00 (ปานกลาง)	-3.425***	0.001
	หญิง	3.03 (ปานกลาง)			3.11 (ปานกลาง)		
3.4 การมีสถานที่จอดรถ กว้างขวาง	ชาย	4.00 (มาก)	1.915*	0.057	4.00 (มาก)	-2.674***	0.008
	หญิง	3.96 (มาก)			4.07 (มาก)		

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
3.5 ความสะอาดและ ความพอเพียงของ ห้องน้ำ	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	1.47	0.143	2.71 (ปานกลาง)	-6.229***	0.000
	หญิง	2.97 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
3.6 การมีรถประจำ ทางเข้าออก ทุกชั่วโมง	ชาย	2.00 (น้อย)	-2.058**	0.041	2.00 (น้อย)	-	-
	หญิง	2.21 (น้อย)			2.00 (น้อย)		
4. ด้านการ ประชาสัมพันธ์	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-	-	2.00 (น้อย)	0.98	0.328
	หญิง	3.00 (ปานกลาง)			1.99 (น้อย)		
4.1 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของน้ำพุร้อน สันกำแพง	ชาย	4.00 (มาก)	2.456**	0.015	2.00 (น้อย)	0.98	0.328
	หญิง	3.93 (มาก)			1.99 (น้อย)		
4.2 การประชาสัมพันธ์ ของอำเภอ สันกำแพง	ชาย	2.00 (น้อย)	-2.108**	0.036	2.00 (น้อย)	0.98	0.328
	หญิง	2.05 (น้อย)			1.99 (น้อย)		
4.3 การประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-2.287**	0.023	2.00 (น้อย)	0.98	0.328
	หญิง	3.06 (ปานกลาง)			1.99 (น้อย)		

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
5. ด้านการให้บริการ	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	หญิง	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
5.1 การให้บริการของพนักงาน เช่น ทัศนคติ ความรวดเร็ว ความสุภาพ	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	หญิง	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
5.2 การบริการข้อมูลข่าวสารของพนักงาน	ชาย	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	หญิง	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		

หมายเหตุ : \*, \*\*, \*\*\* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา : จากการศึกษา



### 4.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม

#### ตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

การศึกษาจากปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษามีดังนี้คือ

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ที่มีรายได้แน่นอน (อาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ นักเรียนหรือนักศึกษา) มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.10)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ที่มีรายได้ไม่แน่นอน (อาชีพธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ และอื่นๆ) มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.10)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างทางความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ โดยจำแนกตามอาชีพ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สำหรับ 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน ให้คะแนนปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มากกว่านักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน (ตารางที่ 4.10)

นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดที่มีรายได้แน่นอน (อาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ นักเรียนหรือนักศึกษา) มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.10)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดที่มีรายได้ไม่แน่นอน (อาชีพธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ และอื่นๆ) มีความคิดเห็น ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพູຣ່ອນสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 (ระดับปานกลาง) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 (ระดับปานกลาง) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.10)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างทางความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด โดยจำแนกตามอาชีพ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวหน้าพູຣ່ອນสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สำหรับ 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน ให้คะแนนปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน (ตารางที่ 4.10)

**ตารางที่ 4.10** คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวหน้าพູຣ່ອນสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือ สิ่งดึงดูดใจ	แน่นอน	3.84 (มาก)	6.033***	0.000	3.76 (มาก)	16.575***	0.000
	ไม่แน่นอน	3.50 (มาก)			3.34 (ปานกลาง)		
1.1 ความสวยงามของน้ำพູຣ່ອນ	แน่นอน	4.21 (มาก)	3.524***	0.001	4.04 (มาก)	2.712***	0.007
	ไม่แน่นอน	4.00 (มาก)			3.80 (มาก)		
1.2 การมีบ่อน้ำแร่จากธรรมชาติขนาดใหญ่	แน่นอน	3.94 (มาก)	25.608***	0.000	4.00 (มาก)	18.126***	0.000
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
1.3 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	แน่นอน	4.21 (มาก)	3.524***	0.001	4.00 (มาก)	12.659***	0.000
	ไม่แน่นอน	4.00 (มาก)			3.53 (ปานกลาง)		
1.4 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
2. ด้านราคา	แน่นอน	3.99 (มาก)	3.524***	0.001	3.71 (มาก)	18.126***	0.000
	ไม่แน่นอน	3.76 (มาก)			3.33 (ปานกลาง)		
2.1 ค่าเข้าชมมีราคาถูก	แน่นอน	4.08 (มาก)	1.962*	0.051	4.01 (มาก)	0.403	0.687
	ไม่แน่นอน	4.00 (มาก)			4.00 (มาก)		
2.2 ค่าใช้จ่ายของที่พักและบริการอื่นๆ มีราคาเหมาะสม	แน่นอน	4.00 (มาก)	19.673***	0.000	3.96 (มาก)	18.126***	0.000
	ไม่แน่นอน	3.28 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังน้ำพุร้อน สันกำแพงราคาถูก	แน่นอน	3.89 (มาก)	-2.377**	0.018	3.15 (ปานกลาง)	1.627	0.105
	ไม่แน่นอน	4.00 (มาก)			3.00 (ปานกลาง)		
3. ด้านสถานที่ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวก	แน่นอน	2.87 (ปานกลาง)	4.272***	0.000	3.01 (ปานกลาง)	11.39***	0.000
	ไม่แน่นอน	2.83 (ปานกลาง)			2.85 (ปานกลาง)		

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
3.1 การมีบริการอาบน้ำและว่ายน้ำแร่	แน่นอน	2.94 (ปานกลาง)	-1.08	0.281	3.04 (ปานกลาง)	-0.258	0.796
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)			3.07 (ปานกลาง)		
3.2 การมีบริการที่พักท่ามกลางธรรมชาติ	แน่นอน	2.12 (น้อย)	2.455**	0.015	2.99 (ปานกลาง)	-0.284	0.777
	ไม่แน่นอน	2.00 (น้อย)			3.00 (ปานกลาง)		
3.3 ความสะอาดของพื้นที่โดยรวมของน้ำพุร้อนสันกำแพง	แน่นอน	3.02 (ปานกลาง)	0.951	0.343	3.06 (ปานกลาง)	0.969	0.334
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
3.4 การมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	แน่นอน	3.97 (มาก)	-1.236	0.218	4.04 (มาก)	0.764	0.446
	ไม่แน่นอน	4.00 (มาก)			4.00 (มาก)		
3.5 ความสะอาดและความพอเพียงของห้องน้ำ	แน่นอน	2.98 (ปานกลาง)	-0.951	0.343	2.93 (ปานกลาง)	14.017***	0.000
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)			2.00 (น้อย)		
3.6 การมีรถประจำทางเข้าออกทุกชั่วโมง	แน่นอน	2.16 (น้อย)	1.327	0.186	2.00 (น้อย)	-	-
	ไม่แน่นอน	2.00 (น้อย)			2.00 (น้อย)		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	1.99 (น้อย)	-0.284	0.777
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)			2.00 (น้อย)		

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
4.1 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของ น้ำพุร้อนสันกำแพง	แน่นอน	3.95 (มาก)	-1.58	0.116	1.99 (น้อย)	-0.284	0.777
	ไม่แน่นอน	4.00 (มาก)			2.00 (น้อย)		
4.2 การ ประชาสัมพันธ์ของ อำเภอสันกำแพง	แน่นอน	2.04 (น้อย)	1.359	0.176	1.99 (น้อย)	-0.284	0.777
	ไม่แน่นอน	2.00 (น้อย)			2.00 (น้อย)		
4.3 การประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	แน่นอน	3.05 (ปานกลาง)	1.473	0.142	1.99 (น้อย)	-0.284	0.777
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)			2.00 (น้อย)		
5. ด้านการให้บริการ	แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
5.1 การให้บริการของ พนักงาน เช่น อัยยาศัย ความสุภาพ	แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
5.2 การบริการข้อมูล ข่าวสารของพนักงาน	แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	ไม่แน่นอน	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-

หมายเหตุ : \*, \*\*, \*\*\* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

การศึกษาจากปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้นั้น ผลการศึกษามีดังนี้คือ

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.11)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.11)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างทางความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่โดยจำแนกตามรายได้ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ แล้วพบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ให้คะแนนปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มากกว่านักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป (ตารางที่ 4.11)

นักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 (ระดับปานกลาง) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 (ระดับปานกลาง) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.11)

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงครั้งนี้ อันดับ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ



3.71 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.11)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างทางความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด โดยจำแนกตามรายได้ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ รายได้ไม่เกิน 15,000 บาทและ 15,001 บาทขึ้นไป พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท (ตารางที่ 4.11)

**ตารางที่ 4.11** คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้

รายการ	รายได้	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ สิ่งดึงดูดใจ	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.94 (มาก)	6.355***	0.000	3.42 (ปานกลาง)	-14.276***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.63 (มาก)			3.76 (มาก)		
1.1 ความสวยงามของ น้ำพุร้อน	ไม่เกิน 15,000 บาท	4.38 (มาก)	8.156***	0.000	3.94 (มาก)	-1.024	0.307
	15,001 บาท ขึ้นไป	4.00 (มาก)			4.03 (มาก)		
1.2 การมีบ่อน้ำแร่จากธรรมชาติขนาดใหญ่	ไม่เกิน 15,000 บาท	4.00 (มาก)	9.334***	0.000	3.12 (ปานกลาง)	-36.862***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.50 (ปานกลาง)			4.00 (มาก)		

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	รายได้	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
1.3 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	ไม่เกิน 15,000 บาท	4.38 (มาก)	8.156***	0.000	3.59 (มาก)	-11.261***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	4.00 (มาก)			4.00 (มาก)		
1.4 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
2. ด้านราคา	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.98 (มาก)	4.272***	0.000	3.33 (ปานกลาง)	-22.282***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.90 (มาก)			3.71 (มาก)		
2.1 ค่าเข้าชมมีราคาถูกลง	ไม่เกิน 15,000 บาท	4.14 (มาก)	4.184***	0.000	4.00 (มาก)	-0.431	0.667
	15,001 บาท ขึ้นไป	4.00 (มาก)			4.01 (มาก)		
2.2 ค่าใช้จ่ายของที่พักและบริการอื่นๆ มีราคาเหมาะสม	ไม่เกิน 15,000 บาท	4.00 (มาก)	6.033***	0.000	3.00 (ปานกลาง)	-22.282***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.71 (มาก)			3.97 (มาก)		
2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังน้ำพุร้อนสันกำแพงราคาถูกลง	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.81 (มาก)	-5.153***	0.000	3.00 (ปานกลาง)	-1.744*	0.083
	15,001 บาท ขึ้นไป	4.00 (มาก)			3.15 (ปานกลาง)		

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	รายได้	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เกิน 15,000 บาท	2.93 (ปานกลาง)	2.455**	0.015	2.86 (ปานกลาง)	-12.82***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	2.80 (ปานกลาง)			3.01 (ปานกลาง)		
3.1 การมีบริการอาบน้ำและว่ายน้ำแร่	ไม่เกิน 15,000 บาท	2.89 (ปานกลาง)	-2.251**	0.025	3.18 (ปานกลาง)	1.69*	0.093
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			3.03 (ปานกลาง)		
3.2 การมีบริการที่พักท่ามกลางธรรมชาติ	ไม่เกิน 15,000 บาท	2.20 (น้อย)	5.34***	0.000	3.00 (ปานกลาง)	0.304	0.761
	15,001 บาท ขึ้นไป	2.00 (น้อย)			2.99 (ปานกลาง)		
3.3 ความสะอาดของพื้นที่โดยรวมของน้ำพุร้อนสันกำแพง	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.03 (ปานกลาง)	1.978**	0.049	3.00 (ปานกลาง)	-1.037	0.301
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			3.06 (ปานกลาง)		
3.4 การมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.94 (มาก)	-2.584***	0.010	4.00 (มาก)	-0.818	0.414
	15,001 บาท ขึ้นไป	4.00 (มาก)			4.04 (มาก)		

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	รายได้	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
3.5 ความสะอาดและ ความพอเพียงของ ห้องน้ำ	ไม่เกิน 15,000 บาท	2.97 (ปานกลาง)	-1.978**	0.049	2.00 (น้อย)	-16.222***	0.000
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			2.94 (ปานกลาง)		
3.6 การมีรถประจำ ทางเข้าออกทุกชั่วโมง	ไม่เกิน 15,000 บาท	2.52 (น้อย)	7.794***	0.000	2.00 (น้อย)	-	-
	15,001 บาท ขึ้นไป	1.81 (น้อย)			2.00 (น้อย)		
4. ด้านการ ประชาสัมพันธ์	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.00 (ปานกลาง)	-	-	2.00 (น้อย)	0.304	0.761
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			1.99 (น้อย)		
4.1 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของน้ำพุ ร้อนสันกำแพง	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.91 (มาก)	-3.33***	0.001	2.00 (น้อย)	0.304	0.761
	15,001 บาท ขึ้นไป	4.00 (มาก)			1.99 (น้อย)		

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	รายได้	ชาวเชียงใหม่			ชาวต่างจังหวัด		
		ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value	ค่าเฉลี่ย	ค่า t	p-value
4.2 การ ประชาสัมพันธ์ของ อำเภอสันกำแพง	ไม่เกิน 15,000 บาท	2.07 (น้อย)	2.848***	0.005	2.00 (น้อย)	0.304	0.761
	15,001 บาท ขึ้นไป	2.00 (น้อย)			1.99 (น้อย)		
4.3 การประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.08 (ปานกลาง)	3.096	0.002	2.00 (น้อย)	0.304	0.761
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			1.99 (น้อย)		
5. ด้านการให้บริการ	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
5.1 การให้บริการของ พนักงาน เช่น อธิยาศัย ความสุภาพ	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		
5.2 การบริการข้อมูล ข่าวสารของพนักงาน	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.00 (ปานกลาง)	-	-	3.00 (ปานกลาง)	-	-
	15,001 บาท ขึ้นไป	3.00 (ปานกลาง)			3.00 (ปานกลาง)		

หมายเหตุ : \*, \*\*, \*\*\* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3 พฤติกรรมของชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในครั้งนี้ ประกอบด้วย จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ช่วงวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในครั้งนี้ บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาที่ใช้ในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง จำแนกตามรายการค่าใช้จ่ายต่อคน แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลน้ำพุร้อนสันกำแพง การกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกในอนาคต นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างเคยเที่ยวน้ำพุร้อนจากแหล่งอื่นหรือไม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างนอกจากไปเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงแล้วจะไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใด โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 4.3.1 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป เป็นจำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 29 ต่อมาคือ 2 ครั้ง จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 และมาเป็นครั้งแรก จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ การที่นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป อาจเพราะการเดินทางจากตัวเมืองเชียงใหม่มายังน้ำพุร้อนสันกำแพงใช้เวลาไม่มาก และเป็นสถานที่พักผ่อน (ตารางที่ 4.12)

นักท่องเที่ยวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงเป็นครั้งแรก จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.50 รองลงมาคือ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4 ต่อมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชาวต่างจังหวัดกลุ่มนี้มาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งแรก จึงเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงด้วย (ตารางที่ 4.12)



ตารางที่ 4.12 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในช่วง 5 ปี  
ที่ผ่านมารวมครั้งนี้

จำนวนครั้งที่มาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	17	8.50	191	95.50	208	52.00
2 ครั้ง	44	22.00	8	4.00	52	13.00
3 ครั้ง	58	29.00	1	0.50	59	14.75
ตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป	81	40.50	-	-	81	20.25
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.2 ช่วงวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในครั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.25 และช่วงวันจันทร์ - สุกร์ จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 (ตารางที่ 4.13)

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 อาจเพราะเป็นช่วงหยุดพักผ่อนจากการทำงาน และน้ำพุร้อนสันกำแพงอยู่ไม่ไกลจากตัวเมือง จึงเดินทางมาเที่ยวได้ง่าย รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 และช่วงวันจันทร์ - สุกร์ จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 26 (ตารางที่ 4.13)

นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 46 อาจเพราะช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ส่วนใหญ่เป็นช่วงวันหยุดยาว ทำให้มีโอกาสมานเที่ยวพักผ่อนได้หลายวัน รองลงมาคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 และช่วงวันจันทร์ - สุกร์ จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ช่วงวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในครั้งนี้

ช่วงวันที่มาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จันทร์ - ศุกร์	52	26.00	36	18.00	88	22.00
เสาร์ - อาทิตย์	87	43.50	72	36.00	159	39.75
วันหยุดนักขัตฤกษ์	61	30.50	92	46.00	153	38.25
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.3 บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงกับนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวหรือญาติพี่น้อง จำนวน 327 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.75 ซึ่งจำนวนพี่น้องที่ติดตามไปด้วยคือประมาณ 2 - 3 คน รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.25 ซึ่งจำนวนเพื่อนที่ติดตามไปด้วยมีประมาณ 2 - 4 คน (ตารางที่ 4.14)

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวเชียงใหม่และชาวต่างจังหวัด ส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 73.50 และร้อยละ 90 ตามลำดับ อาจเพราะต้องการพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาพักผ่อนและมีกิจกรรมร่วมกัน รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และร้อยละ 10 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้

บุคคลที่ร่วมเดินทางมา เที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ครอบครัว	147	73.50	180	90.00	327	81.75
เพื่อน	53	26.50	20	10.00	73	18.25
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.4 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

##### กลุ่มตัวอย่าง

พาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ในการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงเป็น อันดับ 1 ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 377 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.25 รองลงมาคือรถเช่า จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 (ตารางที่ 4.15)

พาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนิยมใช้ในการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงคือ รถยนต์ส่วนตัว ถึงแม้ว่าเขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงจะมีรถประจำทางเข้าออก แต่ทั้งนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่และชาวต่างจังหวัดต่างก็นิยมารถยนต์ส่วนตัว ซึ่งสามารถจะแวะเที่ยวที่อื่นได้และมีความสะดวกมากกว่ารถประจำทาง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัด ใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.5 ที่เหลือใช้บริการรถเช่า จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

#### ตารางที่ 4.15 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

##### กลุ่มตัวอย่าง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	200	100	177	88.50	377	94.25
รถเช่า	-	-	23	11.50	23	5.75
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาที่ใช้ในการที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลา 2.01 - 3 ชั่วโมง จำนวน 259 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมาคือใช้เวลา 1.01 - 2 ชั่วโมง จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9 (ตารางที่ 4.16)

ระยะเวลาที่ใช้ในการที่เขื่อนน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลา 2.01 - 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 86.50 และร้อยละ 43 ตามลำดับ รองลงมาคือใช้เวลา 1.01 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.50 และร้อยละ 39 ตามลำดับ แต่สำหรับชาวต่างจังหวัด มีร้อยละ 18 ที่ใช้เวลา 1 ชั่วโมง เพื่อที่จะสามารถไปเที่ยวสถานที่อื่นด้วย เช่น บ้านบ่อสร้าง ถนนคนเดิน สวนสัตว์เชียงใหม่ ดอยสุเทพ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ระยะเวลาที่ใช้ในการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาที่ใช้ในการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ชั่วโมง	-	-	36	18.00	36	9.00
1.01 - 2 ชั่วโมง	27	13.50	78	39.00	105	26.25
2.01 - 3 ชั่วโมง	173	86.50	86	43.00	259	64.75
รวม	200	100	200	100	400	100

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.6 ค่าใช้จ่ายในการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพงครั้งนี้

ในการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพง นักท่องเที่ยวจะต้องจ่ายค่าเข้าชมทุกคน นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมต่างๆให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการโดยเสียค่าใช้จ่าย เช่น ค่าอาบน้ำแร่ ค่านวดแผนไทย ค่าอาหารและเครื่องดื่ม จากผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ ค่าเข้าชม 20 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 100 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 150 บาท/คน จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.75 จำนวน 200 บาท/คน จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 จำนวน 250 บาท/คน จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.75 และจำนวน 300 บาท/คน จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 ดังนั้นค่าอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉลี่ยคือ 203.50 บาทต่อคน ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แบ่งเป็นจำนวน 50 บาท/คน เป็นค่าอาบน้ำแร่ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.83 และจำนวน 150 บาท/คน เป็นค่านวดแผนไทยหรือนวดฝ่าเท้า จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.17 ดังนั้นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉลี่ยคือ 278 บาทต่อคน (ตารางที่ 4.17)

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเทียวน้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ ค่าเข้าชม 20 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 100 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 150 บาท/คน จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 จำนวน 200 บาท/คน จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5 จำนวน 250 บาท/คน จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 และจำนวน 300 บาท/คน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6 ดังนั้นค่าอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉลี่ยคือ 198.25 บาทต่อคน ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แบ่งเป็นจำนวน 50 บาท/คน เป็นค่าอาบน้ำแร่ จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.11 และจำนวน 150 บาท/คน เป็นค่านวดแผนไทยหรือนวดฝ่าเท้า จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.89 ดังนั้นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่โดยเฉลี่ยคือ 264 บาทต่อคน (ตารางที่ 4.17)

นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพง ได้แก่ ค่าเข้าชม 20 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 100 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 150 บาท/คน จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5 จำนวน 200 บาท/คน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 จำนวน 250 บาท/คน จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 23 และจำนวน 300 บาท/คน จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 ดังนั้นค่าอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉลี่ยคือ 208.75 บาทต่อคน ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แบ่งเป็นจำนวน 50 บาท/คน เป็นค่าอาบน้ำแร่ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.65 และจำนวน 150 บาท/คน เป็นค่านวดแผนไทยหรือนวดฝ่าเท้า จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.35 ดังนั้นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดโดยเฉลี่ยคือ 292 บาทต่อคน (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวหน้าพุ่มร้อนสันกำแพงครั้งนี้

รายการค่าใช้จ่าย	ชาวเชียงใหม่	ชาวต่างจังหวัด	รวม
<b>1. ค่าเข้าชม</b>			
- จำนวนคนที่เข้าชม (คน)	200	200	400
- จำนวนเงินค่าเข้าชม (บาท/คน)	20	20	20
<b>2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม</b>			
- ผู้ที่ใช้จ่าย (คน)	200	200	400
- จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน)	199	209	204
<b>3. ค่าอาบน้ำแร่</b>			
- ผู้ที่ใช้จ่าย (คน)	46	21	67
- จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน)	50	50	50
<b>4. ค่านวดแผนไทย</b>			
- ผู้ที่ใช้จ่าย (คน)	44	76	120
- จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน)	150	150	150
<b>จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยรวม (บาท/คน)</b>	<b>264</b>	<b>292</b>	<b>278</b>

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.3.7 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาพืชร้อนสันกำแพง

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาพืชร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง จำนวน 228 ราย คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.75 ต่อมาก็คือใช้ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน จำนวน 197 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.25 และจากหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 (ตารางที่ 4.18)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาพืชร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.5 รองลงมาคือใช้ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 94 และเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 (ตารางที่ 4.18)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาพืชร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 94 รองลงมาคือเพื่อน/ญาติพี่น้อง จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 ต่อมาก็คือใช้ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 และจากหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 4.18)

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ส่วนใหญ่จะเคยมาเที่ยวพืชร้อนสันกำแพงแล้ว จึงมีข้อมูลจากประสบการณ์ และคำบอกเล่าปากต่อปากจากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง ขณะที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ส่วนใหญ่ยังไม่เคยมาเที่ยวพืชร้อนสันกำแพง จึงเลือกหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ

#### ตารางที่ 4.18 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาพืชร้อนสันกำแพง

แหล่งข้อมูล	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	-	-	5	2.50	5	1.25
ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน	188	94.00	9	4.50	197	49.25
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	191	95.50	37	18.50	228	57.00
เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต	19	9.50	188	94	207	51.75

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.3.8 การกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกในอนาคต

โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจะกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกในอนาคต โดยมีนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยว จำนวน 385 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.25 และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่กลับมาเที่ยว เพราะอยากไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และไม่ชอบเที่ยวสถานที่เดิมๆที่เคยมาเที่ยวแล้ว จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 (ตารางที่ 4.19)

การกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกในอนาคตของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างทุกคนอยากจะกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง คิดเป็นร้อยละ 100 (ตารางที่ 4.19)

ส่วนโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างจะกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกในอนาคต โดยมีนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยว จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.5 และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่กลับมาเที่ยว เพราะอยากไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และไม่ชอบเที่ยวสถานที่เดิมๆที่เคยมาเที่ยวแล้ว จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 (ตารางที่ 4.19)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวเชียงใหม่และชาวต่างจังหวัดต่างอยากกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกหากมีโอกาส แต่ก็มีนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดบางส่วนที่จะไม่กลับมา เพราะต้องการเปลี่ยนไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ บ้าง

ตารางที่ 4.19 การกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงอีกในอนาคต

โอกาสกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
กลับ	200	100	185	92.50	385	96.25
ไม่กลับ	-	-	15	7.50	15	3.75
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.9 ประสบการณ์เที่ยวน้ำพุร้อนจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่เคยเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่น จำนวน 371 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.75 โดยแบ่งน้ำพุร้อนแหล่งอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างเคยไปเที่ยวได้แก่น้ำพุร้อนแม่ชะจาน จำนวน 228 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.46 น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.88 น้ำพุร้อนแม่แตง จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.12 และน้ำพุร้อนฝาง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.54 และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่นเลย จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวยาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างที่เคยเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่น จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.5 โดยแบ่งน้ำพุร้อนแหล่งอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างเคยไปเที่ยวได้แก่น้ำพุร้อนแม่ชะจาน จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.19 น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.94 น้ำพุร้อนแม่แตง จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.73 และน้ำพุร้อนฝาง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.13 และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่นเลย จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวยาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่างที่เคยเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่น จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 97 โดยแบ่งน้ำพุร้อนแหล่งอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างเคยไปเที่ยวได้แก่น้ำพุร้อนแม่ชะจาน จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.43 และน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.57 และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่นเลย จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 (ตารางที่ 4.20)

ทั้งนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่และชาวต่างจังหวัดส่วนใหญ่เคยไปเที่ยวน้ำพุร้อนแหล่งอื่นมาแล้วเพราะประเทศไทยมีแหล่งน้ำพุร้อนจำนวนมากและกระจายอยู่เกือบทุกภูมิภาคจึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเที่ยวน้ำพุร้อน

#### ตารางที่ 4.20 ประสบการณ์เที่ยวน้ำพุร้อนจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น

เคยเที่ยวน้ำพุร้อนจากแหล่งอื่น	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ไม่เคย	23	11.50	6	3.00	29	7.25
2. เคย	177	88.50	194	97.00	371	92.75
2.1 น้ำพุร้อนแม่ชะจาน	103	58.19	125	64.43	228	61.46
2.2 น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน	53	29.94	69	35.57	122	32.88
2.3 น้ำพุร้อนแม่แตง	19	10.73	-	-	19	5.12
2.4 น้ำพุร้อนฝาง	2	1.13	-	-	2	0.54

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.10 การเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นในครั้งนี้นอกจากน้ำพุร้อนสันกำแพง

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่าง นอกจากไปเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงแล้ว จะไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่น ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ บ้านบ่อสร้าง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 ซึ่งบ้านบ่อสร้างทำร่มในเขตอำเภอสันกำแพง นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมการทำร่ม และเลือกซื้อ

ห้ามเพื่อเป็นของที่ระลึกได้ ร่มนั้นสะดวกสำหรับผู้พบเห็น ร่มที่ผลิตในหมู่บ้านบ่อสร้างนี้มี 3 ชนิดด้วยกันคือ ร่มที่ทำด้วย ผ้าแพร ผ้าฝ้ายและกระดาษสา อันดับที่ 2 คือ ถ้ำเมืองออน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4 ซึ่งถ้ำเมืองออนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอีกแห่งของจังหวัดเชียงใหม่ มีหินงอกคล้ายมินมผา เป็นพระธาตุตั้งอยู่กลางลานในถ้ำ ผ่นถ้ำเป็นหินงอกหินย้อย อยู่ในเขตหมู่บ้านสหกรณ์ 2 ตำบลบ้านสหกรณ์ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ อันดับที่ 3 คือ น้ำตกห้วยแก้ว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยน้ำตกห้วยแก้ว เป็นน้ำตกเล็ก ๆ สูงประมาณ 10 ม. มีน้ำไหลตลอดปี รอบ ๆ บริเวณก็สวยงามด้วยทิวทัศน์และร่มรื่นด้วยพันธุ์ไม้ และอันดับที่ 4 คือ ห้วยตึงเฒ่า จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยอ่างเก็บน้ำห้วยตึงเฒ่า ก่อสร้างขึ้นตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำ ที่ใช้ในศูนย์เกษตรกรรมทหารฯ และราษฎรบริเวณใกล้เคียง บริเวณอ่างเก็บน้ำมีหาดทรายคล้ายชายทะเล สามารถเล่นน้ำได้ มีบริการห่วงยาง เรือพาย จักรยานน้ำให้เช่า มีร้านอาหาร ชุมนแพสำหรับตกปลาบริเวณสันเขื่อน กิจกรรมกระโดดหอ เกมโซน เฟ้นท์บอล รถเอทีวี และเครื่องเล่นต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมค่ายพักแรม บ้านพัก และพื้นที่กางเต็นท์ ค่าธรรมเนียมเข้าชมคนละ 20 บาท อาจเพราะนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่คุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในเชียงใหม่เป็นอย่างดีคืออยู่แล้ว สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ไปเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นการไปเที่ยวซ้ำ (ตารางที่ 4.21)

นักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง นอกจากไปเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงแล้ว จะไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่น ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ บ้านบ่อสร้าง จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 96 อันดับที่ 2 คือ ถนนคนเดิน (ท่าแพ ,วัวลาย) จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.5 โดยถนนคนเดินเชียงใหม่วันอาทิตย์ประตูท่าแพ เป็นที่เดินช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ ถนนคนเดินมีสองวันคือ วันเสาร์ที่ถนนวัวลาย วันอาทิตย์ที่ประตูท่าแพ อันดับที่ 3 คือ สวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.5 ตั้งอยู่บริเวณทางขึ้นดอยสุเทพ เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่ 8.00 น. - 17.00 น. มีสัตว์อยู่ในสวนสัตว์จำนวนมาก โดยเฉพาะหมีแพนด้า ช้าง ช้าง และ หลินฮุ่ย อันดับที่ 4 คือ ดอยสุเทพ จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 68 วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร เป็นพระอารามหลวง ชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร ตั้งอยู่บนยอดดอยสุเทพ เป็นหนึ่งในวัดของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความสำคัญมากที่สุด ในวัดมีเจดีย์ทรงเชียงแสน ฐานสูงย่อมุมระฆังทรงแปดเหลี่ยม ปิดด้วยทองจังโก 2 ชั้น ลานเจดีย์เป็นจุดชมทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ ทางขึ้นเป็นบันไดนาคเจ็ดเศียรก่อปูน และอันดับ 5 คือ ดอยอินทนนท์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 ดอยอินทนนท์เป็นยอดเขาที่สูงที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างจังหวัดกลุ่มนี้มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก จึงต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ให้ได้มากที่สุด ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นช่วงหยุดยาว (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 การเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นในครั้งนี นอกเหนือจากน้ำพุร้อนสันกำแพง

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บ่อสร้าง	11	5.50	192	96.00
ถนนคนเดิน (ท่าแพ ,วัดลาย)	-	-	167	83.50
สวนสัตว์เชียงใหม่	-	-	163	81.5
คอยสุเทพ	-	-	136	68.00
ถ้ำเมืองออน	8	4.00	-	-
น้ำตกห้วยแก้ว	3	1.50	-	-
ห้วยตึงเต่า	3	1.50	-	-
คอยอินทนนท์	-	-	2	1.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในการเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพง

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงนั้น มีความพึงพอใจในการมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงระดับใด ซึ่งในที่นี้ประกอบด้วย ความพึงพอใจ 5 ด้าน คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ 2. ด้านราคา 3. ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว 4. ด้านการประชาสัมพันธ์ 5. ด้านการบริการ โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ตอบคำถามข้างต้นว่าความพึงพอใจทั้ง 5 ด้านในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 คะแนน ตามลำดับ จากนั้นจะนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังนี้

##### 4.4.1 ความพึงพอใจในการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

เมื่อพิจารณาภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพง จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงสูงสุดอันดับ 1 คือความพึงพอใจด้านราคา ที่คะแนนเฉลี่ย 3.90 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ที่คะแนนเฉลี่ย 3.83 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือความพึงพอใจด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.22)

##### 4.4.2 ความพึงพอใจในการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ มีความพึงพอใจด้านราคา เป็นอันดับ 1 ที่คะแนนเฉลี่ย 3.92 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ที่คะแนนเฉลี่ย 3.71 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือความพึงพอใจด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ ที่คะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.22)

##### 4.4.3 ความพึงพอใจในการเดินทางมาเที่ยวหน้าพूर้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวต่างจังหวัด มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจเป็นอันดับ 1 ที่คะแนนเฉลี่ย 3.96 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือด้านราคา ที่คะแนนเฉลี่ย 3.89 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 (ระดับปานกลาง) (ตารางที่ 4.22)



เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่กับชาวต่างจังหวัดพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 คือ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ส่วนด้านอื่นๆ คือ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.22)

**ตารางที่ 4.22 คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจในการเที่ยวพักผ่อนสำนักรักของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

ความพึงพอใจ	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม		ค่า t	p-value
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ</b>	3.71 (มาก)	2	3.96 (มาก)	1	3.83 (มาก)	2	-6.92	0.000
1.1 ความสวยงามของน้ำพุร้อน	3.71 (มาก)		4.02 (มาก)		3.87 (มาก)		-7.78	0.000
1.2 การมีบ่อน้ำแร่จากธรรมชาติขนาดใหญ่	3.37 (ปานกลาง)		3.93 (มาก)		3.65 (มาก)		-14.23	0.000
1.3 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	3.94 (มาก)		3.97 (มาก)		3.95 (มาก)		-1.25	0.212
<b>2. ด้านราคา</b>	3.92 (มาก)	1	3.89 (มาก)	2	3.90 (มาก)	1	0.99	0.319
2.1 ค่าเข้าชมมีราคาถูก	4.06 (มาก)		4.01 (มาก)		4.04 (มาก)		2.73	0.006
2.2 ค่าใช้จ่ายของที่พักรและ บริการอื่นๆมีราคาเหมาะสม	3.84 (มาก)		3.89 (มาก)		3.86 (มาก)		-1.44	0.15
2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไปยังน้ำพุร้อนสันกำแพงมีราคาถูก	3.92 (มาก)		3.14 (ปานกลาง)		3.53 (มาก)		24.55	0.000
<b>3. ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก</b>	3.00 (ปานกลาง)	3	3.00 (ปานกลาง)	3	3.00 (ปานกลาง)	3	-	-
3.1 การมีบริการอาบน้ำและ ว่ายน้ำแร่	3.87 (มาก)		3.83 (มาก)		3.85 (มาก)		1.11	0.264
3.2 การมีบริการที่พักท่ามกลาง ธรรมชาติ	2.99 (ปานกลาง)		3.05 (ปานกลาง)		3.02 (ปานกลาง)		-1.72	0.086
3.3 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.00 (ปานกลาง)		3.00 (ปานกลาง)		3.00 (ปานกลาง)		1.00	0.318



ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ชาวเชียงใหม่		ชาวต่างจังหวัด		รวม		ค่า t	p-value
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
3.4 ความสะอาดของพื้นที่โดยรวมของน้ำพุร้อนสันกำแพง	3.04 (ปานกลาง)		3.06 (ปานกลาง)		3.05 (ปานกลาง)		-0.96	0.336
3.5 การมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	4.02 (มาก)		4.04 (มาก)		4.03 (มาก)		-0.91	0.36
3.6 ความสะอาดและความพอเพียงของห้องน้ำ	2.91 (มาก)		2.86 (มาก)		2.88 (มาก)		1.39	0.163
3.7 การมีรถประจำทางเข้าออกทุกชั่วโมง	1.91 (น้อย)		2.00 (น้อย)		1.95 (น้อย)		-4.57	0.000
<b>4. ด้านการประชาสัมพันธ์</b>	1.99 (น้อย)	4	2.00 (น้อย)	4	1.99 (น้อย)	4	-1.00	0.316
4.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของน้ำพุร้อนสันกำแพง	1.99 (น้อย)		2.00 (น้อย)		1.99 (น้อย)		-1.00	0.316
4.2 การประชาสัมพันธ์ของอำเภอสันกำแพง	1.99 (น้อย)		2.00 (น้อย)		1.99 (น้อย)		-1.00	0.316
4.3 การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1.99 (น้อย)		2.00 (น้อย)		1.99 (น้อย)		-0.57	0.563
<b>5. ด้านการให้บริการ</b>	3.00 (ปานกลาง)	3	3.00 (ปานกลาง)	3	3.00 (ปานกลาง)	3	-	-
5.1 การให้บริการของพนักงาน เช่น อธิบาย ความรวดเร็ว ความสุภาพ	3.00 (ปานกลาง)		3.00 (ปานกลาง)		3.00 (ปานกลาง)		-	-
5.2 การบริการข้อมูลข่าวสารของพนักงาน	3.00 (ปานกลาง)		3.00 (ปานกลาง)		3.00 (ปานกลาง)		-	-
รวมเฉลี่ย	3.12 (ปานกลาง)		3.17 (ปานกลาง)		3.14 (ปานกลาง)			

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการศึกษา