

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการ
ของสวนสัตว์เชียงใหม่



บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2554

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการ
ของสวนสัตว์เชียงใหม่

ปรมาภรณ์ รัตนสืบ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อนับเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2554

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการ
ของสวนสัตว์เชียงใหม่

ปรมาภรณ์ รัตนสืบ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ



ประธานกรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ

รองศาสตราจารย์ อรรถพร มณีสงฆ์



กรรมการ

รองศาสตราจารย์ อรรถพร มณีสงฆ์



กรรมการ

อาจารย์มีธนา สดุดีค้ำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

14 กรกฎาคม 2554

All rights reserved

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สามารถสำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขจนการค้นคว้าแบบอิสระเสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ และอาจารย์มีชนา สฤษดิ์นำ ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

ขอขอบคุณคุณปิยวรรณ เจริญสุข โสภณ เจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาดที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานทั้งในการเรียน การทำวิจัย และการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ รวมทั้งขอขอบคุณทุกๆ การช่วยเหลือ การให้กำลังใจ ข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดจนประสบการณ์ในการแลกเปลี่ยนความรู้จากเพื่อนๆ MBA Marketing รุ่นที่ 4 ทุกคน

สุดท้ายกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการสนับสนุนการศึกษาด้วยดีมาตลอด

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงจะมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อย สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจที่จะศึกษาในรายละเอียดต่อไป

ปรมาภรณ์ รัตนสืบ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสม
ตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวปรมาภรณ์ รัตนสืบ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) t-test เพื่อหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่มาที่สวนสัตว์เชียงใหม่ มีจำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 2 คน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ (ภายใน 1 ปี) มีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์เชียงใหม่จากบุคคลแนะนำ มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่า 500 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากกับการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่อีก และบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ

อยู่ในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Satisfaction of Thai Tourists Towards Services
Marketing Mix of Chiang Mai Zoo

Author Miss Poramaporn Rattanasueb

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

Abstract

The purpose of this independent study was to study the Satisfaction of Thai tourists towards services marketing mix of Chiang Mai Zoo. Four hundred Thai tourists who visited Chiangmai's zoo were enrolled in this study using Quota and Convenience Sampling. The interview forms were collected. The data were analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and inferential statistics t-test to find out the differences between the Thai tourists' expectation and perceived performance of the zoo's services.

The results of this study showed that most of the interviewees were female, single, undergraduate degree, living in Chiangmai, being high school students/university students, and fixed income lower to 10,000 baht per month.

As the behavior of the Thai tourists traveling Chiangmai's zoo, they usually came with their families, 2 accompanies, using car and had never been Chiangmai zoo within a year. They intended to take a rest and got the zoo's information from personally recommend. The traveling budgets were up to 500 baht. Most of them were satisfied to visit the zoo, willing to come back and invite others to travel the zoo.

As comparison between the Thai tourists' expectation mean and perceived performance towards the zoo's services, the interviewees were highly satisfied towards 6 marketing mix, which are product, price, place or distributor, people, process, and physical evidence. They were also satisfied towards promotion.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการ	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	20
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	27
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนออื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่	69
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	73
สรุปผลการศึกษา	73
อภิปรายผลการศึกษา	82
ข้อค้นพบ	85
ข้อเสนอแนะ	86
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	87
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก	90
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการค้นคว้าแบบอิสระ	91
ภาคผนวก ข หนังสือตอบรับให้นักศึกษาทำการค้นคว้าแบบอิสระ	101
ภาคผนวก ค ข้อมูลสวนสัตว์เชียงใหม่	102
ประวัติผู้เขียน	106

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุตรที่ต้องดูแล	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ภูมิลาเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของ การมาใช้บริการ	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคน ที่มาใช้บริการด้วย	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะ ที่ใช้ในการเดินทางมาสวนสัตว์	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมาเที่ยว สวนสัตว์เชียงใหม่ (ภายใน 1 ปี)	22
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ที่มาใช้บริการ	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล	24
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่	24
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจ กับการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการกลับมา ท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่หรือไม่	26
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบอกต่อให้บุคคลอื่น	26
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	27
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	32
21	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	37
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	39
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	41
24	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	43
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อความคาดหวังของ ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการรับรู้จริงของ ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	45
27	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	46
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	47
29	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	48
30	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	49
31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	50
32	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	51
33	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
34	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	53
35	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	54
36	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	55
37	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบ สอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่	56
38	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	58
39	การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่	60
40	แสดงผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	62
41	แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับความคาดหวังของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
42	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	64
43	แสดงผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการรับรู้จริง ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	65
44	แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้จริงของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	66
45	แสดงผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังกับการรับรู้จริง ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	68

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากประชาชนและนักท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ ซึ่งสวนสัตว์ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความหลากหลายทางชีวภาพด้านธรรมชาติและระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิตทั้งสัตว์และพืช สวนสัตว์นอกจากจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความเพลิดเพลิน และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษาหาความรู้สำหรับคนทุกเพศทุกวัย ได้อีกด้วย จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้สวนสัตว์กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและความสนใจไม่น้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอื่นๆ (สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารราชการ (สขร.), 2553: ออนไลน์)

สวนสัตว์เชียงใหม่ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2520 (สวนสัตว์เชียงใหม่, 2553: ออนไลน์) เป็นหนึ่งในสวนสัตว์ที่มีความสำคัญของประเทศไทย และยังเป็นสวนสัตว์แห่งแรกทางภาคเหนือ มีประวัติดำเนินงานมากกว่า 30 ปี มีสภาพพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติสูงมาก เนื่องจากสวนสัตว์เชียงใหม่ประกอบด้วย ภูเขา เนินเขา หุบเขาลาดชัน สลับกันไป มีน้ำตกธรรมชาติไหลผ่าน มีพันธุ์ไม้ธรรมชาติที่เหมาะสมในการอนุรักษ์และแพร่ขยายพันธุ์สัตว์ป่า และด้วยองค์ประกอบที่โดดเด่นในด้านสภาพพื้นที่ที่สวยงาม มีความเป็นธรรมชาติสูง มีสัตว์ที่น่าสนใจ สัตว์หายาก อาทิ เช่น โคอาล่า (Koala) เพนกวิน (Humboldt Penguin) และสัตว์อื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้งมีการจัดแสดงโชว์สัตว์ต่างๆ และการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี และสิ่งที่น่าสนใจของสวนสัตว์เชียงใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากก็คือแพนด้าช่วงช่วง หลินฮุ่ย หุตสันตวไมตรีจากสาธารณรัฐประชาชนจีนและหลินปิงลูกแพนด้าที่เกิดในประเทศไทย เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2552, สโนว์โดม (Snow Dome) (องค์การสวนสัตว์, 2552: ออนไลน์) และเชียงใหม่ ซู อควอเรียม (Chiangmai Zoo Aquarium) พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำครบวงจรแห่งแรก และเป็นแห่งเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีอุโมงค์ใต้น้ำขนาดยาวที่สุดในโลก (เชียงใหม่ ซู อควอเรียม, 2553: ออนไลน์) ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมได้เป็นจำนวนมาก จากรายงานสถิติย้อนหลังจำนวน 3 ปี มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ดังนี้ ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 740,629 คน ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 884,224 คน และในปี 2551 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 617,283

คน (รายงานผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2520-2553 สวนสัตว์เชียงใหม่, 2553) ซึ่งปัจจุบันในปี 2552 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ 1,398,613 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2551 กว่า 700,000 คน และเนื่องด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ จึงทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ของสวนสัตว์เชียงใหม่ไม่สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ จึงทำให้สวนสัตว์เชียงใหม่ได้รับข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นจำนวนมาก (นิพนธ์ วิชัยรัตน์, 2552: สัมภาษณ์)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงสวนสัตว์เชียงใหม่ให้มีศักยภาพพร้อมในการตอบสนองความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมได้อย่างแท้จริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ซ้ำอีก และมีการบอกต่อเชิญชวนให้ผู้ที่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ให้รับรู้ถึงบริการที่ประทับใจและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าเข้ามาเที่ยวชม อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสวนสัตว์อื่นๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสวนสัตว์เชียงใหม่ และเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจและเกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกและ/หรือ ความประทับใจด้านบวกที่เป็นผลมาจากการได้รับบริการจริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง จากการเข้าเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ซึ่งอาจเป็นคนในท้องถิ่นหรือต่างถิ่นก็ได้

ส่วนประสมตลาดบริการ (Marketing Mix) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

สวนสัตว์เชียงใหม่ หมายถึง องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตั้งอยู่เลขที่ 100 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546: 90) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Perceived Service) กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งเกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างนั้นต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากรและด้านภาพลักษณ์ โดยความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมตลาดบริการ (Marketing Mix) หรือ 7 P's (วิเชียร วงศ์นิชชากุล, 2550:

- 13) เป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด คือลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย โดยผลิตภัณฑ์นั้นอาจจะมีตัวตน สามารถมองเห็น จับต้อง หรือทดลองชิมได้ เช่น สินค้า (Goods) หรืออาจไม่มีตัวตน เช่น บริการ (Services) ความคิด (Ideas) เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่จะประสบผลสำเร็จในตลาดจะต้องมีรูปแบบ ลักษณะคุณภาพ และคุณสมบัติอื่นๆ ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เราสามารถพูดได้ว่าผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบตัวแรกของ 7 P's หรือส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ลูกค้าจะให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

2. ราคา (Price)

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตราหรือเป็นมูลค่าที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ซึ่งการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ คือ ต้องให้เหมาะสมกับต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ขาย ความสามารถในการซื้อของลูกค้าเป้าหมายและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทางการตลาด เช่น คู่แข่งขัน กฎหมายข้อบังคับต่างๆ เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นกระบวนการในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดจำหน่ายหรือการกระจายสินค้า ได้แก่ การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นต้น โดยอาจมีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง ตัวแทนจำหน่ายหรือนายหน้า เพื่อให้การจัดจำหน่ายสินค้าดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการจัดจำหน่ายจะต้องมีการวางแผนที่รัดกุมว่าจะวางจำหน่ายสินค้าที่ไหน เมื่อไหร่ ผ่านคนกลางคือใคร จะใช้วิธีการขนส่งแบบไหนจึงจะประหยัด สะดวก รวดเร็ว จะเก็บรักษาสินค้าอย่างไรจึงจะเหมาะสม เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดหรือการส่งเสริมการจัดจำหน่ายเป็นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือลูกค้าเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยกิจกรรมหลักที่สำคัญ 5 กิจกรรม คือ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการแจ้งหรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ โดยผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการแจ้งข่าวสารข้อมูล และจูงใจตลาดให้เกิดการซื้อขายสินค้า โดยเป็นการติดต่อซื้อขายกันแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น หรือทราบผลการเจรจาซื้อขายได้รวดเร็ว

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจทดลองใช้หรือการซื้อสินค้าและบริการในปริมาณที่มากขึ้นและเร็วขึ้นได้ โดยอาศัยกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ช่วย เช่น การลดราคา การแจกของแถมของชำร่วย การแจกคู่มือ การให้ชิงโชค การให้ส่วนลด หรือการให้แลกซื้อสินค้าพิเศษในราคาพิเศษ เป็นต้น

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) เป็นการแจ้งข่าวสารข้อมูลความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่างๆ ของกิจการ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ความรู้สึกที่ดีให้กับกิจการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่กิจการนั้นๆ ได้ผลิตขึ้น เช่น การออกข่าวการเข้าร่วมบริจาคเงินให้กับมูลนิธิต่างๆ ของกิจการจะส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ที่กิจการผลิตสามารถขายได้ดีตามไปด้วย

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึงช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือกลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง โดยตรง และอาจหมายถึงระบบการส่งเสริมทางการตลาดที่ใช้ในการโฆษณาหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งสื่อ เพื่อให้เกิดการตอบสนอง และ/หรือ การแลกเปลี่ยนที่สามารถวัดค่าได้ ณ ที่ใดที่หนึ่ง เช่น ใช้จดหมายทางตรง (Direct Mail) ใช้แคตตาล็อก (Catalog Marketing) ใช้โทรศัพท์ (Tele marketing) ใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Marketing) เป็นต้น

5. พนักงานผู้ให้บริการ (People)

พนักงานผู้ให้บริการคือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายความรวมถึงทั้งบุคลากรที่จำหน่าย และบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย บุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือกให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ บุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการ และการให้บริการ ในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันรุนแรงขึ้น บุคลากรยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจ และเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

6. กระบวนการให้บริการ (Process)

กระบวนการให้บริการ นับเป็นอีกส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญมาก และต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การตอบข้อซักถามหรือการสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น โดยในแต่ละขั้นตอนต้องประสานงานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีหรือติดขัด ย่อมส่งผลทำให้การบริการไม่เป็นที่พึงพอใจและไม่สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือส่วนประกอบขององค์การที่ลูกค้าสัมผัสได้ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ การตกแต่งสถานที่ที่เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน ทั้งในด้านการให้ความสำคัญ การออกแบบ การจัดวาง เป็นความประทับใจครั้งแรก สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการครั้งแรก

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อรชุดา ศรีนุ่น (2546) ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนในการเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวชนที่เข้ามาเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ในปี 2545 จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวชนมีความพึงพอใจต่อการเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทุกปัจจัยหลักอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดของสวนสัตว์ ด้านการเข้าถึงสวนสัตว์ หรือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษาพบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อายุ 14 ปี ศึกษาอยู่มัธยมศึกษาตอนต้น และส่วนมากพักอาศัยอยู่ต่างอำเภอ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เหตุผลในการมาก็เพื่อทัศนศึกษากับทางโรงเรียน จากการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาสถานที่สวนสัตว์เชียงใหม่ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาและประชาสัมพันธ์สวนสัตว์ให้เป็นที่ดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ด้านการเข้าถึงทางสวนสัตว์ควรจัดทำป้ายข้อมูลความเป็นมาของสัตว์แต่ละชนิด ให้อยู่ข้อมูลที่สะดวกต่อการศึกษา และควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปใกล้ชิดสัตว์บางชนิดที่ไม่เป็นอันตราย และสุดท้ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการวางแผนจัดสรรรถบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และพัฒนาในเรื่องของที่นั่งพัก ที่ทิ้งขยะให้สะอาด สะดวกกว่านี้ และอยู่ในรูปแบบที่น่าพัก น่าใช้

กรทอง ลีสุวรรณ (2548) ศึกษาถึงการประเมินค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยทำการศึกษาประชากรที่เข้ามาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ ในปี 2548 โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มวันธรรมดา 170 คน และวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) อีก 170 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการมีจำนวนใกล้เคียงกันทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สมรสแล้ว

พฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมายังสวนสัตว์โดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาอยู่ในสวนสัตว์ประมาณ 2 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายภายในสวนสัตว์เพื่อเป็นค่าอาหาร เครื่องดื่ม หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ อยู่ในช่วงงบประมาณ 1-200 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการกับครอบครัวโดยเฉพาะครอบครัวที่มีเด็กเป็นสมาชิก และเฉลี่ยมาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ปีละครั้ง โดยจะเลือกมาในวันหยุดนักขัตฤกษ์ และข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของสวนสัตว์เชียงใหม่ประชาชนส่วนใหญ่จะได้รับผ่านทางโทรทัศน์ ปัจจัยที่ทำให้ประชาชนเลือกมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้น วัตถุประสงค์หลักที่ประชาชนเลือกมาก็เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมีปัจจัยประกอบคือ การที่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี บัตรผ่านประตูมีราคาถูก มีหมีแพนด้าให้ชม กิจกรรมที่จัดขึ้นภายในน่าสนใจ มีธรรมชาติที่สวยงาม และการเดินทางมาสะดวก สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของสวนสัตว์นั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่ก็มีนักท่องเที่ยวบางส่วนยังไม่พึงพอใจกับการดำเนินงาน โดยคิดว่าจะไม่กลับมาเที่ยวอีก เนื่องจากมีความเห็นว่าชนิดของสัตว์ยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจ ความสะอาดยังไม่เพียงพอ และการบริการของพนักงานยังไม่เป็นที่น่าพอใจ การหามูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว นั้น จากการประมาณเส้นอุปสงค์ จะได้ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการมาใช้บริการกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการเดินทางไปกลับ 1 ครั้ง คือ ในอัตราส่วนต่อประชากร 100 คน หากมีการเพิ่มค่าใช้จ่ายขึ้น 1 บาท จะทำให้มีผู้มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ลดลง 0.05 คน ดังนั้นหากมีการเพิ่มค่าใช้จ่ายขึ้น 100 บาท ก็จะทำให้มีผู้มาใช้บริการลดลง 5 คน

สุนตรา วงษ์พันธุ์ (2550) ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ในปี 2550 จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาพบว่า กลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนมากเป็น โสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษาปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาทต่อเดือน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มาเที่ยวกับครอบครัวและญาติ ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาส่วนใหญ่ก็คือรถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์ประมาณ 1-2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ คนละ 286.15 บาท และส่วนใหญ่ทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆ ของสวนสัตว์เชียงใหม่จากโทรทัศน์ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสมกับการศึกษาหาความรู้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเห็นว่าเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มี

การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี และปัจจัยด้านราคา ก็เห็นว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสมแล้ว

วชิรกร คุณใจดี (2551) ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากประชาชนชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาพบว่า ประชาชนที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 10-20 ปี มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่ยังไม่มีรายได้ และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของลักษณะการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมกับครอบครัว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวและได้เดินทางมาเที่ยวครั้งแรก เวลาที่ใช้เที่ยวชมประมาณ 3 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุโทรทัศน์ และจะเดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่อีกครั้งในโอกาสต่อไป หากพิจารณาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึง 7 ด้าน โดยพึงพอใจ 1. ด้านสถานที่ 2. ด้านราคา 3. ด้านบริการ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด 5. ด้านบุคลากร 6. ด้านการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพ 7. ด้านกระบวนการ ตามลำดับ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ มีรายละเอียดของขั้นตอนการศึกษา ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการ (Marketing Mix) หรือ 7 P's ของสวนสัตว์เชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,398,613 คนต่อปี (รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2552 สวนสัตว์เชียงใหม่, 2552)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิงโดยการใช้ตารางของ Taro Yamane ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ราย (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548: 49) และทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ โควตา (Quota Sampling) ซึ่งจะแบ่งเป็น 4 กลุ่มช่วงอายุ คืออายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี อายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี อายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป (ไทยเล็ปออนไลน์, 2553: ออนไลน์) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 400 รายโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) สวนสัตว์เชียงใหม่ให้ความร่วมมือโดยส่งเจ้าหน้าที่สวนสัตว์มาช่วยเก็บแบบสอบถาม ทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม 2554 ถึงวันที่ 10 เมษายน 2554 วันจันทร์-วันอาทิตย์ โดยเก็บช่วงเวลา 10.00 น. ถึงเวลา 16.00 น. และมีการตรวจสอบแบบสอบถามทุกวัน

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร รายงานและบทความที่เกี่ยวข้อง แหล่งข่าวข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารธุรกิจต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self Administrated Questionnaire) โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนออื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริง เป็นจำนวน 15 ชุด โดยเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาด เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลของข้อมูล เช่น การนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) t-test เพื่อหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ระดับความคาดหวังกับการรับรู้จริงเมื่อใช้บริการ เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ หรือเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (วิมล อารยะรัตน์, 2546: 26)

มากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
มาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
น้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

และการใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยว

การแปลผล

เกณฑ์การแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้จริง	พึงพอใจมาก
ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังเท่ากับการรับรู้จริง	พึงพอใจ
ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังมากกว่าการรับรู้จริง	ไม่พึงพอใจ

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูล จะดำเนินการที่สวนสัตว์เชียงใหม่ เลขที่ 100 ถนน ห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี คือ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553 ถึง เดือนกรกฎาคม 2554 และทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 20 มีนาคม 2554 ถึง 10 เมษายน 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ซึ่งสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลจากข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิภาค เป็นต้น (ตารางที่ 1-8)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ (ตารางที่ 9-18)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ตารางที่ 19-45)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนออื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	185	46.25
หญิง	215	53.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.75 และที่เหลือเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 46.25

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	245	61.25
สมรส	136	34.00
แยกกันอยู่	12	3.00
หม้าย/หย่าร้าง	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 34.00 สถานภาพแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.00 และสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุตรที่ต้องดูแล

จำนวนบุตรที่ต้องดูแล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มี	282	70.50
มีลูกคนเล็กอายุน้อยกว่า 14 ปี	73	18.25
มีลูกคนเล็กอายุมากกว่า 14 ปี	45	11.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีบุตรที่ต้องดูแล คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาได้แก่ มีบุตรที่ต้องดูแลและลูกคนเล็กอายุน้อยกว่า 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.25 และมีบุตรที่ต้องดูแลและลูกคนเล็กอายุมากกว่า 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ 14 ปีขึ้นไป ถึง 18 ปี	100	25.00
อายุ 18 ปีขึ้นไป ถึง 25 ปี	100	25.00
อายุ 25 ปีขึ้นไป ถึง 35 ปี	100	25.00
อายุ 35 ปีขึ้นไป	100	25.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ในช่วง 14 ปีขึ้นไป ถึง 18 ปี อายุ 18 ปีขึ้นไป ถึง 25 ปี อายุ 25 ปีขึ้นไป ถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	1.75
มัธยมศึกษา	83	20.75
ปวช.	59	14.75
ปวส.	54	13.50
ปริญญาตรี	145	36.25
ปริญญาโท	45	11.25
ปริญญาเอก	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.75 ระดับปวช. คิดเป็นร้อยละ 14.75 ระดับปวส. คิดเป็นร้อยละ 13.50 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 11.25 และระดับปริญญาเอกและประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จังหวัดเชียงใหม่	200	50.00
จังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ	33	8.25
ภาคกลาง	80	20.00
ภาคตะวันออก	33	8.25
ภาคตะวันตก	28	7.00
ภาคใต้	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.00 จังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือและภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 8.25 ภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 7.00 และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	163	40.75
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	81	20.25
พนักงานบริษัท	70	17.50
รับจ้าง/ใช้แรงงาน	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็น ร้อยละ 40.75 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 20.25 พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.50 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.00 และรับจ้าง/ใช้แรงงาน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	193	48.25
10,000-15,000 บาท	85	21.25
15,001-20,000 บาท	51	12.75
20,001-25,000 บาท	35	8.75
25,001-30,000 บาท	13	3.25
มากกว่า 30,000 บาท	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 10,000-15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 21.25 รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.75 รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.75 รายได้มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.75 และรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของการมาใช้บริการ

ลักษณะของการมาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	26	6.50
มากับครอบครัว	181	45.25
มากับเพื่อน	161	40.25
มากับคณะทัศนศึกษา/ทัศนจร	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมา ได้แก่ มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.25 มากับคณะทัศนศึกษา/ทัศนจร คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย

จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	26	6.50
1 คน	39	9.75
2 คน	83	20.75
3 คน	61	15.25
4 คน	79	19.75
5 คน	64	16.00
มากกว่า 5 คน	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 รองลงมาได้แก่ จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 4 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วยมากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และมากคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาสวนสัตว์

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาสวนสัตว์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	222	55.50
รถจักรยานยนต์	91	22.75
รถรับจ้าง	53	13.25
รถประจำทาง	11	2.75
รถทัวร์ทัศนศึกษา/ทัศนจร	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาได้แก่ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 22.75 รถรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 13.25 รถทัวร์ทัศนศึกษา/ทัศนจร คิดเป็นร้อยละ 5.75 และรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมาเที่ยวสวนสัตว์ เชียงใหม่ (ภายใน 1 ปี)

การมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	223	55.75
เคย	177	44.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ (ภายใน 1 ปี) คิดเป็นร้อยละ 55.75 และที่เหลือเคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ (ภายใน 1 ปี) คิดเป็นร้อยละ 44.25 โดยมาใช้บริการ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.25 มาใช้บริการ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.25 มาใช้บริการ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ บริการ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์	จำนวน* (คน)	ร้อยละ
พักผ่อนหย่อนใจ	263	65.75
ศึกษาหาความรู้	114	28.50
เปลี่ยนบรรยากาศ	151	37.75
ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์	135	33.75
พาเด็กไปชมสัตว์	108	27.00
ไปเดินเล่นชมสัตว์	139	34.75
ดูแพนด้า	251	62.75
ดูเชียงใหม่ ชู อควาเรียม	183	45.75
ดูสโนว์โดม	153	38.25
ดูธรรมชาติ	174	43.50

*หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาได้แก่ ดูแพนด้า คิดเป็นร้อยละ 62.75 และดูเชียงใหม่ ชู อควาเรียม คิดเป็นร้อยละ 45.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวน* (คน)	ร้อยละ
บุคคลแนะนำ	213	53.25
โทรทัศน์	146	36.50
หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	143	35.75
อินเทอร์เน็ต	97	24.25
หนังสือพิมพ์	85	21.25
ป้ายโฆษณา	114	28.50
อื่นๆ (มาเอง)	1	0.25

*หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์เชียงใหม่จากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 36.50 และหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ค่าใช้จ่ายต่อการครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	48	12.00
201-300 บาท	107	26.75
301-400 บาท	73	18.25
401-500 บาท	38	9.50
มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	134	33.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่า 500 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.75 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.25 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ไม่เกิน 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.00 และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 401-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจกับการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้

ความพึงพอใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความพึงพอใจมากที่สุด	123	30.75
มีความพึงพอใจมาก	167	41.75
มีความพึงพอใจปานกลาง	91	22.75
มีความพึงพอใจน้อย	16	4.00
มีความพึงพอใจน้อยที่สุด	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมาได้แก่ มีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.75 มีความพึงพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.75 มีความพึงพอใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.00 และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่หรือไม่

การกลับมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มา	384	96.00
ไม่มา	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 96.00 ที่เหลือไม่กลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบอกต่อให้บุคคลอื่น

การบอกต่อให้บุคคลอื่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บอก	361	90.25
ไม่บอก	39	9.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 90.25 ที่เหลือไม่บอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 4.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์	0 (0)	100 (25.00)	168 (42.00)	110 (27.50)	22 (5.50)	0 (0)	400 (100)	3.87 (มาก)	0.85
การจัดแสดงโชว์ของสัตว์ที่หลากหลาย	0 (0)	68 (17.00)	173 (43.25)	128 (32.00)	31 (7.75)	0 (0)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.84
สัตว์คู่สุขภาพดีแข็งแรง	0 (0)	80 (20.00)	167 (41.75)	123 (30.75)	30 (7.50)	0 (0)	400 (100)	3.74 (มาก)	0.86
ความหลากหลายของสัตว์ในชู อควอเรียม	30 (7.50)	86 (21.50)	152 (38.00)	97 (24.25)	31 (7.75)	4 (1.00)	400 (100)	3.78 (มาก)	0.94
การจัดแสดงสัตว์ใน ชู อควอเรียม มีความเหมาะสม	30 (7.50)	79 (19.75)	157 (39.25)	103 (25.75)	28 (7.00)	3 (0.75)	400 (100)	3.76 (มาก)	0.90
การชมแพนด้าสะดวก สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน	26 (6.50)	85 (21.25)	154 (38.50)	98 (24.50)	33 (8.25)	4 (1.00)	400 (100)	3.76 (มาก)	0.94
ความหลากหลายของสัตว์ปีกในสวนชมนกนครพิงค์	6 (1.50)	94 (23.50)	164 (41.00)	104 (26.00)	29 (7.25)	3 (0.75)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.91

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
พื้นที่สวนนกนครพิงค์เหมาะสมเห็นได้ชัด	7 (1.75)	90 (22.50)	161 (40.25)	109 (27.25)	30 (7.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.78 (มาก)	0.91
ความหลากหลายของสัตว์ในส่วนของสัตว์แอฟริกา	13 (3.25)	72 (18.00)	167 (41.75)	112 (28.00)	30 (7.50)	6 (1.50)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.91
การชมสัตว์แอฟริกามองเห็นสัตว์ได้ชัดเจน	13 (3.25)	64 (16.00)	187 (46.75)	99 (24.75)	29 (7.25)	8 (2.00)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.90
การจัดแสดงสัตว์แสนรู้มีความหลากหลายน่าสนใจ	14 (3.50)	71 (17.75)	157 (39.25)	118 (29.50)	34 (8.50)	6 (1.50)	400 (100)	3.66 (มาก)	0.93
การเข้าชมโคอาล่าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	11 (2.75)	72 (18.00)	167 (41.75)	113 (28.25)	33 (8.25)	4 (1.00)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.90
การแสดงของแมวน้ำสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	18 (4.50)	68 (17.00)	169 (42.25)	104 (26.00)	33 (8.25)	8 (2.00)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.94
การแสดงของเพนกวินสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	20 (5.00)	69 (17.25)	160 (40.00)	104 (26.00)	45 (11.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.66 (มาก)	0.93

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
พื้นที่ในการชมแรดอินเดียนสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	19 (4.75)	63 (15.75)	159 (39.75)	108 (27.00)	50 (12.50)	1 (0.25)	400 (100)	3.61 (มาก)	0.92
พื้นที่ในการชมอุรังอุตังมีความเหมาะสม เห็นชัดเจน	15 (3.75)	73 (18.25)	133 (33.25)	140 (35.00)	39 (9.75)	0 (0)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.90
ชุดสำหรับการเข้าชมสโนว์โดมสะอาดและปลอดภัย	39 (9.75)	71 (17.75)	140 (35.00)	115 (28.75)	33 (8.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.91
ระยะเวลาในการเข้าชมสโนว์โดมมีความเหมาะสม	39 (9.75)	76 (19.00)	141 (35.25)	106 (26.50)	35 (8.75)	3 (0.75)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.94
สวนผจญภัยแอดเวนเจอร์ปาร์ค เหมาะสม น่าสนใจ	66 (16.50)	55 (13.75)	135 (33.75)	111 (27.75)	31 (7.75)	2 (0.50)	400 (100)	3.63 (มาก)	0.89
รถนำชมสวนสัตว์เพียงพอต่อความต้องการ	2 (0.50)	88 (22.00)	160 (40.00)	117 (29.25)	30 (7.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.75 (มาก)	0.91
รถไฟฟารางเดี่ยวนำเที่ยวสะดวกสบายปลอดภัย	71 (17.75)	52 (13.00)	131 (32.75)	119 (29.75)	23 (5.75)	4 (1.00)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.88

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เหมาะสำหรับการศึกษาคหาความรู้	0 (0)	88 (22.00)	161 (40.25)	121 (30.25)	27 (6.75)	3 (0.75)	400 (100)	3.76 (มาก)	0.90
โบราณสถานวัดคู์ดินขาวมีความเหมาะสมสวยงาม	11 (2.75)	82 (20.50)	158 (39.50)	111 (27.75)	34 (8.50)	4 (1.00)	400 (100)	3.72 (มาก)	0.93
สวนดอกไม้มีพรรณไม้หลากหลายชนิด	0 (0)	102 (25.50)	155 (38.75)	106 (26.50)	34 (8.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.94
สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมีหลากหลาย	4 (1.00)	101 (25.25)	163 (40.75)	99 (24.75)	30 (7.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.83 (มาก)	0.92
ร้านขายสินค้าที่ระลึกเพียงพอสะดวกต่อการซื้อ	2 (0.50)	101 (25.25)	157 (39.25)	101 (25.25)	36 (9.00)	3 (0.75)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.95
จุดบริการอาหารเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ	0 (0)	107 (26.75)	158 (39.50)	101 (25.25)	31 (7.75)	3 (0.75)	400 (100)	3.84 (มาก)	0.93
รวม								3.70 (มาก)	0.65

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทั้งความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ ($\bar{X} = 3.87$) จุดบริการอาหาร เครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.84$) สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.83$) ความหลากหลายของสัตว์ปีกในสวนชมนกนครพิงค์ ($\bar{X} = 3.80$) ร้านขายสินค้าที่ระลึกเพียงพอสะดวกต่อการซื้อ ($\bar{X} = 3.80$) สวนดอกไม้มีความสวยงาม มีพรรณไม้หลากหลายชนิด ($\bar{X} = 3.80$) ความหลากหลายของสัตว์ในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม ($\bar{X} = 3.78$) พื้นที่สวนนกนครพิงค์เหมาะสม เห็นได้ชัด ($\bar{X} = 3.78$) การจัดแสดงสัตว์ในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.76$) การชมแพนด้าสะดวก สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.76$) ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ ($\bar{X} = 3.76$) รถนำชมสวนสัตว์เพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.75$) สัตว์คู่สุขภาพดี แข็งแรง ($\bar{X} = 3.74$) โบราณสถาน วัดกู่ดินขาวมีความเหมาะสม สวยงาม ($\bar{X} = 3.72$) การจัดแสดงโชว์ของสัตว์ที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.70$) ความหลากหลายของสัตว์ในส่วนของสัตว์แอฟริกา ($\bar{X} = 3.70$) การชมสัตว์แอฟริกามองเห็นสัตว์ได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.70$) การเข้าชมโคอาล่าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.70$) ระยะเวลาในการเข้าชมสโนว์โดมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.70$) การแสดงของแมวน้ำสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.68$) ชุดสำหรับการเข้าชมสโนว์โดมสะอาดและปลอดภัย ($\bar{X} = 3.68$) การจัดแสดงสัตว์แสนรู้มีความหลากหลาย น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.66$) การแสดงของเพนกวินสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.66$) สวนพญากษัตริย์แอดเวนเจอร์ปาร์ค เหมาะสม น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.63$) พื้นที่ในการชมอุรังอุตังมีความเหมาะสม เห็นชัดเจน ($\bar{X} = 3.62$) รถไฟฟ้ารางเดี่ยวนำเที่ยวสะดวกสบาย ปลอดภัย ($\bar{X} = 3.62$) และพื้นที่ในการชมเรดอินเดียสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความหลากหลาย / แปลกใหม่ของสัตว์	0 (0)	121 (30.25)	177 (44.25)	93 (23.25)	9 (2.25)	0 (0)	400 (100)	4.02 (มาก)	0.79
การจัดแสดงโชว์ของสัตว์ที่หลากหลาย	0 (0)	70 (17.50)	182 (45.50)	124 (31.00)	24 (6.00)	0 (0)	400 (100)	3.74 (มาก)	0.81
สัตว์ดูสุขภาพดีแข็งแรง	0 (0)	76 (19.00)	166 (41.50)	135 (33.75)	23 (5.75)	0 (0)	400 (100)	3.74 (มาก)	0.83
ควาหลากหลายของสัตว์ในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม	30 (7.50)	94 (23.50)	146 (36.50)	114 (28.50)	16 (4.00)	0 (0)	400 (100)	3.85 (มาก)	0.85
การจัดแสดงสัตว์ในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม มีความเหมาะสม	30 (7.50)	77 (19.25)	160 (40.00)	115 (28.75)	18 (4.50)	0 (0)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.82
การชมแพนด้า สะดวก มองเห็นได้ชัดเจน	26 (6.50)	75 (18.75)	164 (41.00)	113 (28.25)	21 (5.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.78 (มาก)	0.84
ความหลากหลายของสัตว์ปีกในสวนชมนกกรฟิงค์	6 (1.50)	92 (23.00)	183 (45.75)	102 (25.50)	17 (4.25)	0 (0)	400 (100)	3.89 (มาก)	0.81

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สวนขมนก นครพิงค์ เห็นได้ชัด	7 (1.75)	100 (25.00)	161 (40.25)	115 (28.75)	17 (4.25)	0 (0)	400 (100)	3.88 (มาก)	0.84
ความหลากหลาย ของสัตว์แอฟริกา	13 (3.25)	62 (15.50)	151 (37.75)	133 (33.25)	38 (9.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.60 (มาก)	0.90
การชมสัตว์ แอฟริกา มองเห็นสัตว์ได้ ชัดเจน	13 (3.25)	67 (16.75)	147 (36.75)	130 (32.50)	40 (10.00)	3 (0.75)	400 (100)	3.61 (มาก)	0.92
การจัดแสดงสัตว์ แสนรู้มีความ หลากหลาย น่าสนใจ	14 (3.50)	66 (16.50)	151 (37.75)	130 (32.50)	37 (9.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.63 (มาก)	0.89
การเข้าชม โคอาล่า มองเห็นชัดเจน	11 (2.75)	72 (18.00)	146 (36.50)	130 (32.50)	36 (9.00)	5 (1.25)	400 (100)	3.63 (มาก)	0.93
การแสดงของ แมวน้ำสามารถ มองเห็นชัดเจน	18 (4.50)	73 (18.25)	139 (34.75)	118 (29.50)	44 (11.00)	8 (2.00)	400 (100)	3.60 (มาก)	0.99
การแสดงของ เพนกวินสามารถ มองเห็นชัดเจน	21 (5.25)	62 (15.50)	173 (43.25)	107 (26.75)	35 (8.75)	2 (0.50)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.87
พื้นที่ในการชม แรดอินเดีย มองเห็นชัดเจน	19 (4.75)	70 (17.75)	152 (38.00)	131 (32.75)	28 (7.00)	0 (0)	400 (100)	3.69 (มาก)	0.85

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พื้นที่ในการชม อุรังอุตังซังคังเจิน	15 (3.75)	74 (18.50)	148 (37.00)	137 (34.25)	26 (6.50)	0 (0)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.85
ชุดเข้าชมสโนว์ โดมสะอาด และปลอดภัย	39 (9.75)	53 (13.25)	142 (35.50)	123 (30.75)	41 (10.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.56 (มาก)	0.90
ระยะเวลาเข้า ชมสโนว์โดมมี ความเหมาะสม	39 (9.75)	64 (16.00)	141 (35.25)	112 (28.00)	39 (9.75)	5 (1.25)	400 (100)	3.61 (มาก)	0.94
สวนผจญภัย แอดเวนเจอร์ ปาร์ค น่าสนใจ	66 (16.50)	55 (13.75)	133 (33.25)	104 (26.00)	32 (8.00)	10 (2.50)	400 (100)	3.57 (มาก)	0.97
รถนำชมสวน สัตว์เพียงพอต่อ ความต้องการ	2 (0.50)	100 (25.00)	160 (40.00)	119 (29.75)	19 (4.75)	0 (0)	400 (100)	3.86 (มาก)	0.85
รถไฟฟ้าราง เดี่ยวนำเที่ยว สะดวกสบาย ปลอดภัย	71 (17.75)	59 (14.75)	133 (33.25)	112 (28.00)	22 (5.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.88
ข้อมูลเกี่ยวกับ สัตว์เหมาะ สำหรับการหา ความรู้	0 (0)	71 (17.75)	180 (45.00)	120 (30.00)	27 (6.75)	2 (0.50)	400 (100)	3.73 (มาก)	0.85
โบราณสถาน วัดคูด้ดินขามมี ความเหมาะสม สวยงาม	11 (2.75)	80 (20.00)	164 (41.00)	121 (30.25)	21 (5.25)	3 (0.75)	400 (100)	3.76 (มาก)	0.86

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การ รับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สวนดอกไม้มี ความสวยงาม มี พรรณไม้ หลากหลาย ชนิด	0 (0)	106 (26.50)	161 (40.25)	108 (27.00)	25 (6.25)	0 (0)	400 (100)	3.87 (มาก)	0.88
สินค้าที่ระลึกมี คุณภาพและมี ความหลากหลาย	4 (1.00)	105 (26.25)	153 (38.25)	116 (29.00)	22 (5.50)	0 (0)	400 (100)	3.86 (มาก)	0.87
ร้านขายสินค้าที่ ระลึกเพียงพอ สะดวกต่อการ ซื้อ	2 (0.50)	99 (24.75)	152 (38.00)	116 (29.00)	31 (7.75)	0 (0)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.90
จุดบริการ อาหารเครื่องดื่ม เพียงพอต่อ ความต้องการ	0 (0)	123 (30.75)	133 (33.25)	119 (29.75)	24 (6.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.88 (มาก)	0.92
รวม								3.75 (มาก)	0.55

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทั้งความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ ($\bar{X} = 4.02$) ความหลากหลายของสัตว์ปีกในสวนชมนกนครพิงค์ ($\bar{X} = 3.89$) พื้นที่สวนนกนครพิงค์เหมาะสม เห็นได้ชัด ($\bar{X} = 3.88$) จุด

บริการอาหารเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.88$) สวนดอกไม้มีความสวยงาม มีพรรณไม้หลากหลายชนิด ($\bar{X} = 3.87$) รถนำชมสวนสัตว์เพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.86$) สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.86$) ความหลากหลายของสัตว์ในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม ($\bar{X} = 3.85$) ร้านขายสินค้าที่ระลึกเพียงพอสะดวกต่อการซื้อ ($\bar{X} = 3.80$) การจัดแสดงสัตว์ในชู อควอเรียม มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.80$) การชมแพนด้าสะดวก สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.78$) โบราณสถาน วัดคู่ดินขาวมีความเหมาะสม สวยงาม ($\bar{X} = 3.76$) การจัดแสดงโชว์ของสัตว์ที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.74$) สัตว์คู่สุขภาพดี แข็งแรง ($\bar{X} = 3.74$) ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ ($\bar{X} = 3.73$) พื้นที่ในการชมอุรังอุตังมีความเหมาะสม เห็นชัดเจน ($\bar{X} = 3.70$) พื้นที่ในการชมแรดอินเดียสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.69$) การแสดงของเพนกวินสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.68$) รถไฟฟ้ารางเดี่ยวนำเที่ยวสะดวกสบาย ปลอดภัย ($\bar{X} = 3.68$) การจัดแสดงสัตว์แสนรู้มีความหลากหลาย น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.63$) การเข้าชมโคอาล่าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.63$) การชมสัตว์แอฟริกามองเห็นสัตว์ได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.61$) ระยะเวลาในการเข้าชมสโนว์โดมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.61$) ความหลากหลายของสัตว์ในส่วนของสัตว์แอฟริกา ($\bar{X} = 3.60$) การแสดงของแมวน้ำสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.60$) สวนผจญภัยเอ็ดเวนเจอร์ ปาร์ค เหมาะสม น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.57$) และจุดสำหรับการเข้าชมสโนว์โดมสะอาดและปลอดภัย ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
ความหลากหลาย แปลกใหม่ของสัตว์	3.87	4.02	-0.15	-3.951	0.000*	พึงพอใจมาก
การจัดแสดงโชว์ของสัตว์ที่หลากหลาย	3.70	3.74	-0.04	-1.054	0.292	พึงพอใจมาก
สัตว์ดูสุขภาพดี แข็งแรง	3.74	3.74	0.00	0.099	0.921	พึงพอใจ
ความหลากหลายของเชียงใหม่ ซู อควอเรียม	3.78	3.85	-0.07	-1.686	0.093	พึงพอใจมาก
การจัดแสดงสัตว์ในเชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีความเหมาะสม	3.76	3.80	-0.04	-0.720	0.472	พึงพอใจมาก
การชมแพนด้าสะดวก สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.76	3.78	-0.02	-0.363	0.717	พึงพอใจมาก
ความหลากหลายของสัตว์ปีกในสวนชมนกนครพิงค์	3.80	3.89	-0.09	-1.668	0.096	พึงพอใจมาก
พื้นที่สวนนกนครพิงค์เหมาะสม เห็นได้ชัด	3.78	3.88	-0.10	-1.940	0.050*	พึงพอใจมาก
ความหลากหลายของสัตว์ในส่วนของสัตว์แอฟริกา	3.70	3.60	0.10	1.677	0.094	ไม่พึงพอใจ
การชมสัตว์แอฟริกามองเห็นสัตว์ได้ชัดเจน	3.70	3.61	0.09	1.609	0.108	ไม่พึงพอใจ
การจัดแสดงสัตว์แสนรู้มีความหลากหลาย น่าสนใจ	3.66	3.63	0.03	0.502	0.616	ไม่พึงพอใจ
การเข้าชมโคอาล่าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.70	3.63	0.07	1.253	0.211	ไม่พึงพอใจ
การแสดงของแมวน้ำสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.68	3.60	0.08	1.378	0.169	ไม่พึงพอใจ
การแสดงของเพนกวินสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.66	3.68	-0.02	-0.472	0.637	พึงพอใจมาก

ตารางที่ 21 (ต่อ) การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
พื้นที่ชมแรดอินเดียสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.61	3.69	-0.08	-1.559	0.120	พึงพอใจมาก
การชมอุรังอุตังมีความเหมาะสม	3.62	3.70	-0.08	-1.506	0.133	พึงพอใจมาก
ชุดสำหรับการเข้าชมสโนว์โดม สะอาดและปลอดภัย	3.68	3.56	0.12	2.015	0.045*	ไม่พึงพอใจ
ระยะเวลาในการเข้าชมสโนว์โดมมีความเหมาะสม	3.70	3.61	0.09	1.511	0.132	ไม่พึงพอใจ
สวนผจญภัยเอ็ดเวนเจอร์ปาร์คเหมาะสม น่าสนใจ	3.63	3.57	0.06	0.981	0.327	ไม่พึงพอใจ
รถนำชมสวนสัตว์เพียงพอ	3.75	3.86	-0.11	-2.082	0.038*	พึงพอใจมาก
รถไฟฟ้ารางเดี่ยวนำเที่ยวสะดวกปลอดภัย	3.62	3.68	-0.06	-1.020	0.308	พึงพอใจมาก
ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เหมาะสำหรับการศึกษาความรู้	3.76	3.73	0.03	0.627	0.531	ไม่พึงพอใจ
โบราณสถาน วัดคู์ดินขาวมีความเหมาะสม สวยงาม	3.72	3.76	-0.04	-0.849	0.397	พึงพอใจมาก
สวนดอกไม้มีสวยงาม มีพรรณไม้หลากหลายชนิด	3.80	3.87	-0.07	-1.422	0.156	พึงพอใจมาก
สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพหลากหลาย	3.83	3.86	-0.03	-0.607	0.544	พึงพอใจมาก
ร้านขายสินค้าที่ระลึกเพียงพอสะดวกต่อการซื้อ	3.80	3.80	0.00	-0.100	0.920	พึงพอใจ
จุดบริการอาหารเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ	3.84	3.88	-0.04	-0.898	0.370	พึงพอใจมาก
รวม	3.74	3.75	-0.01	-0.357	0.721	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจมากเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ เรื่องรถนำชมสวนสัตว์เพียงพอต่อความต้องการ และพื้นที่สวนนกนครพิงค์เหมาะสมเห็นได้ชัด เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความไม่พึงพอใจเรื่องชุดสำหรับการเข้าชมสโนว์โดมสะอาดและปลอดภัย เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน ราคา	ไม่ใช้ บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ราคาค่าบริการ อาคารจอดรถมี ความเหมาะสม	41 (10.25)	71 (17.75)	156 (39.00)	92 (23.00)	36 (9.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.71 (มาก)	0.93
ราคาบัตรผ่าน ประตูเข้าชม สวนสัตว์มีความ เหมาะสม	0 (0)	70 (17.50)	177 (44.25)	110 (27.50)	41 (10.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.90
ราคาบัตรแบบ เหมาคู่ได้ทุกที่มี ความเหมาะสม	78 (19.50)	50 (12.50)	147 (36.75)	86 (21.50)	37 (9.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.64 (มาก)	0.90
ราคาบัตรเข้าชม แพนด้ามีความ เหมาะสม	29 (7.25)	65 (16.25)	160 (40.00)	102 (25.50)	40 (10.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.93
ราคาบัตรเข้า ชมสโนว์โดมมี ความเหมาะสม	39 (9.75)	55 (13.75)	148 (37.00)	116 (29.00)	36 (9.00)	6 (1.50)	400 (100)	3.56 (มาก)	0.92

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ชวอควอเรียมมี ความเหมาะสม	33 (8.25)	65 (16.25)	148 (37.00)	107 (26.75)	41 (10.25)	6 (1.50)	400 (100)	3.61 (มาก)	0.96
ราคาค่าใช้ บริการแอดเวนเจอร์ปาร์คมี ความเหมาะสม	66 (16.50)	64 (16.00)	134 (33.50)	96 (24.00)	36 (9.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.95
ราคาค่าบริการ รถนำเที่ยวมี ความเหมาะสม	4 (1.00)	75 (18.75)	173 (43.25)	108 (27.00)	36 (9.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.91
ราคาค่า รถไฟฟ้าราง เดียนาเที่ยวมี ความเหมาะสม	75 (18.75)	44 (11.00)	145 (36.25)	98 (24.50)	36 (9.00)	2 (0.50)	400 (100)	3.59 (มาก)	0.88
ราคาของสินค้า ที่ระลึกมีความ เหมาะสม	14 (3.50)	59 (14.75)	162 (40.50)	118 (29.50)	43 (10.75)	4 (1.00)	400 (100)	3.59 (มาก)	0.91
รวม								3.67 (มาก)	0.75

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ทั้งราคาค่าบริการอาคารจอดรถมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.71$) ราคาค่าบริการรถนำเที่ยวมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.70$) ราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.68$) ราคา

บัตรเข้าชมแพนด้ามีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.65$) ราคาค่าบริการแอดเวนเจอร์ปาร์ค มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.65$) ราคาบัตรแบบเหมาคู่ได้ทุกที่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.64$) ราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.61$) ราคาตั๋วรถไฟฟ้ามหานครเดี่ยวนำเที่ยว มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.59$) ราคาของสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.59$) ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ราคาค่าบริการ อาคารจอดรถมี ความเหมาะสม	41 (10.25)	65 (16.25)	179 (44.75)	94 (23.50)	18 (4.50)	3 (0.75)	400 (100)	3.79 (มาก)	0.82
ราคาบัตรผ่านประตู เข้าชมสวนสัตว์มี ความเหมาะสม	0 (0)	96 (24.00)	173 (43.25)	110 (27.50)	230 (5.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.86 (มาก)	0.85
ราคาบัตรแบบ เหมาคู่ได้ทุกที่มี ความเหมาะสม	78 (19.50)	58 (14.50)	131 (32.75)	112 (28.00)	21 (5.25)	0 (0)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.84
ราคาบัตรเข้าชม แพนด้ามีความ เหมาะสม	29 (7.25)	63 (15.75)	142 (35.50)	132 (33.00)	31 (7.75)	3 (0.75)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.89
ราคาบัตรเข้าชม สวนสัตว์มีความ เหมาะสม	39 (9.75)	59 (14.75)	130 (32.50)	121 (30.25)	42 (10.50)	9 (2.25)	400 (100)	3.52 (มาก)	0.98
ราคาบัตรเข้าชม เชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีความเหมาะสม	33 (8.25)	55 (13.75)	133 (33.25)	121 (30.25)	46 (11.50)	12 (3.00)	400 (100)	3.47 (มาก)	0.99

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ราคาค่าใช้บริการ แอ็ดเวนเจอร์ ปาร์ค มีความ เหมาะสม	67 (16.75)	52 (13.00)	133 (33.25)	116 (29.00)	28 (7.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.60 (มาก)	0.89
ราคาค่าบริการรถ นำเที่ยว มีความ เหมาะสม	4 (1.00)	93 (23.25)	154 (38.50)	129 (32.25)	20 (5.00)	0 (0)	400 (100)	3.81 (มาก)	0.85
ราคาค่ารถไฟฟ้ รางเดี่ยวนำเที่ยว มีความเหมาะสม	75 (18.75)	55 (13.75)	134 (33.50)	111 (27.75)	24 (6.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.67 (มาก)	0.85
ราคาของสินค้าที่ ระลึกมีความ เหมาะสม	14 (3.50)	58 (14.50)	140 (35.00)	157 (39.25)	29 (7.25)	2 (0.52)	400 (100)	3.58 (มาก)	0.85
รวม								3.69 (มาก)	0.64

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ทั้งราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.86$) ราคาค่าบริการรถนำเที่ยว มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.81$) ราคาค่าบริการอาคารจอดรถมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.79$) ราคาบัตรแบบเหมาคู่ได้ทุกที่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.70$) ราคาค่ารถไฟฟ้รางเดี่ยวนำเที่ยว มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.67$) ราคาบัตรเข้าชมแพนด้ามีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.62$) ราคาค่าใช้บริการแอ็ดเวนเจอร์ปาร์ค มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.60$) ราคาของสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.58$)

ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.52$) และราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
ราคาค่าบริการอาคารจอดรถมีความเหมาะสม	3.71	3.79	-0.08	-1.897	0.059	พึงพอใจมาก
ราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม	3.68	3.86	-0.18	-3.889	0.000*	พึงพอใจมาก
ราคาบัตรแบบเหมาดูได้ทุกที่มีความเหมาะสม	3.64	3.70	-0.06	-1.140	0.255	พึงพอใจมาก
ราคาบัตรเข้าชมแพนด้ามีความเหมาะสม	3.65	3.62	0.03	0.522	0.602	ไม่พึงพอใจ
ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดมมีความเหมาะสม	3.56	3.52	0.04	1.051	0.294	ไม่พึงพอใจ
ราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีความเหมาะสม	3.61	3.47	0.14	2.389	0.017*	ไม่พึงพอใจ
ราคาค่าใช้บริการแอดเวนเจอร์ปาร์คมีความเหมาะสม	3.65	3.60	0.05	0.902	0.368	ไม่พึงพอใจ
ราคาค่าบริการรถนำเที่ยว มีความเหมาะสม	3.70	3.81	-0.11	-2.016	0.045*	พึงพอใจมาก
ราคาค่ารถไฟฟ้านำเที่ยว มีความเหมาะสม	3.59	3.67	-0.08	-1.364	0.174	พึงพอใจมาก
ราคาของสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.59	3.58	0.01	0.292	0.771	ไม่พึงพอใจ
รวม	3.67	3.69	-0.02	-0.370	0.711	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจมากเรื่องราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม และเรื่องราคาค่าบริการรถนำเที่ยวมีความเหมาะสม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความไม่พึงพอใจเรื่องราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ชู อควอเรียม มีความเหมาะสม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	ไม่ใช้ บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ที่ตั้งสวนสัตว์ อยู่ในแหล่งที่ สะดวกต่อการ เดินทาง	0 (0)	102 (25.50)	154 (38.50)	108 (27.00)	34 (8.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.93
สามารถซื้อ บัตรเข้าชม สวนสัตว์โดย ระบบ online ได้	54 (13.50)	65 (16.25)	146 (36.50)	99 (24.75)	34 (8.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.69 (มาก)	0.91
เดินทาง สะดวก การจราจรไม่ ติดขัด	0 (0)	82 (20.50)	169 (42.25)	109 (27.25)	39 (9.75)	1 (0.25)	400 (100)	3.73 (มาก)	0.91
รวม								3.76 (มาก)	0.84

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งที่ติดตั้งสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 3.80$) การเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด ($\bar{X} = 3.73$) และสามารถซื้อบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดยระบบ online ได้ ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน ช่องทาง การจัด จำหน่าย	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ที่ติดตั้งสวนสัตว์ อยู่ในแหล่งที่ สะดวกต่อการ เดินทาง	0 (0)	123 (30.75)	151 (37.75)	111 (27.75)	15 (3.75)	0 (0)	400 (100)	3.96 (มาก)	0.86
สามารถซื้อ บัตรเข้าชม สวนสัตว์โดย ระบบ online ได้	54 (13.50)	74 (18.50)	134 (33.50)	115 (28.75)	23 (5.75)	0 (0)	400 (100)	3.75 (มาก)	0.87
การเดินทาง สะดวก การจราจรไม่ ติดขัด	0 (0)	101 (25.25)	175 (43.75)	91 (22.75)	33 (8.25)	0 (0)	400 (100)	3.86 (มาก)	0.89
รวม								3.76 (มาก)	0.84

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งที่ตั้งสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 3.96$) การเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด ($\bar{X} = 3.86$) และสามารถซื้อบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดยระบบ online ได้ ($\bar{X} = 3.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
	ที่ตั้งสวนสัตว์สะดวกต่อการเดินทาง	3.80	3.96	-0.16	-3.027	0.003*
ซื้อบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดยระบบ online ได้	3.69	3.75	-0.06	-1.128	0.260	พึงพอใจมาก
การเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด	3.73	3.86	-0.13	-2.593	0.010*	พึงพอใจมาก
รวม	3.76	3.88	-0.12	-2.680	0.008*	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง และการเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ	0 (0)	81 (20.25)	163 (40.75)	118 (29.50)	31 (7.75)	7 (1.75)	400 (100)	3.70 (มาก)	0.94
มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ	0 (0)	70 (17.50)	155 (38.75)	136 (34.00)	35 (8.75)	4 (1.00)	400 (100)	3.63 (มาก)	0.91
การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง	0 (0)	72 (18.00)	146 (36.50)	142 (35.50)	36 (9.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.92
ให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ	0 (0)	70 (17.50)	145 (36.25)	136 (34.00)	41 (10.25)	8 (2.00)	400 (100)	3.57 (มาก)	0.96
รวม								3.63 (มาก)	0.83

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบริการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.70$) การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.63$) การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.62$) และให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่ใช้บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ	0 (0)	63 (15.75)	195 (48.75)	120 (30.00)	21 (5.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.74 (มาก)	0.79
การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ	0 (0)	63 (15.75)	178 (44.50)	128 (32.00)	31 (7.75)	0 (0)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.83
การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง	0 (0)	64 (16.00)	146 (36.50)	151 (37.75)	37 (9.25)	2 (0.50)	400 (100)	3.58 (มาก)	0.88
ให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ	0 (0)	62 (15.50)	146 (36.50)	137 (34.25)	41 (10.25)	14 (3.50)	400 (100)	3.50 (มาก)	0.99
รวม								3.63 (มาก)	0.74

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.74$) การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.68$) การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.58$) และให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
การโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอมีความน่าสนใจ	3.70	3.74	-0.04	-0.909	0.364	พึงพอใจมาก
การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องน่าสนใจ	3.63	3.68	-0.05	-1.033	0.302	พึงพอใจมาก
การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีส่วนร่วม	3.62	3.58	0.04	0.573	0.567	ไม่พึงพอใจ
ให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ	3.57	3.50	0.07	1.132	0.258	ไม่พึงพอใจ
รวม	3.63	3.63	0.00	0.013	0.989	พึงพอใจ

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 30 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความรู้สึกพึงพอใจ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงเท่ากับ ความคาดหวัง โดยมีความพึงพอใจมากในเรื่องการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ และการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ ไม่พึงพอใจในเรื่องให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ และการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีส่วนร่วม

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน พนักงาน ผู้ให้บริการ	ไม่ใช้ บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พนักงานแต่ง กายสุภาพ มี บุคลิกภาพ แบบมืออาชีพ	0 (0)	71 (17.75)	164 (41.00)	135 (33.75)	29 (7.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.67 (มาก)	0.86
พนักงาน บริการด้วย ความเต็มใจ สุภาพอ่อน น้อม	0 (0)	71 (17.75)	175 (43.75)	122 (30.50)	29 (7.25)	3 (0.75)	400 (100)	3.71 (มาก)	0.87
พนักงาน บริการรวดเร็ว มีความ กระตือรือร้น เอาใจใส่	0 (0)	67 (16.75)	176 (44.00)	113 (28.25)	41 (10.25)	3 (0.75)	400 (100)	3.66 (มาก)	0.90
พนักงานมี ความรู้เกี่ยวกับ งานที่บริการ เป็นอย่างดี	0 (0)	58 (14.50)	170 (42.50)	136 (34.00)	35 (8.75)	1 (0.25)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.85
พนักงานมี ความพร้อม และมีความ ยินดีที่จะ ให้บริการ	0 (0)	69 (17.25)	166 (41.50)	122 (30.50)	40 (10.00)	3 (0.75)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.91
รวม								3.66 (มาก)	0.78

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งพนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม ($\bar{X} = 3.71$) พนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ ($\bar{X} = 3.67$) พนักงานบริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ ($\bar{X} = 3.66$) พนักงานมีความพร้อมและมีความยินดีที่จะให้บริการ ($\bar{X} = 3.65$) และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน พนักงานผู้ ให้บริการ	ไม่ใช้ บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ จริง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พนักงานแต่งกาย สุภาพ คลิภาพ แบบมืออาชีพ	0 (0)	99 (24.75)	171 (42.75)	120 (30.00)	10 (2.50)	0 (0)	400 (100)	3.90 (มาก)	0.80
พนักงานบริการ ด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม	0 (0)	104 (26.00)	155 (38.75)	123 (30.75)	17 (4.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.86 (มาก)	0.86
พนักงานบริการ รวดเร็ว มีความ กระตือรือร้น	0 (0)	102 (25.50)	159 (39.75)	115 (28.75)	23 (5.75)	1 (0.25)	400 (100)	3.84 (มาก)	0.88
พนักงานมีความรู้ เกี่ยวกับงานที่ บริการเป็นอย่างดี	0 (0)	93 (23.25)	164 (41.00)	121 (30.25)	21 (5.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.82 (มาก)	0.86
พนักงานมีความ พร้อมและมี ความยินดีที่จะ ให้บริการ	0 (0)	95 (23.75)	170 (42.50)	112 (28.00)	22 (5.50)	1 (0.25)	400 (100)	3.84 (มาก)	0.86
รวม								3.85 (มาก)	0.73

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งพนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ ($\bar{X} = 3.90$) พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม ($\bar{X} = 3.86$) พนักงานบริการรวดเร็ว ความสะดวกหรือร้อน เอาใจใส่ ($\bar{X} = 3.84$) พนักงานมีความพร้อมและมีความยินดีที่จะให้บริการ ($\bar{X} = 3.84$) และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
พนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ	3.67	3.90	-0.23	-4.290	0.000*	พึงพอใจมาก
พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม	3.71	3.86	-0.15	-2.964	0.003*	พึงพอใจมาก
พนักงานบริการรวดเร็ว ความสะดวกหรือร้อน	3.66	3.84	-0.18	-3.584	0.000*	พึงพอใจมาก
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการเป็นอย่างดี	3.62	3.82	-0.20	-3.736	0.000*	พึงพอใจมาก
พนักงานมีความพร้อมและมีความยินดีที่จะให้บริการ	3.65	3.84	-0.19	-3.590	0.000*	พึงพอใจมาก
รวม	3.66	3.85	-0.19	-4.224	0.000*	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการเป็นอย่างดี พนักงานมีความพร้อมและมีความยินดีที่จะให้บริการ พนักงานบริการรวดเร็ว ความสะดวกหรือร้อนเอาใจใส่ และพนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ไม่ใช้ บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การซื้อบัตรและ ชำระเงินมีความ สะดวกรวดเร็ว	0 (0)	69 (17.25)	143 (35.75)	137 (34.25)	45 (11.25)	6 (1.50)	400 (100)	3.56 (มาก)	0.95
การให้บริการที่ ถูกต้อง และ รวดเร็ว	0 (0)	66 (16.50)	166 (41.50)	124 (31.00)	39 (9.75)	5 (1.25)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.91
ระยะเวลาในการ ชมสัตว์แต่ละ สถานี่มีความ เหมาะสม	0 (0)	72 (18.00)	161 (40.25)	126 (31.50)	36 (9.00)	5 (1.25)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.92
การบรรยาย เพื่อให้ความรู้ เกี่ยวกับสัตว์ ทุกส่วน	0 (0)	79 (19.75)	154 (38.50)	123 (30.75)	37 (9.25)	7 (1.75)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.96
รวม								3.62 (มาก)	0.85

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานี่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.65$) การบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ทุกส่วน ($\bar{X} = 3.65$) การให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.62$) และการซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่ใช้บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว	0 (0)	77 (19.25)	170 (42.50)	127 (31.75)	25 (6.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.74 (มาก)	0.85
การให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	0 (0)	73 (18.25)	179 (44.75)	121 (30.25)	27 (6.75)	0 (0)	400 (100)	3.74 (มาก)	0.83
ระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานี่มีความเหมาะสม	0 (0)	83 (20.75)	154 (38.50)	131 (32.75)	31 (7.75)	1 (0.25)	400 (100)	3.72 (มาก)	0.89
การบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ทุกส่วน	0 (0)	78 (19.50)	168 (42.00)	122 (30.50)	29 (7.25)	3 (0.75)	400 (100)	3.72 (มาก)	0.88
รวม								3.73 (มาก)	0.77

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งการซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.74$) การให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.74$) ระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานี่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.72$) และการบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ทุกส่วน ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
การซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว	3.56	3.74	-0.18	-3.302	0.001*	พึงพอใจมาก
การให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	3.62	3.74	-0.12	-2.304	0.022*	พึงพอใจมาก
ระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานี่มีความเหมาะสม	3.65	3.72	-0.07	-1.274	0.204	พึงพอใจมาก
การบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ทุกส่วน	3.65	3.72	-0.07	-1.268	0.205	พึงพอใจมาก
รวม	3.62	3.73	-0.11	-2.278	0.023	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องการซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว และเรื่องการให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สถานที่จอดรถปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ	40 (10.00)	60 (15.00)	155 (38.75)	112 (28.00)	29 (7.25)	4 (1.00)	400 (100)	3.66 (มาก)	0.89
สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์สะอาดไม่แออัด	0 (0)	64 (16.00)	170 (42.50)	130 (32.50)	34 (8.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.87
จุดพักนักท่องเที่ยวมีความสวยงาม ร่มรื่น	0 (0)	98 (24.50)	148 (37.00)	122 (30.50)	30 (7.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.78 (มาก)	0.92
ทางเดินเท้ามีสภาพดี มีความปลอดภัย	0 (0)	87 (21.75)	151 (37.75)	128 (32.00)	29 (7.25)	5 (1.25)	400 (100)	3.72 (มาก)	0.93
ป้ายบอกทางมีความชัดเจน	0 (0)	73 (18.25)	160 (40.00)	128 (32.00)	36 (9.00)	3 (0.75)	400 (100)	3.66 (มาก)	0.90
ป้ายข้อมูลสัตว์อยู่ในสภาพดี มองเห็นได้ชัดเจน	0 (0)	74 (18.50)	148 (37.00)	137 (34.25)	40 (10.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.63 (มาก)	0.90
ป้ายต่างๆ เพียงพอเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจน	0 (0)	71 (17.75)	149 (37.25)	132 (33.00)	46 (11.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.60 (มาก)	0.93
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ATM	0 (0)	63 (15.75)	142 (35.50)	146 (36.50)	38 (9.50)	11 (2.75)	400 (100)	3.52 (มาก)	0.96
ห้องน้ำมีความสะอาด น่าใช้บริการ	0 (0)	63 (15.75)	149 (37.25)	137 (34.25)	42 (10.50)	9 (2.25)	400 (100)	3.54 (มาก)	0.95
การกระจายตัวของร้านอาหาร เครื่องดื่มเหมาะสม	0 (0)	70 (17.50)	161 (40.25)	134 (33.50)	30 (7.50)	5 (1.25)	400 (100)	3.65 (มาก)	0.90

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ไม่ใช้บริการ	ความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด นำให้บริการ	0 (0)	65 (16.25)	160 (40.00)	137 (34.25)	33 (8.25)	5 (1.25)	400 (100)	3.62 (มาก)	0.90
การกระจายตัวของร้านค้าของที่ระลึกเหมาะสม	0 (0)	70 (17.50)	163 (40.75)	133 (33.25)	29 (7.25)	5 (1.25)	400 (100)	3.66 (มาก)	0.89
ที่รองรับขยะ เพียงพอ	0 (0)	77 (19.25)	163 (40.75)	130 (32.50)	28 (7.00)	2 (0.50)	400 (100)	3.71 (มาก)	0.87
ความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ	0 (0)	91 (22.75)	167 (41.75)	114 (28.50)	25 (6.25)	3 (0.75)	400 (100)	3.80 (มาก)	0.89
ภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม	0 (0)	95 (23.75)	154 (38.50)	115 (28.75)	32 (8.00)	4 (1.00)	400 (100)	3.76 (มาก)	0.94
รวม								3.67 (มาก)	0.68

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ทั้งความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.80$) จุดพักนักท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น ($\bar{X} = 3.78$) ภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม ($\bar{X} = 3.76$) ทางเดินเท้ามีสภาพดี มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.72$) ที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูล เพียงพอ ($\bar{X} = 3.71$) สถานที่จอดรถปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.66$) ป้ายบอกทางมีความชัดเจน ($\bar{X} = 3.66$) การกระจายตัวของร้านค้าของที่ระลึกเหมาะสม ($\bar{X} =$

3.66) สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์สะอาด ไม่แออัด ($\bar{X} = 3.65$) การกระจายตัวของร้านขายอาหาร เครื่องดื่มเหมาะสม ($\bar{X} = 3.65$) ป้ายข้อมูลสัตว์อยู่ในสภาพดี มองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.63$) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด น่าใช้บริการ ($\bar{X} = 3.62$) ป้ายต่างๆ เพียงพอเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.60$) ห้องน้ำมีความสะอาด น่าใช้บริการ ($\bar{X} = 3.54$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ATM ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ไม่ใช้บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สถานที่จอดรถปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ	40 (10.00)	52 (13.00)	181 (45.25)	99 (24.75)	26 (6.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.71 (มาก)	0.82
สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์สะอาด ไม่แออัด	0 (0)	66 (16.50)	172 (43.00)	133 (33.25)	27 (6.75)	2 (0.50)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.84
จุดพักนักท่องเที่ยวมีความสวยงามบรรยากาศร่มรื่น	0 (0)	106 (26.50)	167 (41.75)	104 (26.00)	23 (5.75)	0 (0)	400 (100)	3.89 (มาก)	0.86
ทางเดินเท้ามีสภาพดี มีความปลอดภัย	0 (0)	80 (20.00)	163 (40.75)	134 (33.50)	23 (5.75)	0 (0)	400 (100)	3.75 (มาก)	0.84
ป้ายบอกทางมีความชัดเจน	0 (0)	76 (19.00)	144 (36.00)	143 (35.75)	36 (9.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.64 (มาก)	0.90
ป้ายข้อมูลสัตว์อยู่ในสภาพดี มองเห็นได้ชัดเจน	0 (0)	73 (18.25)	148 (37.00)	138 (34.50)	39 (9.75)	2 (0.50)	400 (100)	3.63 (มาก)	0.91
ป้ายต่างๆ เพียงพอเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจน	0 (0)	78 (19.50)	152 (38.00)	133 (33.25)	36 (9.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.68 (มาก)	0.90

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ไม่ใช้บริการ	การรับรู้จริง					รวม	ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิ เช่น ATM	0 (0)	62 (15.50)	154 (38.50)	112 (28.00)	55 (13.75)	17 (4.25)	400 (100)	3.47 (มาก)	1.04
ห้องน้ำมีความสะอาด นำไปใช้บริการ	0 (0)	52 (13.00)	139 (34.75)	116 (29.00)	76 (19.00)	17 (4.25)	400 (100)	3.33 (มาก)	1.06
การกระจายตัวของร้านขายอาหาร เครื่องดื่มเหมาะสม	0 (0)	70 (17.50)	161 (40.25)	137 (34.25)	30 (7.50)	2 (0.50)	400 (100)	3.67 (มาก)	0.87
ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด นำไปใช้บริการ	0 (0)	70 (17.50)	175 (43.75)	125 (31.25)	29 (7.25)	1 (0.25)	400 (100)	3.71 (มาก)	0.85
การกระจายตัวของร้านขายของที่ระลึกเหมาะสม	0 (0)	80 (20.00)	170 (42.50)	129 (32.25)	21 (5.25)	0 (0)	400 (100)	3.77 (มาก)	0.83
ที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูลเพียงพอ	0 (0)	100 (25.00)	155 (38.75)	116 (29.00)	27 (6.75)	2 (0.50)	400 (100)	3.81 (มาก)	0.91
ความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ	0 (0)	118 (29.50)	160 (40.00)	101 (25.25)	21 (5.25)	0 (0)	400 (100)	3.94 (มาก)	0.87
ภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม	0 (0)	122 (30.50)	145 (36.25)	108 (27.00)	24 (6.00)	1 (0.25)	400 (100)	3.91 (มาก)	0.91
รวม								3.71 (มาก)	0.60

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อบัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ทั้งความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.94$) ภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม ($\bar{X} = 3.91$) จุดพักนักท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น ($\bar{X} = 3.89$) ที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูล เพียงพอ ($\bar{X} = 3.81$) การกระจายตัวของร้านค้าของที่ระลึกเหมาะสม ($\bar{X} = 3.77$) ทางเดินเท้ามีสภาพดี มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.75$) สถานที่จอดรถปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.71$) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด น่าใช้บริการ ($\bar{X} = 3.71$) สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์สะอาด ไม่แออัด ($\bar{X} = 3.68$) ป้ายต่างๆ เพียงพอเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.68$) การกระจายตัวของร้านอาหาร เครื่องดื่มเหมาะสม ($\bar{X} = 3.67$) ป้ายบอกทางมีความชัดเจน ($\bar{X} = 3.64$) ป้ายข้อมูลสัตว์อยู่ในสภาพดี มองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.63$) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ATM ($\bar{X} = 3.47$) และห้องน้ำมีความสะอาด น่าใช้บริการ ($\bar{X} = 3.33$) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของบัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

บัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
สถานที่จอดรถปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ	3.66	3.71	-0.05	-1.215	0.225	พึงพอใจมาก
สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์สะอาด ไม่แออัด	3.65	3.68	-0.03	-0.678	0.498	พึงพอใจมาก
จุดพักนักท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น	3.78	3.89	-0.11	-2.367	0.018*	พึงพอใจมาก
ทางเดินเท้ามีสภาพดี มีความปลอดภัย	3.72	3.75	-0.03	-0.648	0.517	พึงพอใจมาก
ป้ายบอกทางมีความชัดเจน	3.66	3.64	0.02	0.268	0.789	ไม่พึงพอใจ
ป้ายข้อมูลสัตว์อยู่ในสภาพดี มองเห็นได้ชัดเจน	3.63	3.63	0.00	0.136	0.892	พึงพอใจ

ตารางที่ 39 (ต่อ) การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ผลต่างค่าเฉลี่ย	t	P-Value	แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง				
ป้ายต่างๆ เพียงพอเหมาะสมมองเห็นได้ชัดเจน	3.60	3.68	-0.08	-1.267	0.206	พึงพอใจมาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิ เช่น ATM	3.52	3.47	0.05	0.749	0.454	ไม่พึงพอใจ
ห้องน้ำมีความสะอาด นำใช้บริการ	3.54	3.33	0.21	3.286	0.001*	ไม่พึงพอใจ
การกระจายตัวของร้านขายอาหาร เครื่องดื่มเหมาะสม	3.65	3.67	-0.02	-0.274	0.784	พึงพอใจมาก
ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด นำใช้บริการ	3.62	3.71	-0.09	-1.808	0.071	พึงพอใจมาก
การกระจายตัวของร้านขายของที่ระลึกเหมาะสม	3.66	3.77	-0.11	-2.231	0.026*	พึงพอใจมาก
ที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูลเพียงพอ	3.71	3.81	-0.10	-1.959	0.051	พึงพอใจมาก
ความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ	3.80	3.94	-0.14	-2.829	0.005*	พึงพอใจมาก
ภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม	3.76	3.91	-0.15	-2.821	0.005*	พึงพอใจมาก
รวม	3.67	3.71	-0.04	-1.119	0.264	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจมากเรื่องภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม เรื่องจุดพักนักท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น และเรื่องการกระจายตัวของร้านขายของที่ระลึกเหมาะสม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ย

ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความไม่พึงพอใจเรื่องห้องน้ำมีความ สะอาด นำให้บริการ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 แสดงผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ตอบ แบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	14 ปีขึ้นไป-18 ปี (n = 100)		18 ปีขึ้นไป-25 ปี (n = 100)		25 ปีขึ้นไป-35 ปี (n = 100)		35 ปีขึ้นไป (n = 100)	
	\bar{X} (แปลผล)	S.D	\bar{X} (แปลผล)	S.D	\bar{X} (แปลผล)	S.D	\bar{X} (แปลผล)	S.D
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83 (มาก)	0.62	3.79 (มาก)	0.62	3.64 (มาก)	0.69	3.69 (มาก)	0.67
ด้านราคา	3.78 (มาก)	0.72	3.71 (มาก)	0.76	3.54 (มาก)	0.83	3.65 (มาก)	0.66
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.79 (มาก)	0.82	3.93 (มาก)	0.86	3.60 (มาก)	0.82	3.70 (มาก)	0.85
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.79 (มาก)	0.83	3.58 (มาก)	0.93	3.54 (มาก)	0.84	3.61 (มาก)	0.71
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	3.74 (มาก)	0.77	3.71 (มาก)	0.82	3.63 (มาก)	0.79	3.57 (มาก)	0.74
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	3.66 (มาก)	0.99	3.71 (มาก)	0.87	3.54 (มาก)	0.84	3.58 (มาก)	0.71
ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	3.79 (มาก)	0.67	3.72 (มาก)	0.63	3.56 (มาก)	0.76	3.59 (มาก)	0.62

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุ มีระดับความคาดหวังต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับความคาดหวังของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.23	3	0.74	1.76	0.15
	ภายในกลุ่ม	167.54	396	0.42		
	รวม	169.78	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.12	3	1.04	1.88	0.13
	ภายในกลุ่ม	218.78	396	0.55		
	รวม	221.90	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.97	3	1.99	2.83	0.04*
	ภายในกลุ่ม	278.91	396	0.70		
	รวม	284.88	399			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.70	3	1.23	1.79	0.15
	ภายในกลุ่ม	273.42	396	0.69		
	รวม	277.12	399			
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.78	3	0.59	0.98	0.40
	ภายในกลุ่ม	240.89	396	0.61		
	รวม	242.67	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.85	3	0.62	0.84	0.47
	ภายในกลุ่ม	289.64	396	0.73		
	รวม	291.49	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.47	3	1.16	2.57	0.05
	ภายในกลุ่ม	178.50	396	0.45		
	รวม	181.97	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคาดหวังของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างคู่ใดบ้างผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ผลปรากฏดังตารางที่ 44

ตารางที่ 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X} ปัจจัยด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	อายุ			
		14 ปีขึ้นไป-18 ปี (n = 100)	18 ปีขึ้นไป-25 ปี (n = 100)	25 ปีขึ้นไป-35 ปี (n = 100)	35 ปีขึ้นไป (n = 100)
		3.79	3.93	3.60	3.70
14 ปีขึ้นไป-18 ปี	3.79		-0.14	0.19	0.09
18 ปีขึ้นไป-25 ปี	3.93			0.33*	0.23
25 ปีขึ้นไป-35 ปี	3.60				-0.10
35 ปีขึ้นไป	3.70				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 1 คู่ โดยกลุ่มอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ให้ความสำคัญมากกว่าอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี

ตารางที่ 43 แสดงผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้จริงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	14 ปีขึ้นไป-18 ปี (n = 100)		18 ปีขึ้นไป-25 ปี (n = 100)		25 ปีขึ้นไป-35 ปี (n = 100)		35 ปีขึ้นไป (n = 100)	
	\bar{X} (แปลผล)	S.D	\bar{X} (แปลผล)	S.D	\bar{X} (แปลผล)	S.D	\bar{X} (แปลผล)	S.D
ด้านผลิตภัณฑ์	3.77 (มาก)	0.61	3.75 (มาก)	0.53	3.66 (มาก)	0.56	3.81 (มาก)	0.50
ด้านราคา	3.69 (มาก)	0.68	3.64 (มาก)	0.70	3.62 (มาก)	0.60	3.79 (มาก)	0.54
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	3.91 (มาก)	0.83	3.94 (มาก)	0.77	3.77 (มาก)	0.79	3.87 (มาก)	0.72
ด้านส่งเสริม การตลาด	3.65 (มาก)	0.81	3.59 (มาก)	0.78	3.57 (มาก)	0.61	3.71 (มาก)	0.73
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	3.94 (มาก)	0.83	3.92 (มาก)	0.74	3.73 (มาก)	0.62	3.81 (มาก)	0.72
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	3.67 (มาก)	0.86	3.83 (มาก)	0.76	3.62 (มาก)	0.71	3.82 (มาก)	0.74
ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	3.70 (มาก)	0.68	3.76 (มาก)	0.55	3.60 (มาก)	0.60	3.75 (มาก)	0.54

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุ มีระดับการรับรู้จริงต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ตารางที่ 44 แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้จริงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.19	3	0.40	1.31	0.27
	ภายในกลุ่ม	120.10	396	0.30		
	รวม	121.29	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.83	3	0.61	1.52	0.21
	ภายในกลุ่ม	159.42	396	0.40		
	รวม	161.25	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.69	3	0.56	0.93	0.43
	ภายในกลุ่ม	240.81	396	0.61		
	รวม	242.50	399			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.25	3	0.42	0.77	0.51
	ภายในกลุ่ม	215.37	396	0.54		
	รวม	216.62	399			
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.84	3	0.95	1.77	0.15
	ภายในกลุ่ม	212.24	396	0.54		
	รวม	215.08	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.43	3	1.14	1.94	0.12
	ภายในกลุ่ม	234.25	396	0.59		
	รวม	237.68	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.63	3	0.54	1.54	0.20
	ภายในกลุ่ม	140.21	396	0.35		
	รวม	141.84	399			

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรับรู้จริงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามา

เที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า ทุกปีจ้ยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวนตามอายุ

ปัจจัย	14 ปีขึ้นไป-18 ปี (n = 100)				18 ปีขึ้นไป-25 ปี (n = 100)				25 ปีขึ้นไป-35 ปี (n = 100)				35 ปีขึ้นไป (n = 100)			
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ				ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ				ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ				ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ			
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ผลต่างค่าเฉลี่ย (แปดผล)	(ไม่พึงพอใจ)	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ผลต่างค่าเฉลี่ย (แปดผล)	(ไม่พึงพอใจ)	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ผลต่างค่าเฉลี่ย (แปดผล)	(พึงพอใจมาก)	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ผลต่างค่าเฉลี่ย (แปดผล)	(พึงพอใจมาก)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	3.77	0.06	(ไม่พึงพอใจ)	3.79	3.75	0.04	(ไม่พึงพอใจ)	3.64	3.66	-0.02	(พึงพอใจมาก)	3.69	3.81	-0.12	(พึงพอใจมาก)
ด้านราคา	3.78	3.69	0.09	(ไม่พึงพอใจ)	3.71	3.64	0.07	(ไม่พึงพอใจ)	3.54	3.62	-0.08	(พึงพอใจมาก)	3.65	3.79	-0.14	(พึงพอใจมาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.79	3.91	-0.12	(พึงพอใจมาก)	3.93	3.94	-0.01	(พึงพอใจมาก)	3.60	3.77	-0.17	(พึงพอใจมาก)	3.70	3.87	-0.17	(พึงพอใจมาก)
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.79	3.65	0.14	(ไม่พึงพอใจ)	3.58	3.59	-0.01	(พึงพอใจมาก)	3.54	3.57	-0.03	(พึงพอใจมาก)	3.61	3.71	-0.1	(พึงพอใจมาก)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.74	3.94	-0.2	(พึงพอใจมาก)	3.71	3.92	-0.21	(พึงพอใจมาก)	3.63	3.73	-0.1	(พึงพอใจมาก)	3.57	3.81	-0.24	(พึงพอใจมาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.66	3.67	-0.01	(พึงพอใจมาก)	3.71	3.83	-0.12	(พึงพอใจมาก)	3.54	3.62	-0.08	(พึงพอใจมาก)	3.58	3.82	-0.24	(พึงพอใจมาก)
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.79	3.70	0.09	(ไม่พึงพอใจ)	3.72	3.76	-0.04	(พึงพอใจมาก)	3.56	3.60	-0.04	(พึงพอใจมาก)	3.59	3.75	-0.16	(พึงพอใจมาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 45 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยไม่ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยไม่ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกปัจจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกปัจจัย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนออื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวได้เสนอปัญหาและข้อเสนอแนะจากการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่หลายประการด้วยกัน ซึ่งสามารถทำการสรุปปัญหาและข้อเสนอแนะโดยแยกออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยนำประเด็นดังกล่าวมาทำการสรุปเพื่อความเข้าใจ ดังต่อไปนี้

ปัญหาจากนักท่องเที่ยวที่พบในการเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์

1. รถบริการนำชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
2. รถไฟฟ้ารางเดี่ยวนำเที่ยวสวนสัตว์ไม่สามารถให้บริการได้
3. ส่วนจัดแสดงเมาน้ำมีกลิ่นแรง
4. ชุบน้ำส้วมใส่ในสโนว์โดมสกปรก มีกลิ่นเหม็น

ด้านราคา

1. ราคาบัตรเข้าชมแพนด้ามีราคาแพง
2. ราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีราคาแพง
3. ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดมมีราคาแพง
4. อาหารมีราคาแพง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

1. เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขาด
เจ้าหน้าที่แนะนำ บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ในส่วนต่างๆ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1. สถานที่จอดรถมีจำนวนจำกัด
2. สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์มีกลิ่นเหม็น
3. ห้องน้ำสกปรก ไม่กล้าใช้บริการ
4. บริเวณจุดพักผ่อนที่เยี่ยมมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ
5. ป้ายบอกทางไม่ชัดเจนและชำรุด
6. มีการขายแผงลอยมากเกินไป ไม่เป็นระเบียบ ทำให้บดบังทัศนียภาพ
7. ที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูล มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงสวนสัตว์เชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรมีการจัดแสดงสัตว์ที่น่าสนใจและหลากหลายชนิด
2. ควรมีสัตว์แปลกใหม่ให้มากขึ้นกว่าเดิม
3. ควรปรับปรุงชุดที่นักท่องเที่ยวสวมใส่ในสวนสัตว์ ให้มีความ
สะอาด
4. ควรมีจักรยานให้เช่า เพื่อใช้ชมสวนสัตว์เชียงใหม่
5. สัตว์บางชนิดมีน้อยเกินไป ควรเพิ่มจำนวนให้มากขึ้น เช่น

นกกระเจอกเทศ

6. ควรเพิ่มรถบริการเที่ยวชมสวนสัตว์ให้เพียงพอต่อความต้องการ

7. ควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการของรถไฟฟ้ารางเดี่ยว

ด้านราคา

1. ควรมีป้ายติดประกาศราคาบัตรชนิดทุกชนิดทุกส่วนจัดแสดงไว้ตรงทางเข้าก่อน การซื้อบัตรเข้าชมสวนสัตว์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับราคาบัตรแต่ละชนิด และควรติดประกาศในพื้นที่ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะไม่ทราบว่าบัตรแบบไหนบ้าง และบัตรแบบไหนใช้ได้ทุกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า
2. ควรมีการลดราคาบัตรให้ถูกลงในส่วนการแสดงต่างๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรมีการให้ส่วนลดสำหรับนักเรียน/นักศึกษา
2. ควรมีการจัด Promotion ลดราคาบัตรเข้าชมแพนด้า สโนว์โดม และ เชียงใหม่ ซู อควอเรียม
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์รอบระยะเวลาการจัดแสดงของสัตว์ มีรอบระยะเวลาการจัดแสดงเวลาไหน นับตั้งแต่ซื้อตั๋วเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

1. ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่บริการให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. จุดแสดงแต่ละจุด ควรมีเจ้าหน้าที่แนะนำและเชี่ยวชาญเรื่องสัตว์เป็นอย่างดี

ด้านกระบวนการให้บริการ

1. ควรเพิ่มรอบการจัดแสดงสัตว์ให้มากขึ้น
2. ควรมีกระบวนการแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับบัตรแต่ละประเภท และแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจในสวนสัตว์ก่อน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1. ควรปรับปรุงในเรื่องการเพิ่มจำนวนที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูลให้เพียงพอต่อความต้องการ

2. ควรปรับปรุงสถานที่ให้สะอาดอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นทางเข้าสวนสัตว์ และคอกสัตว์

3. ควรจัดร้านขายของให้เป็นสัดส่วน คุณเป็นระเบียบเรียบร้อย

4. ควรมีการให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับบัตร ราคาบัตรชนิดต่างๆ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามึบัตรแบบเหมาดูได้ทุกที่

5. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ควรจัดให้ดูสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย

6. ควรเพิ่มจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอกับความต้องการ

7. ควรซ่อมแซมปรับปรุงป้ายนำทางให้ชัดเจน

8. ควรปรับภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น คุณเป็นธรรมชาติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุอยู่ในช่วง 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และ 35 ปีขึ้นไปเท่ากัน ส่วนใหญ่ไม่มีบุตรที่ต้องดูแล มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากับครอบครัว มีจำนวนคนที่มาใช้บริการด้วย 2 คน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ (ภายใน 1 ปี) มีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์เชียงใหม่จากบุคคลแนะนำ มีค่าใช้จ่ายต่อการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่า 500 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากกับการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่อีก และบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ	ความคาดหวัง		ระดับความคาดหวัง	การรับรู้จริง		ระดับการรับรู้
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.70	0.65	มาก	3.75	0.55	มาก
ด้านราคา	3.67	0.75	มาก	3.69	0.64	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.76	0.84	มาก	3.76	0.84	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	0.83	มาก	3.63	0.74	มาก
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.66	0.78	มาก	3.85	0.73	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.62	0.85	มาก	3.73	0.77	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.67	0.68	มาก	3.71	0.60	มาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทั้งความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ จุดบริการอาหารเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ และสินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมีความหลากหลาย ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทั้งความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ ความหลากหลายของสัตว์ปีกในสวนชมนก นกฟีนิกซ์ และพื้นที่สวนนกนกรฟีนิกซ์เหมาะสม เห็นได้ชัด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ทั้งราคาค่าบริการอาคารจอร์จมีความเหมาะสม ราคาค่าบริการรถนำเที่ยวมีความเหมาะสม และราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ทั้งราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ราคาค่าบริการรถนำเที่ยว มีความเหมาะสม และราคาค่าบริการอาคารจอร์จมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งที่ตั้งสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง การเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด และสามารถซื้อบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดยระบบ online ได้ ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งที่ตั้งสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง การเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด และสามารถซื้อบัตรเข้าชมสวนสัตว์โดยระบบ online ได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ และการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ และการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งพนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม พนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ และพนักงานบริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งพนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม และพนักงานบริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานี่มีความเหมาะสม การบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ทุกส่วน การให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งการซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว การให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว และระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานี่มีความเหมาะสม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ทั้งความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ จุดพักนักท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น และภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทาง

กายภาพอยู่ในระดับมาก ทั้งความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ ภายในบริเวณสวนสัตว์มี ต้นไม้และดอกไม้ที่สวยงาม และจุดพักผ่อนที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น ตามลำดับ

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		แปลผล
	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74	3.75	พึงพอใจมาก
ด้านราคา	3.63	3.69	พึงพอใจมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.76	3.88	พึงพอใจมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	3.63	พึงพอใจ
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.66	3.85	พึงพอใจมาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.62	3.73	พึงพอใจมาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.67	3.71	พึงพอใจมาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านราคา

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านราคา พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

มาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องที่ตั้งสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าภาพรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงเท่ากับความคาดหวัง โดยมีความพึงพอใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ และการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าสนใจ ไม่พึงพอใจในเรื่องให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ และการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องการซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเรื่องภายในบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคาดหวังกับการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของอายุที่แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ เมื่อพิจารณา พบว่า ระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ให้ความสำคัญมากกว่า อายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้จริงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ เมื่อพิจารณา พบว่า ทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังกับการรับรู้จริงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ เพื่อหาผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสม	14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี (n = 100)	18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี (n = 100)	25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี (n = 100)	35 ปีขึ้นไป (n = 100)
ทางการตลาดบริการ	ผลต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ (แปลผล)	ผลต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ (แปลผล)	ผลต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ (แปลผล)	ผลต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	0.06 (ไม่พึงพอใจ)	0.04 (ไม่พึงพอใจ)	-0.02 (พึงพอใจมาก)	-0.12 (พึงพอใจมาก)
ด้านราคา	0.09 (ไม่พึงพอใจ)	0.07 (ไม่พึงพอใจ)	-0.08 (พึงพอใจมาก)	-0.14 (พึงพอใจมาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.12 (พึงพอใจมาก)	-0.01 (พึงพอใจมาก)	-0.17 (พึงพอใจมาก)	-0.17 (พึงพอใจมาก)
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.14 (ไม่พึงพอใจ)	-0.01 (พึงพอใจมาก)	-0.03 (พึงพอใจมาก)	-0.1 (พึงพอใจมาก)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	-0.2 (พึงพอใจมาก)	-0.21 (พึงพอใจมาก)	-0.1 (พึงพอใจมาก)	-0.24 (พึงพอใจมาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	-0.01 (พึงพอใจมาก)	-0.12 (พึงพอใจมาก)	-0.08 (พึงพอใจมาก)	-0.24 (พึงพอใจมาก)
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.09 (ไม่พึงพอใจ)	-0.04 (พึงพอใจมาก)	-0.04 (พึงพอใจมาก)	-0.16 (พึงพอใจมาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยคาดหวังมากกว่ารับรู้=ไม่พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังเท่ากับรับรู้=พึงพอใจ ค่าเฉลี่ยคาดหวังน้อยกว่ารับรู้=พึงพอใจมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี และอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์

บัณฑิตด้านราคา

พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อบัณฑิตด้านราคา

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี และอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา

บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยทุกช่วงอายุ ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี อายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด

บัณฑิตด้านพนักงานผู้ให้บริการ

พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยทุกช่วงอายุ ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อบัณฑิตด้านพนักงานผู้ให้บริการ

บัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยทุกช่วงอายุ ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี อายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ ใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในส่วนของความพึงพอใจเกี่ยวกับ ภาพรวม โดยทั่วไปของการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยวัดจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของความคาดหวังเทียบกับการรับรู้เมื่อใช้บริการ แต่ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิรกร คุณใจดี (2551) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึง 7 ด้าน คือ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากก่อนการเที่ยวชมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังตามเหตุผลของแต่ละคน แต่เมื่อได้เที่ยวชมแล้ว ความคาดหวังเหล่านั้นได้รับการตอบสนอง ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจเกิดขึ้น ตลอดจนองค์ประกอบที่สร้างความไม่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวคือสิ่งที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้เต็มที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจลดลงจากจำนวนที่คาดหวังไว้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

หากพิจารณาตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ เกี่ยวกับภาพรวม โดยทั่วไปของการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องของชุดสำหรับการเข้าชมสโนว์โดม ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิรกร คุณใจดี (2551) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องสัตว์ที่จัดแสดงมีความหลากหลาย และมีความแปลกใหม่ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรชุตา ศรีนุ้ม (2546) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชนในการเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความหลากหลายของสัตว์เช่นกัน

ด้านราคา (Price)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องที่ตั้งของสวนสัตว์เชียงใหม่อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ และมีการโฆษณาที่ให้ข้อมูลเพียงพอ มีความน่าสนใจ และไม่พึงพอใจในเรื่องของการให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ในเทศกาลต่างๆ การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการในเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิรกร คุณใจดี (2551) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ

ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพ มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ให้บริการเป็นอย่างดีเช่นกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องกระบวนการซื้อบัตรและชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิรกร คุณใจดี (2551) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องระบบการจำหน่ายบัตรเหมือนกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในเรื่องบริเวณสวนสัตว์มีต้นไม้และดอกไม้สวยงามแต่ไม่พึงพอใจในเรื่องป้ายบอกทางมีความชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิรกร คุณใจดี (2551) ที่ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในเรื่องป้ายบอกทางชมสัตว์ภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากระยะเวลาที่แตกต่างกันทำให้สวนสัตว์เชียงใหม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปในหลายด้าน ซึ่งอาจมีผลต่อการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการสวนสัตว์เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุ มีระดับความคาดหวังกับการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ให้ความสำคัญมากกว่าอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี ในด้านของการรับรู้จริงเมื่อจำแนกตามอายุแล้ว จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุแตกต่างกันมีระดับการรับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัยไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และ 35 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการในทุกปัจจัย

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการสวนสัตว์เชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการโดยมากับครอบครัวและใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือดูแพนด้า
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน โดยกลุ่มอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปีให้ความสำคัญมากกว่าอายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์เชียงใหม่จากบุคคลแนะนำมากกว่าสื่อโทรทัศน์
6. ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเรื่องชุดสำหรับการใส่เข้าชมสวนสัตว์โดยยังไม่สะอาดและดูไม่ปลอดภัย
7. ด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเรื่องราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม

8. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเรื่องห้องน้ำมี
ความสะอาด นำให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการ
สวนสัตว์เชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรูปแบบการมาเที่ยวชมสวนสัตว์
เชียงใหม่กับครอบครัว ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรเน้นกิจกรรมที่เน้นการสร้างสาน
สัมพันธ์ในครอบครัว

2. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
โดยรถยนต์ส่วนตัว ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควรจัดสถานที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอต่อความ
ต้องการ

3. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์
เชียงใหม่จากบุคคลแนะนำเป็นอันดับแรก และรองลงมาคือโทรทัศน์ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่
จึงควรพยายามสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์
เชียงใหม่ และโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

4. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสวนสัตว์เพื่อมา
ชมแพนด้ามากเป็นอันดับสอง กล่าวคือแพนด้าเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์
เชียงใหม่ แต่หากในอนาคตต้องมีการส่งแพนด้ากลับคืนประเทศจีน ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามา
ชมสวนสัตว์เชียงใหม่ลดลง ดังนั้นสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรมีการเตรียมแผนรองรับที่น่าสนใจใน
การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ต่อไป

5. จากการศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ควรปรับปรุงพัฒนาใน
เรื่องที่นั่งพักให้สะอาด มีความร่มรื่นเหมาะกับการพักผ่อน และสามารถเป็นที่หลบฝนได้
เนื่องจากในช่วงฤดูฝนจะประสบปัญหาเรื่องขาดแคลนที่นั่งหลบฝน เพราะจากการศึกษา พบว่า ทาง
สวนสัตว์ยังขาดที่นั่งหลบฝนระหว่างเดินชมสัตว์ และเก้าอี้ที่มีอยู่ในบริเวณจุดนั่งพักต่างๆ มีสภาพไม่
พร้อมใช้งาน ดังนั้นควรมีการออกแบบเก้าอี้ที่นั่งพักให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และบำรุงรักษาให้
พร้อมใช้งานเสมอ มีความร่มรื่นเหมาะกับการพักผ่อน เนื่องจากสวนสัตว์มีเนื้อที่กว้างหากเดินชม
สัตว์นักท่องเที่ยวย่อมมีความต้องการที่นั่งพักระหว่างทาง

6. จากการศึกษาปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามา
เที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความไม่พึงพอใจต่อบริการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ควรมีการ

จัดทำ Chiangmai Zoo Member สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าสวนสัตว์เชียงใหม่ เช่น สมาชิกจะได้รับส่วนลดการเข้าชมส่วนต่างๆ 10% และนอกจากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเรื่องราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม ดังนั้นควรมีการจัดทำการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดในการเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม เมื่อแสดงบัตรนักเรียน นักศึกษา เป็นต้น เพราะจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี และอายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี ที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีความไม่พึงพอใจต่อบัญชีด้านราคา

7. จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเรื่องชุดสำหรับการใส่เข้าชมสโนว์โดมยังไม่สะอาดและดูไม่ปลอดภัย ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบถึงระบบการทำความสะอาด ว่ามีการผ่านระบบการฆ่าเชื้อโรคทุกครั้งก่อนนำชุดมาให้บริการ

8. จากการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเรื่องความสวยงามและคงสภาพตามธรรมชาติ บรรยากาศร่มรื่น มีต้นไม้ดอกไม้สวยงาม ดังนั้นสวนสัตว์เชียงใหม่ควรมีแผนการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ พื้นที่ภายในสวนสัตว์เชียงใหม่รวมถึงฟื้นฟูสภาพป่าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ในอนาคต อันจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ให้บริการ

2. ควรมีการศึกษากลุ่มประชากรที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการในวันที่มีผู้มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวนมาก ว่ามีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน จากนั้นนำมาปรับกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ให้เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

บรรณานุกรม

- กรทอง ลีสุวรรณ. 2548. การประเมินมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่.
การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
เชียงใหม่ ชู อควอเรียม. “โลกใต้น้ำ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.chiangmaiaquarium.com/index.html> (8 เมษายน 2553).
- ไทยแลปออนไลน์. 2553. “การเรียนรู้จักตนเองในแต่ละช่วงวัย” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.thailabonline.com/moral2.htm> (15 เมษายน 2553).
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร :
บริษัท วี. อินเทอร์เน็ต จำกัด.
- นิพนธ์ วิชัยรัตน์. ผู้ช่วยผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่. สัมภาษณ์. 15 กุมภาพันธ์ 2554.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. วิธีการสร้างสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วชิรกร คุณใจดี. 2551. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล. 2550. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัทฐานบัณฑิต จำกัด.
- วิมล อารยะรัตน์. 2546. ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด. มหาสารคาม: ห้างหุ้นส่วนจำกัด
อภิชาติการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.
- สวนสัตว์เชียงใหม่. 2552. “ประวัติความเป็นมาของสวนสัตว์” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.chiangmaizoo.com/index.php?menuleft=history> (15 พฤศจิกายน 2552).
- สวนสัตว์เชียงใหม่. 2552. รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2552.
- สวนสัตว์เชียงใหม่. 2553. รายงานผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2520-2553.
- สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ. 2553. “ภารกิจขององค์การสวนสัตว์” [ระบบ
ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.oic.go.th/ginfo/asp/f_moreinfo.asp?id=GS0400074
(8 เมษายน 2553).
- สุนตรา วงษ์พันธุ์. 2550. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่.
การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

องค์การสวนสัตว์. 2553. “สิ่งที่น่าสนใจ สวนสัตว์เชียงใหม่” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.zoothailand.org/index.php> (8 เมษายน 2553).

อรชуда ศรีน่วม. 2546. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนในการเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่.

การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการ

ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่
คำชี้แจง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และนำเสนอในภาพรวม โดยไม่ระบุว่าเป็นของบุคคลใด และผล การศึกษานี้จะนำมาใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้มาใช้บริการ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องสี่เหลี่ยมให้ตรงกับคำตอบของท่าน

- 1.1 เพศ 1. ชาย 2. หญิง
- 1.2 สถานภาพ 1. โสด 2. สมรส
 3. แยกกันอยู่ 4. หม้าย/หย่าร้าง
- 1.3 ปัจจุบันท่านมีบุตรที่ต้องดูแลหรือไม่
 1. ไม่มี 2. มี ลูกคนเล็กอายุน้อยกว่า 14 ปี
 3. มี ลูกคนเล็กอายุมากกว่า 14 ปี
- 1.4 อายุ 1. อายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี 2. อายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี
 3. อายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี 4. อายุ 35 ปีขึ้นไป
- 1.5 ระดับการศึกษา
 1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษา 3. ปวช 4. ปวส
 5.ปริญญาตรี 6.ปริญญาโท 7.ปริญญาเอก

1.6 ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. จังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ
 3. ภาคกลาง 4. ภาคตะวันออก 5. ภาคตะวันตก 6. ภาคใต้
 7. อื่นๆ ระบุ

1.7 อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ 4. พนักงานบริษัท
 5. รับจ้าง/ใช้แรงงาน 6. อื่น ๆ ระบุ.....

1.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,000-15,000 บาท
 3. 15,001-20,000 บาท 4. 20,001-25,000 บาท
 5. 25,001-30,000 บาท 6. มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

2.1 ลักษณะของการมาใช้บริการ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. มาคนเดียว 2. มากับครอบครัว 3. มากับเพื่อน
 4. มากับคณะทัศนศึกษา/ทัศนจร 5. อื่นๆ ระบุ.....

2.2 จำนวนคนที่มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่รวมกันกับท่าน

1. 0 คน (มาคนเดียว) 2. 1 คน 3. 2 คน
 4. 3 คน 5. 4 คน 6. 5 คน
 7. มากกว่า 5 คน

2.3 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาสวนสัตว์ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. รถยนต์ส่วนตัว 2. รถจักรยานยนต์ 3. รถรับจ้าง
 4. รถประจำทาง 5. รถทัวร์ทัศนศึกษา/ทัศนจร 6. อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาเพื่อชมสวนสัตว์เชียงใหม่

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของท่าน ในด้านต่าง ๆ

โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตัวเลขที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้	ไม่ได้ใช้บริการ		ก่อนการใช้บริการ					หลังการใช้บริการ							
			ระดับความคาดหวังในการให้บริการ					ระดับการรับรู้ในการให้บริการ							
	มากที่สุด (5)	มากที่สุด (4)	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อยที่สุด (2)	น้อยที่สุด (1)					
ด้านผลิตภัณฑ์															
1. ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ที่จัดแสดงในสวนสัตว์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์ความสามารถของสัตว์ที่หลากหลาย	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. สัตว์ดูสุขภาพดี แข็งแรง	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. ความหลากหลายของสัตว์ที่จัดแสดงในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. การจัดแสดงสัตว์ในเชียงใหม่ ชู อควอเรียม มีความเหมาะสม	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
6. พื้นที่ในการเข้าชมแพนด้าสะดวก สามารถมองเห็นแพนด้าได้ชัดเจน	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
7. ความหลากหลายของสัตว์ป่าในสวนชมกนกนครพิงค์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
8. พื้นที่ในการชมสวนกนกนครพิงค์มีความเหมาะสม สวยงาม สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
9. ความหลากหลายของสัตว์ที่จัดแสดง ในสวนของสัตว์แอฟริกา	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
10. พื้นที่ในการชมสัตว์แอฟริกาสามารถมองเห็นสัตว์ได้ชัดเจน	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้	ไม่ได้ใช้บริการ	(ก่อนการใช้บริการ)					(หลังการใช้บริการ)				
		ระดับความคาดหวังในการให้บริการ					ระดับการรับรู้ในการให้บริการ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11. การจัดแสดงสินค้าแล้วมีความหลากหลาย น่าสนใจ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
12. พื้นที่ในการเข้าชม โคลงค่าสามารถมองเห็น โคลงค่าได้ชัดเจน		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
13. พื้นที่ในการเข้าชมการแสดงของแม่น้ำสามารถมองเห็นแม่น้ำได้ชัดเจน		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
14. พื้นที่ในการเข้าชมการแสดงของพญานาคสามารถมองเห็นพญานาคได้ชัดเจน		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
15. พื้นที่ในการชมเรดอินเดียสามารถมองเห็นเรดอินเดียได้ชัดเจน		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
16. พื้นที่ในการชมอูรังอุตังมีความเหมาะสม สามารถมองเห็นได้ชัดเจน		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
17. ชุดสำหรับบริการเข้าชมสโนว์โดมสะอาดและปลอดภัย		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
18. ระยะเวลาในการเข้าชมสโนว์โดมมีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
19. การจัดสวนพญานาคในโลกศตวรรษที่ 21 ของเอ็ดเวนเจอร์ปริกซ์มีความเหมาะสม น่าสนใจ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
20. การให้บริการของรถนำชมสวนสัตว์เพียงพอต่อความต้องการ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
21. รถไฟฟ้ารางเตี้ยนำเที่ยวสวนสัตว์มีความสะดวกสบายปลอดภัยน่าใช้		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
22. สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
23. โบราณสถาน วัดคู่ดินขาวมีความเหมาะสม สวยงาม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
24. สวนดอกไม้มีความสวยงาม มีพรรณไม้หลากหลายชนิด		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้	ไม่ได้ใช้บริการ	ระดับความคาดหวังในการให้บริการ					ระดับการให้บริการ				
		ก่อนการให้บริการ					หลังการให้บริการ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
25. สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมีความหลากหลาย		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
26. ร้านขายสินค้าที่ระลึกมีเพียงพอและสะดวกต่อการช้อปปิ้ง		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
27. มีจุดบริการอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ด้านราคา											
1. ราคาค่าบริการจอดรถของสวนสัตว์มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. ราคาบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. ราคาบัตรแบบเหมาดูได้ทุกที่ในสวนสัตว์มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. ราคาบัตรเข้าชมแพนด้ามีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. ราคาบัตรเข้าชมสโนว์โดมมีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
6. ราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ ซู อควอเรียม มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
7. ราคาค่าบริการเอ็ดเวนเจอร์ปาร์ค มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
8. ราคาค่าบริการรถนำเที่ยว มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
9. ราคาตั๋วรถไฟฟ้างyeongnam มีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
10. ราคาของสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้	ไม่ได้ใช้บริการ	ระดับความคาดหวังในการให้บริการ					ระดับการใช้บริการ							
		ก่อนการใช้บริการ					หลังการใช้บริการ							
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย														
1. ที่ตั้งของสวนสัตว์อยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทาง		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
2. สามารถติดต่อขอรับเข้าชมสวนสัตว์โดยระบบ online ได้		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
3. การเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
ด้านการส่งเสริมการตลาด														
1. สวนสัตว์มีการโฆษณาให้ข้อมูลที่เพียงพอ และมีความน่าสนใจ		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
2. สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง น่าสนใจ พบเห็นได้ทั่วไป		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
3. สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
4. มีการให้ส่วนลดการเข้าชมสวนสัตว์ ในเทศกาลต่างๆ		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
ด้านบุคลากร														
1. พนักงานให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
2. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ มีริ้วรอยจากสุภาพอ่อนน้อม		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
3. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ ถูกคำ		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
4. พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการเป็นอย่างดี		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
5. พนักงานมีความพร้อมและมีความยินดีที่จะให้บริการ		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้	ไม่ได้ใช้บริการ	(ก่อนการให้บริการ)					(หลังการให้บริการ)								
		ระดับความคาดหวังในการให้บริการ					ระดับการรับรู้ในการให้บริการ								
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านกระบวนการ															
1. ส่วนตัวมีช่องทางการจำหน่ายบัตรที่สะดวกรวดเร็วในการซื้อและชำระเงิน		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
2. มีการให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
3. ระยะเวลาในการชมสัตว์แต่ละสถานีมีความเหมาะสม		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
4. ในแต่ละส่วนจัดแสดงมีการบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ชนิดต่างๆ		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
ด้านกายภาพ															
1. สถานที่จอดรถมีความปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
2. สถานที่จัดแสดงและคอกสัตว์มีความสะอาด ไม่แออัด		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
3. บริเวณจุดพักผ่อนนักท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศร่มรื่น		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
4. ในการเดินชมสัตว์ทางเดินเท้ามีสภาพดี มีความปลอดภัย		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
5. ป้ายบอกทางมีความชัดเจน		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
6. ป้ายข้อมูลสัตว์อยู่ในสภาพดี มองเห็นได้ชัดเจน		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1
7. ป้ายให้คำแนะนำและป้ายให้ความรู้ต่างๆ มีความเพียงพอเหมาะสมมองเห็นได้ชัดเจน		5	4	3	2	1					5	4	3	2	1

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้	ผู้ใช้บริการ	(ก่อนการใช้บริการ)					(หลังการใช้บริการ)				
		ระดับความคาดหวังในการให้บริการ					ระดับการรับรู้ในการให้บริการ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ATM		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
9. ห้องน้ำดื่มสะอาด นำให้บริการ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
10. ความเหมาะสมของการกระจายตัวของร้านอาหารและเครื่องดื่ม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
11. ร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในสวนสัตว์มีความสะอาด นำให้บริการ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
12. ความเหมาะสมของการกระจายตัวของร้านอาหารของที่ระลึก		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
13. มีที่รองรับขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูล เพียงพอ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
14. สวนสัตว์สวยงามมีความสวยงาม และคงสภาพตามธรรมชาติ		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
15. โตชมภายในบริเวณสวนสัตว์สวยงามมีต้นไม้และดอกไม้สวยงาม		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาที่ท่านพบในการเยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงสวนสัตว์เชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

หนังสือตอบรับให้นักศึกษาทำการค้นคว้าแบบอิสระ



สวนสัตว์เชียงใหม่ Chiangmai Zoo

100 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 โทร. (Tel.) 0-5322-1179, 0-5335-8116 โทรสาร. (Fax) 0-5322-2283
100 Huay Kaew Road, Suthep, Muang, Chiangmai, 50200 Thailand, www.zoothailand.org, e-mail: Chiangmai@zoothailand.org

ที่ ทส 1113/ 3000

26 กรกฎาคม 2553

เรื่อง ตอบรับให้นักศึกษาทำการค้นคว้าแบบอิสระ

เรียน ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ดันดีประภา)

อ้างถึง หนังสือหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตฯ ลงวันที่ 20 กรกฎาคม 2553

ตามหนังสือที่อ้างถึง หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (M.B.A. Marketing) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แจ้งความประสงค์ขออนุญาตให้นักศึกษา คือ นางสาวปรมาภรณ์ รัตนสืบ รหัสประจำตัว 521532058 นักศึกษาปริญญาโท เข้าทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อให้ประกอบการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระในหัวข้อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสวนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ และอนุญาตให้เผยแพร่ผลการศึกษาดังกล่าว ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

ในการนี้ สวนสัตว์เชียงใหม่ พิจารณาแล้วมีความยินดีให้นักศึกษาเข้าทำการค้นคว้าจัดเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อให้ประกอบการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ ขอเรียนว่าในส่วนของการนำข้อมูลที่ได้ ไปเผยแพร่ขอให้นำเสนอสวนสัตว์เชียงใหม่ พิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวจาวรรณ ชิงชัย)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่

งานธุรการ ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

โทรศัพท์ 0 5322 1179 โทรสาร 0 5322 2283

ภาคผนวก ก
ข้อมูลสวนสัตว์เชียงใหม่
(Chiang Mai Zoo)

สวนสัตว์เชียงใหม่

ตั้งอยู่บริเวณทางขึ้นอุทยานแห่งชาติดอยปุย-สุเทพ เลขที่ 100 ถนนห้วยแก้ว ตำบล
สุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
โทรศัพท์ 053-221-179 , โทรสาร 053-222-283
www.chiangmaizoo.com

ความเป็นมา

ก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2495 โดยความโอบอ้อมอารีของ มร.ฮาโรลด์ เมสัน ยังค์
ที่ได้ดูแลสัตว์ป่าที่ถูกทำร้าย และไถ่ค่าโดยพรานในสมัยนั้น จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2518 องค์กร
บริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ได้เข้ามาสนับสนุน และโอนให้เข้ามาอยู่ในสังกัดขององค์การ
สวนสัตว์ฯ ในปี พ.ศ. 2520 มีพื้นที่เพิ่มจาก 60 ไร่ เป็น 531 ไร่ ในปัจจุบัน

ข้อมูลการท่องเที่ยว

สวนสัตว์เชียงใหม่ มีพื้นที่โดยรอบเป็นเนินเขาและลำห้วยน้อยใหญ่ รวมทั้งผืนป่า
ธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ด้วยพรรณไม้ดอกไม้ประดับสวยงามนานาชนิด ส่วนจัดแสดงสัตว์และ
ภูมิทัศน์ของสวนสัตว์เชียงใหม่มีความสวยงามอยู่ทั่วบริเวณ สามารถเลือกวิธีการเที่ยวชมโดยรอบ
โดยใช้เส้นทางเดินหลักประมาณ 4 กิโลเมตร หรือใช้บริการนำเที่ยวของรถบริการ และรถไฟฟาราง
เดี่ยว

เวลาและอัตราค่าเข้าชม

เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 8.00 น. - 17.00 น.

อัตราค่าเข้าชม (จำหน่ายบัตรแยกตามแต่ละส่วนของการให้บริการ)

อัตราค่าบริการในส่วนต่างๆ

ค่าบริการอาคารจอดรถ

รถยนต์	50	บาท
รถจักรยานยนต์	10	บาท
รถจักรยาน	1	บาท

ค่าบริการ	ผู้ใหญ่	เด็ก
ค่าผ่านประตูสวนสัตว์	50	10
ค่าเข้าชมแพนด้า	50	20
ค่าใช้บริการสโนว์โดม	150	100
ค่าใช้บริการแอดเวนเจอร์ปาร์ค	20	10
ค่าบริการนำเที่ยว	20	10
ค่ารถไฟฟารางเดียนำเที่ยว	70	50
ค่าเข้าชมศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำฯ		เด็ก: ผู้มีอายุ 11-14 ปี
➤ ค่าผ่านประตู	290	190
➤ ค่าค่าพิวน้ำคูปลา	500	500
➤ ค่าสำรวจโลกใต้ทะเล	4,290	4,290

เวลาการแสดง

การแสดงแมวน้ำ

จันทร์ถึงศุกร์ 2 รอบ เวลา 10.30 น. และ 14.00 น.

เสาร์ และ อาทิตย์ 3 รอบ เวลา 10.30 น. 13.30 น. และ 15.00 น.

การแสดงสัตว์แสนรู้

จันทร์ถึงศุกร์ 2 รอบ เวลา 11.30 น. และ 15.00 น.

เสาร์ และ อาทิตย์ 3 รอบ เวลา 11.30 น. 14.30 น. และ 15.30 น.

ส่วนจัดแสดงและภูมิทัศน์

จุดสำคัญที่แนะนำให้เที่ยวชมมีดังต่อไปนี้

- ส่วนจัดแสดงแพนด้า บ้านอันอบอุ่นของครอบครัวแพนด้าน้อยหลินปิง
- สัตว์แอฟริกา จากทุ่งหญ้าสะวันนาใช้ชีวิตร่วมกันตามธรรมชาติ
- สวนดอกไม้ แหล่งรวบรวมพรรณไม้ดอกไม้สวยงามตลอดทั้งปี
- รถไฟฟ้ารางเดี่ยว ชมทิวทัศน์ของสวนสัตว์ในมุมมองเหนือระดับ
- รถบริการนำเที่ยว พร้อมวิทยากรบรรยายให้ความรู้ตลอดเส้นทาง
- สวนผจญภัย สนุกสนาน ตื่นเต้น ผจญภัย ไปในโลกดึกดำบรรพ์
- อูรังอุรัง หรือคนป่าในภาษามลายู อยู่ท่ามกลางป่าธรรมชาติ
- แรดอินเดีย พันธุ์ที่หายากที่สุดในโลก ตัวเดียวในประเทศไทย
- การแสดงของแมวน้ำ ชมการแสดงความสามารถของสัตว์อันน่าทึ่งและสนุกสนาน
- โคอาล่า เยี่ยมชมความน่ารักของครอบครัวโคอาล่า ทั้ง 9 ตัว
- โบราณสถาน วัดกู่ดินขาว อายุเก่าแก่กว่า 800 ปี ก่อนสร้างเมืองเชียงใหม่
- สวนชมนกนครพิงค์ สัมผัสกับสัตว์ปีกที่หาดูได้ยากหลากหลายชนิด พร้อมกับระบบนิเวศน์เสมือนจริงตามธรรมชาติ ท่ามกลางบรรยากาศร่มรื่น มีธารน้ำตกไหลผ่านเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ และศึกษาเรียนรู้ทางปักษีวิทยา
- เชียงใหม่ ซู อควอเรียม มหัศจรรย์อลังการแห่งบรรยากาศของโลกใต้น้ำ

ตารางการแสดง เชียงใหม่ ชู อควอเรียม

เปิดทุกวัน วันจันทร์-ศุกร์ เปิดเวลา 10.00 น. ถึง 17.00 น.

วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

เช้า			
เวลา	กิจกรรม	สถานที่	หมายเหตุ
10:00	กิจกรรมดำผิวน้ำดูปลา	อุโมงค์น้ำจืดหรืออุโมงค์น้ำทะเล	เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด นักขัตฤกษ์(จองล่วงหน้า)
10:10	โชว์ให้อาหารปลากระเบนเมซอน และปลาโคราแซลมอล	ตู้แคปซูลน้ำจืด โซนสำรวจกลุ่มแม่น้ำในป่าลึก	ทุกวัน
10:30	โชว์ให้อาหารปลาน้ำจืด	อุโมงค์น้ำจืด	ทุกวัน
10:45	กิจกรรมให้อาหารปลากระเบนนก และกระเบนจุกว้าว	โซนสำรวจห้วงมหาสมุทร	เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด นักขัตฤกษ์
11:00	โชว์ให้อาหารปลาน้ำทะเล	อุโมงค์น้ำทะเล	ทุกวัน
11:15	กิจกรรมตกปลา	บ่อตกปลาด้านหน้า	เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด นักขัตฤกษ์
บ่าย			
เวลา	กิจกรรม	สถานที่	หมายเหตุ
1:30	กิจกรรมดำผิวน้ำดูปลา	อุโมงค์น้ำจืดหรืออุโมงค์น้ำทะเล	ทุกวัน
1:45	กิจกรรมให้อาหารปลากระเบนนก และกระเบนจุกว้าว	โซนสำรวจห้วงมหาสมุทร	ทุกวัน
2:15	กิจกรรมตกปลา	บ่อตกปลาด้านหน้า	เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด นักขัตฤกษ์
2:40	โชว์ให้อาหารปลากระเบนเมซอน และปลาโคราแซลมอล	ตู้แคปซูลน้ำจืด โซนสำรวจกลุ่มน้ำในป่าลึก	ทุกวัน
3:00	โชว์ให้อาหารปลาน้ำจืด	อุโมงค์น้ำจืด	ทุกวัน
3:30	โชว์ให้อาหารปลาน้ำทะเล	อุโมงค์น้ำทะเล	ทุกวัน
3:30	โชว์ให้อาหารปลาน้ำทะเล	อุโมงค์น้ำจืด	ทุกวัน
4:00	กิจกรรมให้อาหารปลากระเบนนก และกระเบนจุกว้าว	โซนสำรวจห้วงมหาสมุทร	ทุกวัน
	กิจกรรมสำรวจโลกใต้น้ำ	อุโมงค์น้ำจืดหรืออุโมงค์น้ำทะเล	ทุกวัน(จองล่วงหน้า)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวปรมาภรณ์ รัตนสีบ
วัน เดือน ปี เกิด	3 กรกฎาคม 2527
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2548 สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (การบัญชี) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ ปีการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2551-2552 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (ชนกร) ธนาคารนครหลวงไทย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved