

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการ
ท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศุภกัศร เรืองฉิม

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ และ วัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ว่าอยู่ในระดับใด ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 500 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้โดยการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา ในการอธิบายข้อมูลในรูปแบบตารางความถี่และร้อยละ การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal effect

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.6 มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี ร้อยละ 56.2 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 79.4 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.8 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วงที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 41.2 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 74.4 โดยส่วนใหญ่แล้วมีการเดินทางมาเที่ยวโดยรถส่วนตัวและเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากที่พักถึงสวนสัตว์เชียงใหม่ต่ำกว่า 100 บาทต่อคน

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเดินทางมาเป็นหมู่คณะหรือ

กลุ่มเพื่อน ร้อยละ 37.6 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว ร้อยละ 70.8 ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวมากที่สุด คือวันเสาร์-อาทิตย์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะมาชมสัตว์โดยเฉพาะ ร้อยละ 57 ซึ่งสัตว์ที่ดึงดูดใจมาชมมากที่สุดคือหมีแพนด้า

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ 30.83% รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการ คือ มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อโอกาสความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เพิ่มขึ้นระหว่าง 21-27% ในขณะที่ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรส ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ภูมิสำเนา และอายุ โดยปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อโอกาสความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เพิ่มขึ้นระหว่าง 5-12%

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านสถานที่ คือ ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวางมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา คือ มีความพึงพอใจที่ราคาค่าเข้าชมมีความเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่และการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน ด้านการอำนวยความสะดวก คือ เดินทางมาสะดวก อยู่ใกล้กับที่พัก มีความสะอาดและปลอดภัย มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ส่วนด้านการให้บริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ และมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี

Independent Study Title	Thai Tourist Satisfaction to Travel Chiang Mai Zoo
Author	Miss Supaksorn Reangchim
Degree	Master of Economics
Independent Study Advisory Committee	
	Asst.Prof.Dr.Thanes Sriwichailamphan Advisor
	Lect.Dr.Prapatchon Jariyaphan Co-advisor

ABSTRACT

This study aims at investigating travel behaviors and factors affecting satisfaction of Thai tourists on their travel around Chiang Mai Zoo and assessing level of satisfaction of Thai tourists who traveled to Chiang Mai Zoo. The data used in this study were collected by using interview questionnaires asking 500 tourists who travelled in Chiang Mai Zoo. Collected data were analyzed to descriptive statistics. In interpreting data, tables of frequency and percentage were used, and the Logit Model with marginal effect analysis was used in data analyzing.

The study results show that most Thai tourists who travelled to Chiang Mai Zoo or 64.6 percent were female. 56.2 percent of the tourists were aged between 21-30 years old. 79.4 percent were single. 59.8 percent completed a bachelor's degree. 41.2 percent earned less than 5,000 baht a month. 74.4 percent resided in the North of Thailand. Most tourists came to the zoo by private cars and spent less than 100 baht/person from their residences to the zoo.

According to the behavioral study of the Thai tourists who traveled to Chiang Mai Zoo, it was found that most tourists traveled to the zoo for recreation. 37.6 percent of the tourists traveled in groups or with friends. 70.8 percent had been to the zoo before. Most tourists preferred to the zoo at weekends. 57 percent intended to see animals in the zoo, most expected to see animal was a giant panda.

Regarding factors affecting satisfaction of the Thai tourists who traveled to Chiang Mai Zoo, 30.83 percent reported that hygiene and safety were the most important factors. Service-related factors such as tourist information centers and expert animal staff and price factor or reasonable entrance fee were considered the second most important factor. These factors increased level of satisfaction of the tourists for 21-27 percent. Zoo's area management or zoning in the zoo, marital status, average monthly income, level of education, area of residence and age factors affected satisfaction of the tourists and increased their satisfaction level for 5-12 percent.

The study of satisfaction level of the Thai tourists who traveled to Chiang Mai Zoo reveals that most tourists satisfied with the spacious area of the zoo the most. The second most important satisfaction factor was price as tourists were satisfied with the present entrance fee which was reasonable and also clearly displayed. The tourists were also satisfied with the convenience factors including ease of commuting, close to the place of residence, hygiene and safety, and adequate parking space, and with the service-related factors, i.e. the animal expertise of zoo staff, the availability of tourist information center, and the provision of good information.