

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่



ศุภักษร เรืองนิม

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ศุภักษร เรืองฉิม

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


.....ประธานกรรมการ
รศ.อารีย์ เชื้อเมืองพาน


.....กรรมการ
รศ.ดร.ชเนศ ศรีวิชัยคำพันธ์


.....กรรมการ
อ.ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รศ.ดร.ชเนศ ศรีวิชัยคำพันธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
อ.ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์

30 กันยายน 2553

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ชนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ ที่ได้กรุณาเป็นประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์ กรรมการที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์อริย์ เชื้อเมืองพาน ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้ความรู้ให้คำปรึกษา แนะนำและสละเวลาช่วยตรวจสอบผลงานจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ ที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้เขียนจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาและขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่างๆเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณพนักงานสวนสัตว์เชียงใหม่ทุกท่านและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว สวนสัตว์เชียงใหม่ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นปริญญาโท ภาคพิเศษ รุ่นที่ 15 ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำ ทำการค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียน หวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อกิจการของสวนสัตว์เชียงใหม่และผู้ที่เกี่ยวข้อง หากส่วนหนึ่งส่วนใดของการค้นคว้า มีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับและขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ศุภักษร เรืองนิม

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.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตในการศึกษา	4
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	6
2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ	8
2.1.3 ทฤษฎีการประมาณค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น	13
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	19
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.4 วิธีการศึกษา	20
บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	25

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่	36
4.3 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการด้านต่างๆของสวนสัตว์เชียงใหม่	42
4.4 ทศนะคติและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ สวนสัตว์เชียงใหม่	46
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุปผลการศึกษา	47
5.2 ข้อเสนอแนะ	48
เอกสารอ้างอิง	51
ภาคผนวก	53
ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Logit	54
ภาคผนวก ข แบบสอบถามการค้นคว้าแบบอิสระ	59
ประวัติผู้เขียน	62

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ.2550-2554	2
4.1 ข้อมูลเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	25
4.2 ข้อมูลอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	26
4.3 ข้อมูลสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	27
4.4 ข้อมูลระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	27
4.5 ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	28
4.6 ข้อมูลภูมิภานาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	28
4.7 ข้อมูลลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	29
4.8 ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	29
4.9 ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	31
4.10 ข้อมูลรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	31
4.11 ข้อมูลลักษณะการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	32
4.12 ข้อมูลช่วงเวลาของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	32
4.13 ข้อมูลสื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ย ชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	33
4.14 ข้อมูลความตั้งใจมาชมสัตว์ที่สวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ย ชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	34
4.15 ข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	35
4.16 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี Maximum Likelihood Estimates	37
4.17 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์และระดับนัยสำคัญ โดยวิธี Marginal effect	39
4.18 ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ของสวนสัตว์เชียงใหม่	43

4.19	ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านราคาของสวนสัตว์เชียงใหม่	44
4.20	ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวกของสวนสัตว์เชียงใหม่	44
4.21	ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่	45
4.22	เปรียบเทียบข้อมูลระดับความพึงพอใจของสวนสัตว์เชียงใหม่ในแต่ละด้าน	45



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค	11
4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดหนึ่งใน 76 จังหวัดของประเทศไทย และตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ 20,107 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรประมาณ 1.67 ล้านคน มีอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการ และปกครองจังหวัด การแบ่งการปกครองประกอบด้วย 25 อำเภอ เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาในระดับสูง มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และการลงทุน จนมีการพัฒนาเติบโตอย่างรวดเร็ว จนเป็นเมืองเศรษฐกิจใหญ่ อันดับ 2 ของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมากมาย มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ซึ่งเป็นที่ตั้งของ อาณาจักรล้านนา ในสมัยโบราณ ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกับจังหวัดอื่นๆ ทั้งด้านประเพณี วัฒนธรรมอันดีงาม

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีสภาพอากาศค่อนข้างเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี 25.4 องศาเซลเซียส โดยเฉพาะในฤดูหนาวช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ จะเป็นช่วงที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง การใช้ภาษาของชาว เชียงใหม่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก และมีภาษาท้องถิ่นซึ่งเรียกว่า ภาษาคำเมือง ซึ่งแต่ละท้องถิ่นของทางภาคเหนือ มีคุณลักษณะของภาษาที่คล้ายๆกัน จะแตกต่างกันเฉพาะ สำเนียงและศัพท์บางคำ แต่ละท้องถิ่นก็จะมี ความไพเราะต่างกันไปนักท่องเที่ยวที่มาจากถิ่นอื่น ล้วนชื่นชมว่า "ภาษาคำเมืองนั้น มีความไพเราะ นุ่มนวล ยิ่งนักแล" เมืองเชียงใหม่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน คนเชียงใหม่ได้สั่งสมวัฒนธรรมประเพณีสืบทอดมาจากบรรพบุรุษอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่มีความผูกพันกับพุทธศาสนาและความเชื่อดั้งเดิม ประเพณีที่สำคัญ ได้แก่ ปีใหม่เมือง (สงกรานต์) ประเพณีเข้าอินทขิล ประเพณียี่เป็ง เทศกาลร่มบ่อสร้าง งานไม้แกะสลักบ้านถวาย เป็นต้น จากการที่จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่งผลให้ในแต่ละปีนั้นมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในปี พ.ศ. 2549 สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 39,785 ล้านบาท อยู่ในอันดับที่ 4 ของประเทศรองจากจังหวัด กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และชลบุรี ดังนั้นจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในเขตพื้นที่ภาคเหนือ สำหรับการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2550-2554 ของสำนักงาน

จังหวัดเชียงใหม่ ที่มุ่งส่งเสริมและพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองน่าอยู่และเป็นเมืองน่าท่องเที่ยว โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ไว้ 2 ประเด็น คือเพื่อพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวและเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างตลาดเชิงรุก ซึ่งวัตถุประสงค์ของแผนการดังกล่าว คือเพื่อต้องการเพิ่มมาตรฐานการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน และเพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติพบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างทั่วถึง(สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2553) และเพื่อให้เป้าหมายของการพัฒนาสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่จึงได้วางแผน กำหนดยุทธวิธีต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ.2550-2554

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว		
กระบวนการ	วัตถุประสงค์	แผนงาน
1. การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว	- เพื่อให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีคุณภาพและสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชน	แสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่
		อนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
		พัฒนาการบริการทางการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาการสนับสนุน	- เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน - เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว	ยกระดับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
		พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์และสร้างตลาดเชิงรุก		
1. การประชาสัมพันธ์	- เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติพบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างทั่วถึง	พัฒนาศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว
		นำสื่อมวลชนสัญจรแหล่งท่องเที่ยว
		จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
2. การสร้างตลาดเชิงรุก	- เพื่อจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ	ศึกษาวิจัยและประเมินผลทางการตลาด
		เผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีอันโดดเด่นของเชียงใหม่
		เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและบริการ
ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว		

ที่มา : เว็บไซต์สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2553

สวนสัตว์เชียงใหม่เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือเป็นจุดขายที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดเป็นจำนวนมาก เดิมแล้วสวนสัตว์เชียงใหม่เกิดขึ้นโดยการสะสมสัตว์นานาชนิดของนาย ฮาโรลด์ เมสัน ยัง ภายในบริเวณบ้านเวฬุวันที่ตนเช่าอยู่ ซึ่งมีจำนวนมากชิ้นๆ ทำให้พื้นที่อันสวยงามของบ้านเวฬุวัน เช่น สนามหญ้าหน้าบ้านถูกใช้เป็นที่เลี้ยงสัตว์ไปโดยปริยาย นายฮาโรลด์ เมสัน ยัง จึงจำเป็นต้องย้ายสวนสัตว์ของเขาไปไว้ที่ ที่ดินอีกแปลงหนึ่งของนาย กี-นาง กิมฮ้อ นิมนานเหมินท์ ซึ่งอยู่เชิงคอยสุเทพเช่นกันซึ่งปัจจุบันเป็นพื้นที่ที่ส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเริ่มเปิดบริการให้เข้าชมตั้งแต่วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2500 ต่อมาสวนสัตว์เชียงใหม่ ขึ้นอยู่กับองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีความร่วมมือมาอย่างยาวนานกับสวนสัตว์ทารองก้า ประเทศออสเตรเลีย โดยการสนับสนุนของ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสถานเอกอัครราชทูตออสเตรเลีย ประจำประเทศไทย ทำให้ได้รับมอบสัตว์สำคัญจากออสเตรเลียมาจัดแสดงที่สวนสัตว์เชียงใหม่

สวนสัตว์เชียงใหม่เป็นสวนสัตว์ขนาดใหญ่ที่ได้รับการจัดสภาพอย่างดี มีบริเวณกว้างขวางถึง 531 ไร่ มีบรรยากาศร่มรื่น และมีสัตว์อยู่มากกว่า 2,000 ชนิด กว่า 7,000 ตัว ทั้งที่มีอยู่ในเมืองไทยและนำมาจากต่างประเทศ แบ่งพื้นที่ออกเป็น ส่วนจัดแสดงหมีโคอาล่า สัตว์สำคัญของประเทศออสเตรเลียลักษณะคล้ายหมีตัวเล็ก ๆ ที่นำมาให้ชมเมื่อธันวาคม 2549 เสือขาวเบงกอล แรดอินเดีย แกะภูเขา สวนสัตว์เปิด สัตว์แอฟริกา ภายในสวนสัตว์ยังมีอุทยานสัตว์น้ำ 700 ปี ศรีนครพิงค์ สวนนกเพนกวิน และสวนนกฟีนซ์ซึ่งเป็นนกขนาดเล็กที่มีสีสันสวยงาม และที่พลาดชมไม่ได้ก็คือ หมีแพนด้า ช่าง ช่าง และหลินฮุ่ย อันเป็นทูตสันตวไมตรีจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่ง ช่าง ช่าง และ หลินฮุ่ย ได้กำเนิดลูกหมีแพนด้าน้อยชื่อว่า หลินปิง ทำให้ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ได้มากขึ้น ภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ยังมี เชียงใหม่ ซู อควาเรียม พิพิธภัณฑ์โลกได้นำครบบงจร บนเนื้อที่กว่า 10 ไร่ จัดแสดงสัตว์น้ำจืดและน้ำเค็ม โดยแยกเป็น โซนจัดแสดงนิทรรศการ การเรียนรู้ระบบนิเวศวิทยาทางน้ำ และส่วนจัดแสดงอุโมงค์ได้นำที่ยาวที่สุดในภูมิภาคเอเชีย มีความยาวถึง 133 เมตร จัดแสดงพันธุ์ปลากว่า 200 สายพันธุ์ กว่า 8,000 ตัว เป็นปลาทะเลราว 5,000 ตัว และปลาน้ำจืดราว 4,000 ตัว ชมปลาหายาก ปลาสวยงามจากใต้ท้องทะเล ทั้งฉลามเสือ ดาว กระเบนราหู อโรไพมา ปลาไหลไฟฟ้า เป็นต้น สวนสัตว์เชียงใหม่เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-21.00 น. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเฝ้าชมพฤติกรรมสัตว์ยามค่ำคืน ค่าเข้าชม คนไทย ผู้ใหญ่ 50 บาท เด็ก 10 บาท ชาวต่างชาติ ผู้ใหญ่ 100 เด็ก 50 บาท การเดินทางสามารถใช้เส้นทางถนนห้วยแก้ว โดยสวนสัตว์เชียงใหม่ตั้งอยู่ด้านซ้ายมือ ห่างจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 800 เมตร หรือใช้เส้นทางถนนสุเทพผ่านมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งสวนสัตว์เชียงใหม่ จะอยู่ทางด้านขวามือ (ข้อมูลจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สวนสัตว์เชียงใหม่)

ผู้วิจัยคาดว่าสวนสัตว์เชียงใหม่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น และทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย ด้วยความสำคัญของสวนสัตว์เชียงใหม่ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ว่าอยู่ในระดับใดและมีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง ตลอดจนการกำหนดนโยบายการดำเนินงาน เพื่อช่วยให้กิจการของสวนสัตว์เชียงใหม่ สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อทราบถึงพฤติกรรมทางเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2) เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- 3) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ว่าอยู่ในระดับใด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งช่วยให้กิจการของสวนสัตว์เชียงใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ผู้วิจัยทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2553

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอื่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และให้หมายรวมถึงผู้รับบริการ หรือผู้รับความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยเสียค่าบริการด้วย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลตอบแทนทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อระดับคุณภาพของการบริการ ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับระดับความคาดหวัง ระดับความคาดหวังมีลักษณะคล้ายกับทัศนคติของแต่ละบุคคล คือ จะมีอยู่ในแต่ละบุคคลและมีผลอย่างมากต่อความรู้ทางอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลนั้น

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่าหมายถึง ชาวไทยที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตน เพื่อเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม และเป็นการเดินทางเข้ามาด้วยความสมัครใจ ซึ่งอาจเป็นการเดินทางเข้ามาชั่วคราวไม่ถึง 24 ชั่วโมง หรือตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไปก็ได้ ซึ่งผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อทำการเปลี่ยนยานพาหนะ จะไม่ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยว โดยความหมายข้างต้นนี้ตรงกับความหมายของนักท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำนิยามไว้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ มีทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

อุปสงค์ คือ ปริมาณความต้องการสินค้า ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง โดยความต้องการดังกล่าวนี้ ต้องเป็นความต้องการที่สามารถจ่ายได้ (willingness to pay) หรือต้องเป็นอุปสงค์ที่มีศักยภาพ (effective demand) โดยทั่วไปมักใช้เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับระดับราคา โดยอุปสงค์จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับราคา กล่าวคือ เมื่อระดับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้านั้นจะลดลง อย่างไรก็ตามคำว่าอุปสงค์ชนิดนี้อาจใช้ได้กับทั้งบุคคล และระดับประเทศได้ เช่น อุปสงค์มวลรวม (aggregated demand) ซึ่งหมายถึงความต้องการสินค้าและบริการทั้งประเทศ

ปัจจัยที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ มีดังนี้คือ

1) ราคาสินค้านั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้น

2) ราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใด จะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ราคาน้ำหมึกกับราคาเนื้อไก่ ถ้าราคาน้ำหมึกสูงขึ้นในขณะที่ราคาน้ำเนื้อไก่เท่าเดิม ผู้บริโภคจะลดการบริโภคน้ำหมึกแล้วบริโภคน้ำเนื้อไก่เพิ่มขึ้น ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดกันที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3) ราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน เช่น กาแฟกับน้ำตาล เมื่อราคาน้ำตาลแพงขึ้น นอกจากปริมาณซื้อน้ำตาลจะลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อกาแฟก็จะลดลงด้วยทั้งๆที่ราคากาแฟไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

4) รายได้ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้า แบ่งสินค้าเป็นสินค้าปกติและสินค้าด้อยคุณภาพ โดยปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค และสินค้าด้อยคุณภาพ ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ สินค้าเหล่านี้ได้แก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เสื้อผ้าราคาถูก เป็นต้น

5) ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ รสนิยมผู้บริโภค จำนวนประชากร การคาดคะเนสินค้าและปริมาณสินค้าในอนาคต ฤดูกาล และสภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์

อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว นิยมศึกษาข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย และการเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

1) ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี รายได้และระดับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลาดงานการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2) ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่อมวลชน

นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมผู้บริโภค สินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบ พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มี 4 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจทางกายภาพ เป็นแรงจูงใจเกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ โดยการแสวงหารูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล เช่น การเล่นกีฬา การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และแหล่งบันเทิง การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และภูมิทัศน์ เป็นต้น

2) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม เป็นแรงจูงใจที่ปรารถนาอยากทำความรู้จักกับผู้อื่น เช่น คนตรี ศิลปะ หัตถกรรม วิถีชีวิต ประเพณีงานเทศกาลต่างๆ

3) แรงจูงใจระหว่างบุคคล เป็นแรงจูงใจเพื่อการติดต่อและการขยายงานทางธุรกิจ แรงจูงใจด้านนี้มีความสำคัญมากขึ้นในยุคของการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ทำให้ภาคธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว และผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องเดินทาง เพื่อการติดต่อขยายงานให้กว้างขวางขึ้น

4) แรงจูงใจทางด้านสถานภาพ เป็นแรงจูงใจที่ปรารถนาจะเดินทางไปท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานภาพของตนเอง

2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

1) ความหมายของความพึงพอใจ

ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ ดังนี้

พิน คงพูล (อ้างถึงใน ภูวนัย เสนาวุธ, 2544: 19) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจหรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับผลตอบแทนของความต้อการทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจ

Morse (1953 อ้างถึงใน ทวีพงษ์ หินคำ, 2541: 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นสภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะลดน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและไม่มีความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Gilmer (1967 อ้างถึงใน ประชัช เปี่ยมสมบูรณ์, 2531: 36) ได้อธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจว่าประกอบไปด้วย

(1) ลักษณะทางสังคม (Social aspects) การมีความสัมพันธ์ที่ดีก่อให้เกิดความพึงพอใจในลักษณะของงานที่ทำ

(2) ลักษณะของกิจกรรมที่ทำ (Intrinsic aspects) การมีความสัมพันธ์ที่ดีก่อให้เกิดความพึงพอใจ ลักษณะของกิจกรรมที่ตรงกับความรู้ความสามารถ ความมั่นคงปลอดภัย การติดต่อสื่อสาร

Flippo (1961: 461) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของสภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่จะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงาน

2) ความคาดหวังและความพึงพอใจ

บุคคลจะมีความต้องการ และมีความคาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ได้รับความพึงพอใจ แต่อาจเกิดความตึงเครียดเมื่อมีความขัดแย้งในความเชื่อหรือพฤติกรรมต่างๆ และจะพยายามขจัดความตึงเครียดด้วยการลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น

3) Expectancy Disconfirmation

Heung (2000) ได้อ้างถึง Swan and Combs (1976) ว่าเป็นนักวิจัยกลุ่มแรกๆ ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจ โดยนักวิจัยทั้งสองได้พยายามเชื่อมโยงความพึงพอใจของลูกค้ากับการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการจริงกับความคาดหวัง ซึ่งหลักการนี้ถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของทฤษฎี Expectancy Disconfirmation หรือ Disconfirmation Model ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความสำคัญและใช้กันแพร่หลายที่สุดในการอธิบายหลักการของความพอใจ แนวคิดของ Disconfirmation Model มีอยู่ว่า ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงก่อนการซื้อ กับความจริงที่ลูกค้าได้รับในช่วงหลังการซื้อ (Oliver, 1980; 1989 อ้างโดย Bowen, 2001; Flot, 1995; Zeithaml and Bitner, 2003) ผู้บริโภคจะทำการประเมินเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับความรู้สึที่ได้รับจริง และก่อให้เกิดสถานการณ์สามประการคือ

- Negatively disconfirmed ในกรณีที่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าต่ำกว่าความคาดหวัง ก็คือความไม่พอใจ
- Positively disconfirmed ในกรณีที่ลูกค้ารู้สึกว่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าสูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งก่อให้เกิดความพอใจ
- Confirmed ในกรณีที่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าเท่ากับความคาดหวัง ในกรณีนี้ลูกค้าจะรู้สึกเฉยๆอยู่ในสถานะกลาง

นอกเหนือจากทฤษฎี Disconfirmation แล้วยังมีทฤษฎีอื่นๆอีก 3 ทฤษฎี ที่อธิบายถึงความพึงพอใจ คือ Attributions, Equity และ Emotion

4) Attributions

ทฤษฎี Attributions กล่าวถึง การรับรู้สาเหตุของการเกิดมาซึ่งเหตุการณ์ต่างๆ นักวิชาการหลายคน (เช่น Folkes, 1984 อ้างโดย Bowen, 2001; Zeithaml and Bitner, 2003) ได้ใช้หลักการนี้อธิบายเชื่อมโยงไปยังความพึงพอใจของผู้บริโภคว่า ก่อนที่ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับนั้น ผู้บริโภคจะค้นหาเหตุผลหรือสาเหตุมาใช้ประกอบการพิจารณา ซึ่งสาเหตุแห่งการเกิดมาซึ่งเหตุการณ์จะมีผลต่อความพึงพอใจ ถ้าหากว่าผล

ของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับจริงแตกต่างจากความคาดหวังมาก ๆ ลูกค้าจะหาเหตุผลเพื่ออธิบายสาเหตุของความแตกต่าง ถ้าเหตุผลเพียงพอ (โดยเฉพาะในกรณีที่ผลจริงต่ำกว่าความคาดหวังมาก) ลูกค้าอาจยอมรับได้และไม่เกิดความไม่พอใจ

5) Equity

ทฤษฎี Equity กล่าวถึง ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความรู้สึกถึงความเท่าเทียมกันหรือความยุติธรรม Fisk and Coney (1982) และ Fish and Yong (1985) (อ้างโดย Bowen, 2001) และ Zeithaml and Bitner (2003) ได้อธิบายหลักการของทฤษฎี Equity ว่าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบซึ่งกันและกันระหว่างอัตราส่วนของ Input และ Output ของตนเองและของลูกค้าคนอื่น นั่นก็หมายถึงลูกค้าจะตั้งคำถามว่าสิ่งที่ตนได้รับในรูปแบบของสินค้าและบริการนั้นเท่าเทียมกับลูกค้าคนอื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือจ่ายเท่ากันกับเขาหรือไม่ หรือลูกค้าคนอื่นมีสิทธิพิเศษกว่าตนในรูปแบบที่ได้รับบริการที่ดีกว่าหรือสินค้าที่มีคุณภาพสูงกว่าหรือราคาที่ต่ำกว่าตน ความไม่เท่าเทียมกันนี้เองที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ

6) Emotion

ทฤษฎี Emotion คือ ทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายการเกิดของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้า อารมณ์ของผู้บริโภคโดยปกติแล้วจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เสมอและอารมณ์นี้เองที่มีผลอย่างมากต่อระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค (อ้างโดย Bowen 2001; Zeithaml and Bitner, 2003) ถ้าหากผู้บริโภคมีอารมณ์ที่ดีมากอยู่ก่อนแล้วก็จะมีความพอใจต่อสินค้าหรือบริการ แม้แต่ในเวลาที่ได้รับสินค้าหรือบริการในระดับที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ในทางกลับกัน ถ้าลูกค้าอารมณ์เสียอยู่ก่อนแล้วก็จะไม่พอใจกับประสบการณ์การใช้สินค้าหรือบริการ ถึงแม้ว่าสินค้าหรือบริการนั้นจะมีคุณภาพสูงเพียงใด

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าทฤษฎี Disconfirmation เป็นทฤษฎีที่อธิบายความพึงพอใจได้ดีที่สุด จัดได้ว่าเป็นทฤษฎีหลัก ส่วนอีกสามทฤษฎีนั้นเป็นทฤษฎีเสริมที่ช่วยอธิบายความพึงพอใจให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะทั้งสามทฤษฎีนี้ยังคงอ้างถึงหลักการของ Disconfirmation ที่ว่าด้วยการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับความจริงที่ได้รับ โดยมีปัจจัย 3 ปัจจัย (ทฤษฎี) นี้เป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

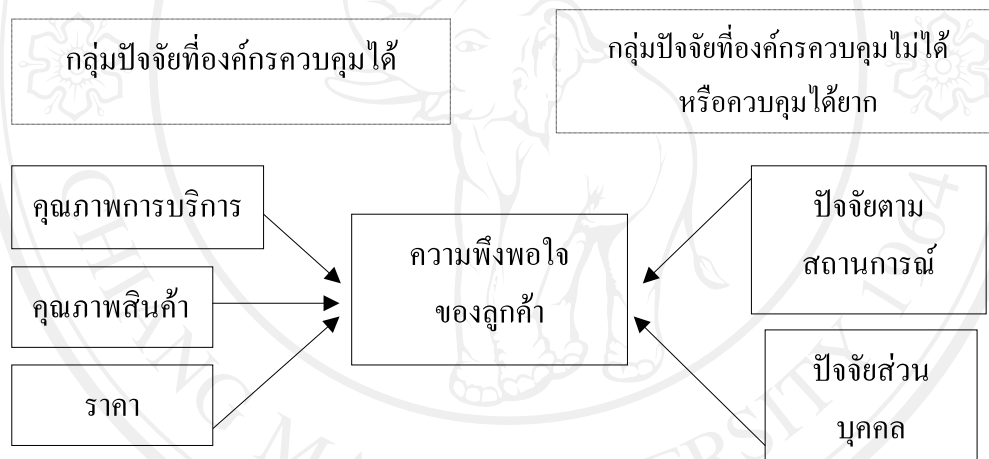
7) องค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้บริโภค

Zeithaml and Bitner (2003) ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ คุณภาพการบริการ, คุณภาพสินค้า, ราคา, ปัจจัยตามสถานการณ์ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ, และปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อารมณ์ (แผนภูมิที่ 1) ปัจจัยเหล่านี้มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้

ของผู้บริโภคถึงสิ่งที่ตนได้รับจริงจากองค์กรและจะกลายเป็นตัวเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือระดับของความพึงพอใจในที่สุด

องค์ประกอบที่นักวิจัยทั้งสองระบุนี้สามารถแบ่งแยกออกเป็นสองกลุ่มปัจจัยคือ กลุ่มปัจจัยที่องค์กรควบคุมได้ ส่วนอีกกลุ่มปัจจัยคือ องค์ประกอบที่องค์กรควบคุมไม่ได้หรือควบคุมได้ยาก ดังนั้นนักวิชาการและผู้บริหารจึงให้ความสำคัญในการศึกษากลุ่มปัจจัยที่องค์กรควบคุมได้มากกว่ากลุ่มที่ควบคุมไม่ได้หรือยากแก่การควบคุม เพราะความรู้ที่ได้จะเป็นประโยชน์มากกว่า และสามารถนำไปใช้ปฏิบัติจริงเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้จากการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงปัจจัยที่องค์กรควบคุมได้โดยตรง

แผนภูมิที่ 2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค



ที่มา : ดัดแปลงจาก Zeithaml and Bitner (2003), Services Marketing.

ผลการวิจัยของ Kozak (2001) จากการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยว ชาวอังกฤษและชาวเยอรมันต่อแหล่งท่องเที่ยวในตุรกี Kozak ก็พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองชาติขึ้นอยู่กับ

(1) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวอันประกอบด้วย คุณภาพของการต้อนรับและเอาใจใส่แขกผู้มาเยือน, การบริการรถรับส่งและการใช้ภาษาในการสื่อสารของพนักงานบริการ

(2) ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าซึ่งประกอบด้วย ความสะอาดและคุณภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้อำนวยความสะดวก

(3) ระดับของราคา

8) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกของผู้รับบริการซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญมีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช, 2539)

(1) สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อประชาชนมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ

(2) การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการ ไปในทางบวกซึ่งหาตรงกับ ความเชื่อถือที่มีก็จะมีความรู้สึกกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการ บริการตามมาได้

(3) ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาท สำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการ บริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึง ประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจ ใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

(4) สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อม และบรรยากาศของการบริการมี อิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ายิ่งชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการ ออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีส้ม การ จัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุ เครื่องใช้งานบริการ เป็นต้น

(5) กระบวนการบริการมีวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วน สำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการลูกค้ายึดมั่นความคล่องตัวและสนองความต้องการของประชาชนได้อย่าง ถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ-โอนสายในการติดต่อกับองค์กร ต่างๆการประชุมทางโทรศัพท์ และการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากปัจจัยดังกล่าว สรุปได้ว่าความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัย แวดล้อมและสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่ คาดหวังไว้ แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถ เปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถ

แสดงออกในระดับมากขึ้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ประชาชนจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่างๆ

9) การวัดระดับความพึงพอใจ

Flott (1995) อธิบายว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่จับต้องไม่ได้และขึ้นอยู่กับการตีความส่วนบุคคลว่าสินค้าและบริการที่ได้รับนั้นดีพอตามที่ตนเองได้คาดหวังไว้หรือไม่ จึงทำได้ยากแก่การวัดและการประเมิน แต่อุปสรรคนี้ไม่ได้ลดความสำคัญของการวัดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคให้น้อยลงไปแต่อย่างใด เนื่องจากความพอใจเป็นกระบวนการประเมินหลังการเสร็จสิ้นการซื้อ นักวิจัยต่างๆ จึงเน้นย้ำว่าการประเมินความพึงพอใจจะต้องทำหลังจากการซื้อและการบริโภคสินค้าและบริการแล้ว (Fornell, 1992 อ้างโดย Kozak, 2001) และเพื่อให้ผู้บริโภคบอกถึงความรู้สึกของความพึงพอใจได้อย่างถูกต้องที่สุด จึงควรทำการประเมินหลังจากการบริโภคเสร็จสิ้นทันที (Peterson and Wilson, 1992 อ้างโดย Kozak, 2001) โดยผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบและวัดระดับความคาดหวังกับระดับของความรู้สึกที่ได้รับจริง และจะบอกผลออกมาในรูปแบบของความรู้สึกที่ได้รับจริงอย่างเดียว (Performance Only) จึงเป็นการวัดระดับความพึงพอใจที่ได้ผลถูกต้องมากกว่าและเริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากการใช้การวัดแบบ Performance Only จะให้ผลการวัดที่ดีและถูกต้องกว่าการถามถึงความคาดหวัง และความรู้สึกที่ได้รับจริงพร้อมๆกัน และในปัจจุบันปัจจัยสำคัญสามประการ คือ คุณภาพของสินค้า, คุณภาพการบริการ และราคา คือสามองค์ประกอบหลักที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจ เพราะเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้โดยตรง จึงเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์และจำเป็นต่อการจัดการและวางแผนดำเนินธุรกิจมากกว่าข้อมูลของปัจจัยอื่นที่อยู่เหนือจากความสามารถขององค์กรที่จะควบคุมได้

2.1.3 ทฤษฎีการประมาณค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น

(Estimation of Regression Models with Dummy Dependent Variables)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สมการถดถอยนั้นในบางลักษณะ จะพบว่าตัวแปรตาม (Dependent Variable) จะมีลักษณะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ (Qualitative) ซึ่งประกอบด้วย 2 ทางเลือกหรือมากกว่า เช่น การเลือกตั้ง การยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกร การเลือกวิธีการเดินทางไปทำงาน เป็นต้น โดยแบบจำลองที่มีตัวแปรตามลักษณะเช่นนี้ สามารถใช้วิธีการประมาณค่าได้ 3 วิธี คือ 1) แบบจำลองความน่าจะเป็นเชิงเส้น (Linear Probability Model) 2) แบบจำลองโพรบิต (Probit Model) และ 3) แบบจำลองโลจิต (Logit Model)

ซึ่งในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เชียงใหม่จะมีการนำแบบจำลองโลจิตมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ

นักทอ่งที่่ยวชาวไทยในการทอ่งที่่ยวสวนสัต์วี่ช่ยงใหม่ ทำการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal effect ดังนี้

แบบจำลองโลจิท (Logit Model)

แบบจำลองโลจิทเป็นแบบจำลองที่มีคุณสมบัติคล้ายๆกับแบบจำลองโพรบิต ต่างกันแต่เพียงข้อสมมติเกี่ยวกับลักษณะการแจกแจงของตัวคลาดเคลื่อน U_i เท่านั้น

จากการแจกแจงแบบโลจิททิก (logistic distribution)

$$Prob(Y = 1) = \frac{e^{\beta X}}{1 + e^{\beta X}}$$

$$= \Lambda(\beta X)$$

โดยที่ $\Lambda(\cdot)$ คือ ฟังก์ชันการแจกแจงสะสม (cumulative distribution function) จากแบบจำลองความน่าจะเป็น (probability model)

$$E[y|x] = 0[1 - F(\beta X)] + 1[F(\beta X)]$$

เราจะได้ว่า

$$\frac{\partial E[y|x]}{\partial x} = \left\{ \frac{dF(\beta X)}{d(\beta X)} \right\} \beta$$

$$= f(\beta X)\beta$$

โดยที่ $f(\cdot)$ คือ ฟังก์ชันความหนาแน่น (density function) ซึ่งคล้อยกับฟังก์ชันการแจกแจงสะสม (cumulative distribution function) $F(\cdot)$ สำหรับการแจกแจงปกติ (normal distribution) เราจะได้ว่า

$$\frac{\partial E[y|x]}{\partial x} = \phi(\beta X)\beta$$

โดยที่ $\phi(t)$ คือฟังก์ชันความหนาแน่นปกติมาตรฐาน (standard normal density function) สำหรับการแจกแจงแบบโลจิททิก (logistic distribution)

$$\frac{d\Lambda[\beta X]}{d(\beta X)} = \frac{e^{\beta X}}{(1 + e^{\beta X})^2}$$

$$= \Lambda(\beta X)[1 - \Lambda(\beta X)]$$

เพราะฉะนั้นในแบบจำลองโลจิท (logit model) จะได้ว่า

$$\frac{\partial E[y|x]}{\partial x} = \Lambda(\beta X)[1 - \Lambda(\beta X)] \beta$$

(Greene, 1997: 874-876 อ้างในทรวงศ์ศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2546 : 252)

สำหรับตัวประมาณค่า Berndt, Hall, Hall และ Huasman (1974) นั้น ในกรณีของแบบจำลองโลจิท (logit model) (ซึ่งแตกต่างจากกรณีของแบบจำลองโพรบิท (probit model))

$$B = \sum_i (y_i - \Lambda_i)^2 x_i x_i'$$

ซึ่งเป็นการคำนวณเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมเกี่ยวเชิงเส้นกำกับ (asymptotic covariance matrix) วิธีหนึ่งจาก

$$\hat{f} = \hat{\Lambda}(1 - \hat{\Lambda})$$

จะได้

$$\frac{df}{dz} = (1 - 2\hat{\Lambda}) \left(\frac{d\hat{\Lambda}}{dz} \right) = (1 - 2\hat{\Lambda}) \hat{\Lambda}(1 - \hat{\Lambda})$$

เมื่อจัดพจน์ (term) ต่างๆเข้าด้วยกันจะได้

$$Asy. Var[\hat{y}] = [\Lambda(1 - \Lambda)]^2 [I + (1 - 2\Lambda)\beta x'] V [I + (1 - 2\Lambda)x\beta']$$

(Greene, 1997: 844-885 อ้างในทรวงศ์ศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2546 : 252)

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ มีดังนี้

พรพิชญ์ พรหมศิระพัลลภ (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่

และเพื่อทราบปัญหา และ อุปสรรค ของแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่ โดยการใช้แบบสอบถามในลักษณะลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) จำนวน 303 ชุด 102 ชุด และ 207 ชุดตามลำดับ จากวัตถุประสงค์นี้เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่ นั้น ผลการวิจัยที่ได้จากนักท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกือบทุกผลิตภัณฑ์ในทั้งสามจังหวัดอยู่ในกลุ่มระดับ พอใจ (Satisfied) โดยที่ที่พัก (Accommodation) เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นที่พึงพอใจมากที่สุดของทั้ง 3 จังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดภูเก็ต และ กระบี่ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างจังหวัดโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มากกว่า กระบี่ และ กระบี่มากกว่า พังงา ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วจากผลการวิจัยยังพบปัญหาทางการท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัดหลายประการ จึงมีให้ข้อเสนอแก่ทั้ง 3 จังหวัด ว่าควรร่วมกันเพื่อ จัดทำรถบริการคมนาคมขนส่งมวลชนในภาพรวม (Mass Transportation) เชื่อมทั้ง 3 จังหวัด ซึ่งอาจเป็นลักษณะของรถไฟหรือรถรางในทางเส้นหลัก ที่เน้นความสะดวก สะอาด และประหยัด การปราบปรามผู้มีอิทธิพลท้องถิ่นอย่างจริงจัง การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยการจัดการฝึกอบรมบุคลากร การจัดการรักษาความสะอาดของสิ่งแวดล้อมและชายหาดอย่างจริงจัง และเร่งรณรงค์ให้มีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม สร้างจิตสำนึกให้กับเจ้าบ้าน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวให้ช่วยกันรักษาความสะอาดและอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติที่นักท่องเที่ยวมีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งใช้ข้อมูลทั้งหมด 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น มีการศึกษาสูงขึ้น มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ยาวนานขึ้น มีความชอบในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในลักษณะเป็นกลุ่มหรือมาครอบครัว มีความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมมีความเหมาะสม และมีการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่เป็นหลัก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ ส่วนอิทธิพลของอายุของนักท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีน้อยลงเมื่อมีอายุมากขึ้น สำหรับปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คือ เพศของนักท่องเที่ยว หมายความว่า เพศไม่มีอิทธิพลในการเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟ้ารี และในการทดสอบความเที่ยงตรงในการพยากรณ์นั้นพบว่า แบบจำลองโลจิสติกสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 94.25

รัฐพงศ์ กุมา (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน รวมไปถึงการวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอปาย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 95 ราย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 294 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติเชิงพรรณนา และการสอบถามความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวโดยสถิติไคสแควร์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว อำเภอปายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุดคือน้ำตก หมอแปงและกองแลน(ปายแคนยอน) และปัจจัยที่มีผลทำให้มาท่องเที่ยวอำเภอปายมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมาคือ ความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรม ทิวทัศน์ของอำเภอปาย และความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว ส่วน ในด้านของความพึงพอใจนั้น นักท่องเที่ยวมีความพอใจในด้านความมีธรรมาภิบาลของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด และด้านความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว และความ ปลอดภัย การให้บริการของร้านอาหาร เป็นต้น

มัลลิกา เกื้อปัญญา (2542) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง อุทยานดอยสุเทพ-ปุย ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง จำนวน 200 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพอใจต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งในระดับปานกลาง และปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวในด้านอายุ อาชีพ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวในด้านเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาถึงสภาพประวัติความเป็นมาทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการออกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) โดยแสดงค่า Marginal effects ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 21-40 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และนิยมเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว โดยได้รับข้อมูลจากคำบอกเล่าของเพื่อนฝูงและนักท่องเที่ยว เห็นว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่มาก ส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 1 ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับร้อยละ 5 ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการ และปัจจัยที่มีนัยสำคัญที่ระดับร้อยละ 10 ได้แก่ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยอื่นๆได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านต่างๆ

- วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ลักษณะการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจในการเข้าเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

- ด้านสถานที่ เช่น ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่ที่กว้าง ขวาง มีสัตว์หลากหลายประเภท สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี มีความสวยงาม เป็นต้น
- ด้านราคา เช่น ราคาค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนและมีมาตรฐานของราคาเข้าชม
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น เดินทางมาสะดวกหรือหารถมาง่าย สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย และมีที่ให้จอดรถอย่างเพียงพอ เป็นต้น
- ด้านการให้บริการ เช่น พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ เป็นต้น

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม 2553 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากประชากรจำนวน 500 ราย

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาทำการรวบรวม โดยสร้างแบบสอบถามจำนวน 500 ชุด ในที่นี้กำหนดให้ประชากรเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวที่มาเข้ามาเที่ยวภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ แบบสอบถามประกอบด้วยส่วนประกอบดังนี้

(1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

(2) ข้อมูลพฤติกรรมมาราท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ และข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาราท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เช่น ความพึงพอใจด้านสถานที่ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านการให้บริการ

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยรวบรวมค้นคว้าจากตำราทางวิชาการ งานวิจัย และอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลเบื้องต้นของสวนสัตว์เชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีต่างๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมทางเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของการมาเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง สวนจัดแสดงที่ไปเที่ยว เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ส่วนที่เป็นข้อมูลทั่วไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ในการอธิบายข้อมูลในรูปแบบตารางความถี่และร้อยละ
2. ส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยจำแนกตามภูมิลำเนา จากนั้นทำการรวบรวมความถี่ของพฤติกรรมเพื่อนำมาจัดเรียงอันดับของพฤติกรรม โดยพิจารณาว่าพฤติกรรมที่มีความถี่มากคือ พฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเลือกทำมาก

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ ความหลากหลายของสัตว์ ความสวยงามของสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ต่างๆภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ การบริการและอธยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่ ความสะดวกสบายของรถบริการนำเที่ยว ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal effect การศึกษาจะนำข้อมูลตัวอย่างที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถามมาทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลที่ได้ สามารถเขียนแบบจำลองถดถอยแบบโลจิทที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว ได้ดังนี้

$$\text{Prob}(Y=1) = \frac{1}{1+e^{-x_i\beta}}$$

โดยที่ Y คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ถ้า Y = 1 หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

Y = 0 หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่พอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

X₁ คือ เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ถ้า X₁ = 1 หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง

X₁ = 0 หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย

- X_2 คือ อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_2 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุต่ำกว่า 40 ปี
 $X_2 = 0$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุ 40 ปีขึ้นไป
- X_3 คือ สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_3 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด
 $X_3 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_4 คือ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_4 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรี
 $X_4 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_5 คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_5 = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน
 $X_5 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_6 คือ ภูมิลำเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยว
- ถ้า $X_6 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ
 $X_6 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_7 คือ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_7 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถส่วนตัว
 $X_7 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_8 คือ วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_8 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 $X_8 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_9 คือ รูปแบบการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
- ถ้า $X_9 = 1$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะหรือกลุ่มเพื่อน
 $X_9 = 0$ หมายถึง อื่นๆ
- X_{10} คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ คือ ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง
- ถ้า $X_{10} = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง
 $X_{10} = 0$ หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจด้านขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง
- X_{11} คือ ความพึงพอใจด้านสถานที่ คือ มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน
- ถ้า $X_{11} = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน

$X_{11} = 0$ หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจด้านการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์
อย่างชัดเจน

X_{12} คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา คือ ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มี
ถ้า $X_{12} = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวพอใจด้านราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่
 $X_{12} = 0$ หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่พอใจด้านราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่

X_{13} คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่มีความ
สะอาดและปลอดภัย

ถ้า $X_{13} = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวพอใจด้านสถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย
 $X_{13} = 0$ หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่พอใจด้านสถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย

X_{14} คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการให้บริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ
สัตว์

ถ้า $X_{14} = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์
 $X_{14} = 0$ หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจด้านพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์

X_{15} คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการให้บริการ คือ มีศูนย์บริการ
ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว

ถ้า $X_{15} = 1$ หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านมีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นัก
ท่องเที่ยว

$X_{15} = 0$ หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจด้านมีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นัก
ท่องเที่ยว

**วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว
สวนสัตว์เชียงใหม่ว่าอยู่ในระดับใด**

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์
เชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ความหลากหลายของสัตว์ ความสวยงามของสถานที่
ความสะอาดของสถานที่ต่างๆภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ การบริการและอธยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่
ความสะดวกสบายของรถบริการนำเที่ยว ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างให้เลือกระดับความพึงพอใจให้กับบริการด้านต่างๆ
ข้างต้น ซึ่งในการศึกษานี้ แบ่งระดับความพึงพอใจ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ
คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุด และนำระดับความ
พอใจที่ได้มาหาคะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
ให้ความพอใจมากที่สุด	5
ให้ความพอใจมาก	4
ให้ความพอใจปานกลาง	3
ให้ความพอใจน้อย	2
ให้ความพอใจน้อยที่สุด	1

ทำการรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัยที่ได้ แล้วนำคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด และทำการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

จากนั้นนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและนำเสนอในรูปแบบตาราง

ข้อมูลทัศนคติและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยงที่มีต่อ การท่องเที่ยว สวนสัตว์เชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมข้อเสนอแนะต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาจัดเรียงอันดับความสำคัญและนำมาเสนอในรูปแบบตาราง

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้จากการใช้แบบสอบถามสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม 2553 โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 500 คน จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 74.4 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่น คิดเป็นร้อยละ 25.6 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 70.8 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็น ร้อยละ 29.2 โดยสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่มากที่สุดคือ จากการบอกเล่าปากต่อปาก อินเทอร์เน็ต วิทยุ/โทรทัศน์ ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 เพศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 500 ราย เป็นเพศหญิง จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 เป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เพศหญิง	323	64.6
เพศชาย	177	35.4
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 อายุ

นักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 อายุระหว่าง 31- 40 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2 อายุระหว่าง 61- 70 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 อายุ 80 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 และอายุระหว่าง 71- 80 ปี จำนวน 0 คนคิดเป็นร้อยละ 0 ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลอายุของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	125	25.2
21- 30 ปี	281	56.2
31- 40 ปี	59	11.8
41- 50 ปี	20	4.0
51- 60 ปี	10	2.0
61- 70 ปี	3	0.6
71- 80 ปี	0	0.0
81 ปีขึ้นไป	1	0.2
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 สถานภาพการสมรส

นักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และสถานภาพอื่นๆ คือ หม้าย หรือ หย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพการสมรส	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
โสด	397	79.4
สมรส	97	19.4
อื่นๆ	6	1.2
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 ระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 86 คิดเป็นร้อยละ 17.2 ระดับ ป.ว.ช./ป.ว.ส./อนุปริญญา จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 13.6 ระดับปริญญาโท จำนวน 37 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.4 ระดับประถมศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และระดับปริญญาเอก จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	10	2.0
มัธยมศึกษา	86	17.2
ป.ว.ช./ป.ว.ส./อนุปริญญา	68	13.6
ปริญญาตรี	299	59.8
ปริญญาโท	37	7.4
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 5,001-15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ช่วง 15,001-25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ช่วง 25,001-35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ช่วง

มากกว่า 45,001 บาทต่อเดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ช่วง 35,001-45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ระดับรายได้ (ต่อเดือน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	206	41.2
5,001-15,000	203	40.6
15,001-25,000	55	11.0
25,001-35,000	21	4.2
35,001-45,000	2	0.4
มากกว่า 45,001	13	2.6
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.6 ภูมิลำเนา

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมา มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ภูมิลำเนา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	372	74.4
ภาคกลาง	98	19.6
ภาคอีสาน	20	4.0
ภาคใต้	10	2.0
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.7 ลักษณะการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวโดยรถส่วนตัว จำนวน 427 คน คิดเป็นร้อยละ 85.4 รองลงมาคือการเดินทางโดยรถโดยสาร จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และเดินทางโดยการมาที่พักรับจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
รถส่วนตัว	427	85.4
รถโดยสาร	37	7.2
มากับพักรับ	36	7.4
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (จากที่พักถึงสวนสัตว์เชียงใหม่)

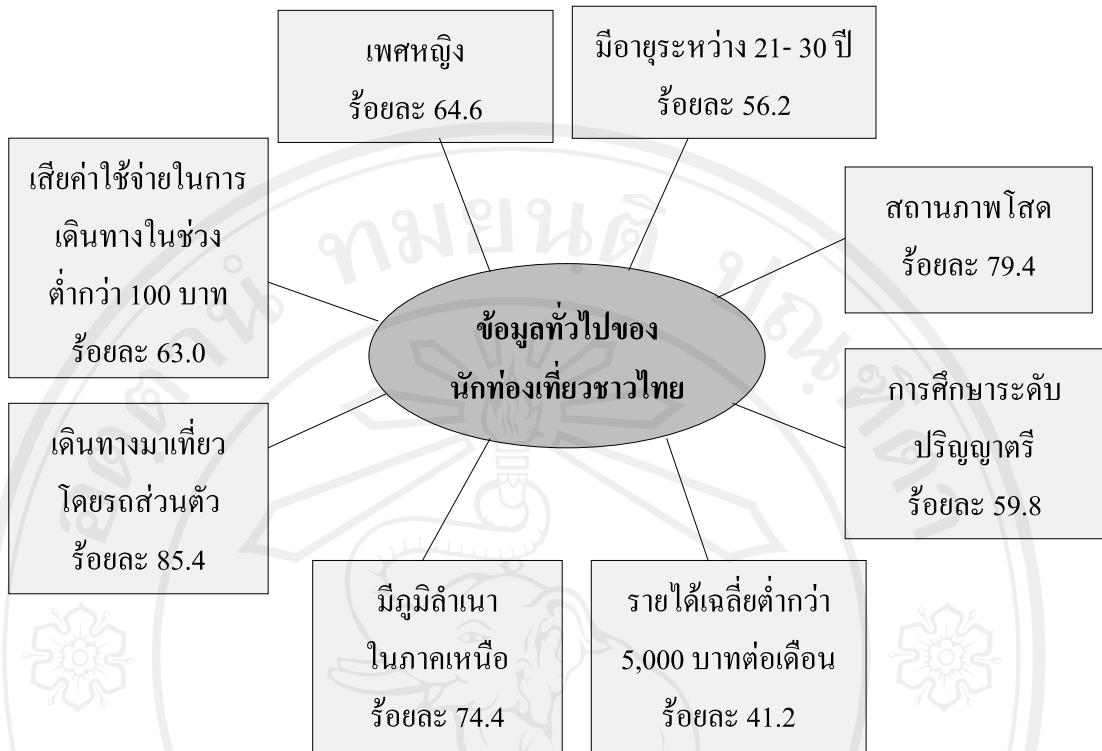
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากที่พักถึงสวนสัตว์เชียงใหม่ อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือช่วง 101- 300 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ช่วงมากกว่า 500 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และช่วง 301-500 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง(ต่อคน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	315	63.0
101- 300 บาท	77	15.4
301- 500 บาท	47	9.4
มากกว่า 500 บาท	61	12.2
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำข้อมูลมาสรุปเป็นรูปภาพเพื่อประกอบคำบรรยายได้ดังนี้ คือ



รูปที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

จากรูปข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 500 คน พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.6 มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.2 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 79.4 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.8 ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 74.4 ซึ่งเดินทางมาเที่ยวโดยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 85.4 และส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากที่พักถึงสวนสัตว์เชียงใหม่ อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.0

4.1.9 วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาคือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 18 เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการเดินทางไป ท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
พักผ่อนหย่อนใจ	366	73.2
สร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว/ กลุ่มเพื่อน	90	18.0
ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์	28	5.6
อื่นๆ	16	3.2
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.10 รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ/กลุ่มเพื่อน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาคือเดินทางมาเที่ยวกับแฟน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 เดินทางมาเที่ยวกับครอบครัวและญาติ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และเดินทางมาคนเดียวจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว สวนสัตว์เชียงใหม่	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ/กลุ่มเพื่อน	188	37.6
เดินทางมาเที่ยวกับแฟน	156	31.2
เดินทางมาเที่ยวกับครอบครัวและญาติ	147	29.4
เดินทางมาคนเดียว	9	1.8
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.11 ลักษณะการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวโดยเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือเดินทางมาครั้งแรก จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ตามตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลลักษณะการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะการมาท่องเที่ยว สวนสัตว์เชียงใหม่	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เดินทางมาครั้งแรก	146	29.2
เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง	354	70.8
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.12 ช่วงเวลาของการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 414 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาคือเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลช่วงเวลาของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงเวลาของการท่องเที่ยว	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	36	7.2
เสาร์-อาทิตย์	414	82.8
วันหยุดนักขัตฤกษ์	50	10.0
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.13 สื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่

การตอบแบบสอบถามในข้อนี้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างรู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่จากการบอกเล่าปากต่อปาก จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมา คือ รู้จักจากสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 จากอินเทอร์เน็ต จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 จากหนังสือพิมพ์/

นิตยสาร จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 จากแผ่นป้ายจราจร จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และจากแหล่งอื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลสื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

สื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
การบอกเล่าปากต่อปาก	353	70.6
วิทยุ/โทรทัศน์	206	41.2
อินเทอร์เน็ต	111	22.2
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	94	18.8
แผ่นป้ายจราจร	86	17.2
อื่นๆ	27	5.4
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.14 ความตั้งใจมาชมสัตว์โดยเฉพาะที่สวนสัตว์เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะมาชมสัตว์โดยเฉพาะ จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 57 นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ตั้งใจมาชมสัตว์โดยเฉพาะ จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ตั้งใจมาชมสัตว์ มีความตั้งใจมาชมหมิปั้นด้ามากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ไม่ได้ระบุความตั้งใจ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ตั้งใจมาชมชุกวอริยม จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และตั้งใจมาชมสัตว์อื่นๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลความตั้งใจมาชมสัตว์ที่สวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ความตั้งใจมาชมสัตว์ที่สวนสัตว์เชียงใหม่	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ไม่ตั้งใจ	215	43
ตั้งใจ	285	57
รวม	500	100
สัตว์ที่นักท่องเที่ยวตั้งใจมาชม		
หมีแพนด้า	107	37.5
ซูลูควอเรียม	62	21.8
สัตว์อื่นๆ	31	10.9
ไม่ระบุ	85	29.8
รวม	285	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.15 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

จากแบบสอบถามที่ได้สำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แบ่งค่าใช้จ่ายออกเป็น 3 หมวด คือ ค่าบัตรผ่านประตู ค่าของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่ซื้อในสวนสัตว์เชียงใหม่) ซึ่งจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสียค่าบัตรผ่านประตู น้อยกว่าหรือเท่ากับ 290 บาทต่อคน จำนวน 443 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 และเสียค่าบัตรผ่านประตูมากกว่า 290 บาทต่อคน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก จากแบบสอบถามที่สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก จำนวน 412 คน คิดเป็นร้อยละ 82.4 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เสียค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ซึ่งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เสียค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายโดยประมาณ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาทต่อคน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 นักท่องเที่ยวที่เสียค่าใช้จ่ายโดยประมาณมากกว่า 200 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่ซื้อในสวนสัตว์เชียงใหม่) จากแบบสอบถามที่สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ซึ่งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เสียค่าใช้จ่ายอื่นๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย

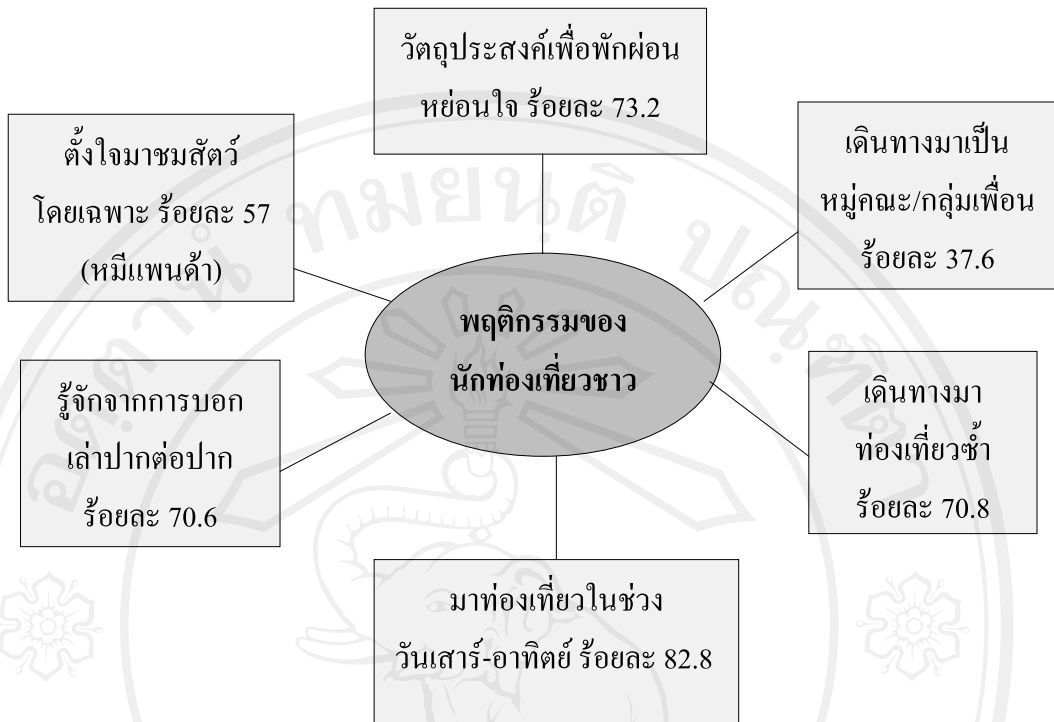
โดยประมาณ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 150 บาทต่อคน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 นักท่องเที่ยว
ที่เสียค่าใช้จ่ายโดยประมาณ มากกว่า 150 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และ
นักท่องเที่ยวที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 ตามตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่าย	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ค่าบัตรผ่านประตู (บาทต่อคน)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 290 บาท	443	88.6
มากกว่า 290 บาทขึ้นไป	57	11.4
ค่าของที่ระลึก		
ไม่เสียเงินค่าของที่ระลึก	412	82.4
เสียเงินของที่ระลึก(บาทต่อคน)	88	17.6
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท	69	78.4
มากกว่า 200 บาทขึ้นไป	19	21.6
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่ซื้อในสวนสัตว์ เชียงใหม่)		
ไม่เสียเงินค่าใช้จ่ายอื่นๆ	241	48.2
เสียเงินค่าใช้จ่ายอื่นๆ (บาทต่อคน)	259	51.8
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 150 บาท	192	74.1
มากกว่า 150 บาทขึ้นไป	67	25.9
รวม	500	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำ
ข้อมูลมาสรุปเป็นรูปภาพเพื่อประกอบคำบรรยายได้ดังนี้ คือ



รูปที่ 4.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

จากรูปข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 500 คน พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 73.2 ส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ/กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ส่วนใหญ่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวโดยเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว คิดเป็นร้อยละ 70.8 ซึ่งส่วนใหญ่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 82.8 ส่วนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่จากการบอกเล่าปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 70.6 ส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะมาชมสัตว์โดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 57 และสัตว์ที่นักท่องเที่ยวตั้งใจมาชมมากที่สุดคือ หมีแพนด้า

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิฐานะ ปัจจัยด้านสถานที่ ด้านราคาสินค้าและการบริการ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการ

ให้บริการ เนื่องจากตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ มีทางเลือก 2 ทาง คือ พึงพอใจและไม่พึงพอใจ ดังนั้น การประมาณค่าความพึงพอใจจึงเลือกใช้ Logit Model ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแสดงรายละเอียด ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Maximum Likelihood Estimate

Variable	Maximum Likelihood Estimate			
	Coefficient	Standard Error	T-stat	Prob
Constant	-4.41415755	1.17429717	-3.759	.0002
X ₁	-.10471116	.42382544	-.247	.8049
X ₂	1.06542779	.69211327	1.539	.1237
X ₃	-1.45739649	.65682980	-2.219	.0265**
X ₄	-.97405674	.44106713	-2.208	.0272**
X ₅	-1.06188237	.50073928	-2.121	.0340**
X ₆	1.02506117	.54822248	1.870	.0615*
X ₇	-.63162546	.56934501	-1.109	.2673
X ₈	.52897278	.68319586	.774	.4388
X ₉	.54045912	.45754998	1.181	.2375
X ₁₀	1.20585857	.43859872	2.749	.0060***
X ₁₁	1.78460929	.47843992	3.730	.0002***
X ₁₂	2.31484175	.51885313	4.461	.0000***
X ₁₃	2.66548438	.46757866	5.701	.0000***
X ₁₄	2.16152318	.46899698	4.609	.0000***
X ₁₅	2.45611655	.50716781	4.843	.0000***

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * ความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.10

** ความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** ความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

Log likelihood function -86.68836

Restricted log likelihood -247.4035

Chi-squared 321.4303

Pseudo R-squared .6496074

Accuracy of prediction 92.00%

จากตารางที่ 4.16 อธิบายผลการศึกษาได้ว่า ค่า Log likelihood function เท่ากับ 86.68836 ค่า Restricted log likelihood เท่ากับ -247.4035 ค่า Chi-squared เท่ากับ 321.4303 และค่า McFadden Pseudo R-squared มีค่าเท่ากับ 0.6496074 ค่าความถูกต้องในการทำนาย เท่ากับ 92.0%

โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง (X_{10}) มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน (X_{11}) ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ (X_{12}) ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย (X_{13}) ปัจจัยด้านการให้บริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ (X_{14}) มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว (X_{15}) ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานภาพโสด (X_3) ปัจจัยด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี (X_4) ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน (X_5) ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 คือ ปัจจัยด้านภูมิลำเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ภาคเหนือ (X_6) นอกจากนี้การพิจารณาขนาดของความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์ผลกระทบหน่วยสุดท้าย (marginal effect) โดยค่าของผลกระทบหน่วยสุดท้ายของตัวแปรอิสระ คือผลกระทบที่เกิดจากตัวแปรนั้นๆ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จากค่าเฉลี่ยของตัวแปร โดยสมมติให้ตัวแปรอื่นๆมีค่าคงที่ที่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างและค่าของผลกระทบหน่วยสุดท้ายของตัวแปรหุ่น คือผลกระทบที่ค่าของตัวแปรนั้น เปลี่ยนแปลงจาก 0 เป็น 1 โดยผลการวิเคราะห์แสดงตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์และระดับนัยสำคัญโดยวิธี Marginal effect

Variable	Marginal effect			
	Coefficient	Standard Error	T-stat	Prob
Constant	-.22931775	.07059286	-3.248	.0012
X ₁	-.00551598	.02262166	-2.441	.8074
X ₂	.04269814	.02242644	.904	.0569*
X ₃	-.11483893	.07144675	-1.607	.1080*
X ₄	-.05649336	.02932948	-1.926	.0541*
X ₅	-.06828584	.03878574	-1.761	.0783*
X ₆	.04389247	.02047558	2.144	.0321**
X ₇	-.04033819	.04399413	-.917	.3592
X ₈	.02282226	.02448309	.932	.3513
X ₉	.03003805	.02753388	1.091	.2753
X ₁₀	.07408396	.03187297	2.324	.0201**
X ₁₁	.15906834	.06592124	2.413	.0158**
X ₁₂	.26545955	.09412170	2.820	.0048***
X ₁₃	.30832467	.08240213	3.742	.0002***
X ₁₄	.21380576	.07397269	2.890	.0038***
X ₁₅	.27451125	.08858587	3.099	.0019***

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * ความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.10

** ความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** ความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4.17 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยมีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่ที่มีความสะอาดและปลอดภัย (X₁₃) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสถานที่ที่มีความสะอาดและปลอดภัยมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.3083 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจด้านสถานที่ที่มีความสะอาดและ

ปลอดภัยแล้ว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.83 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ปัจจัยด้านการให้บริการ คือ มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว (X_{15}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่สวนสัตว์เชียงใหม่มีการเพิ่มศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.2745 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการเพิ่มศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวแล้ว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.45 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ปัจจัยด้านการให้บริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ (X_{14}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์มากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.2138 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์มากขึ้นแล้ว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.38 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่ (X_{12}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านราคาเข้าชมมีความเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่มากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.2655 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์มากขึ้นแล้ว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.55 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ปัจจัยด้านสถานที่ คือ ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง (X_{10}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.0741 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวางแล้ว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.41 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ปัจจัยสถานที่ คือ มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน (X_{11}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านมีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจนมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.1591 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจด้านมีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจนแล้ว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 15.91 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ปัจจัยด้านภูมิลาเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (X_6) คือ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลาเนาปัจจุบันอยู่ที่ภาคเหนือ จากการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีภูมิลาเนาอยู่ในภาคเหนือ จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้น และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.0438 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีภูมิลาเนาอยู่ในภาคเหนือ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.38 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (X_4) คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับอื่นๆมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.0564 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่าง มีระดับการศึกษาระดับอื่นๆ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.64 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ปัจจัยด้านอายุ (X_2) คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก คือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้น และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.0426 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.26 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (X_5) คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จากการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ในระดับอื่น มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่า

เท่ากับ -0.0682 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่าง มีระดับรายได้ในระดับอื่น โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.82 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรส (X_3) คือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพอื่นๆ มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด และเมื่อพิจารณาค่า Marginal Effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.1148 สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพอื่นๆ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.48 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 90

จากการวิเคราะห์ค่า Marginal Effect พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ ขนาดสวนสัตว์ที่มีพื้นที่กว้างขวาง (X_{10}) มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน (X_{11}) ปัจจัยด้านสถานภาพโสด (X_3) ปัจจัยด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี (X_4) ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า $10,000$ บาทต่อเดือน (X_5) ปัจจัยด้านภูมิลาเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ภาคเหนือ (X_6) และปัจจัยด้านอายุ (X_2) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่ (X_{12}) ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่ที่มีความสะอาดและปลอดภัย (X_{13}) ปัจจัยด้านการให้บริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ (X_{14}) มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว (X_{15})

4.3 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการด้านต่างๆของสวนสัตว์เชียงใหม่

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการต่างๆ ของสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ผลการศึกษาพบว่า บริการด้านต่างๆ เช่น ด้านสถานที่ ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการ นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด ซึ่งจะแสดงให้เห็นตามตารางประกอบการบรรยายดังต่อไปนี้

4.3.1 ด้านสถานที่

จากการสำรวจระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวมีความระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ในระดับมากและมากที่สุด โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ขนาดของสวนสัตว์ที่มีพื้นที่กว้างขวาง ส่วนปัจจัย

ที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมาก ประกอบด้วย มีสัตว์หลากหลายประเภท สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี มีความสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ (เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร) มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์เหมาะในการหาความรู้ มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน มีเส้นทางถนนหรือทางเดินที่สามารถใกล้ชิดสัตว์มากขึ้น มีการจัดที่อยู่หรือประเภทของสัตว์ที่เหมาะสม ที่อยู่อาศัยของสัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งอย่างสวยงาม ตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ของสวนสัตว์เชียงใหม่

ความพึงพอใจด้านสถานที่	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง	4.27	0.64	มากที่สุด
มีสัตว์หลากหลายประเภท	4.03	0.73	มาก
สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี มีความสวยงาม	3.98	0.74	มาก
มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน	3.94	0.75	มาก
มีเส้นทางถนนหรือทางเดินที่สามารถใกล้ชิดสัตว์มากขึ้น	3.90	0.72	มาก
มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์เหมาะในการหาความรู้	3.84	0.76	มาก
มีการจัดที่อยู่หรือประเภทของสัตว์ที่เหมาะสม	3.82	0.72	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ (เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร)	3.80	0.79	มาก
ที่อยู่ของสัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งอย่างสวยงาม	3.67	0.84	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.2 ด้านราคา

จากการสำรวจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความระดับความพึงพอใจด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมาก ประกอบด้วย ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน และการมีมาตรฐานของราคาเข้าชม ตามตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านราคาของสวนสัตว์เชียงใหม่

ความพึงพอใจด้านราคา	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่	3.52	0.85	มาก
การมีมาตรฐานของราคาเข้าชม	3.62	0.82	มาก
มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน	3.69	0.82	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.3 ด้านการอำนวยความสะดวก

จากการสำรวจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความระดับความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวกในระดับมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมาก ประกอบด้วย เดินทางมาสะดวกหรือหารถมาง่าย อยู่ใกล้กับที่พักอาศัย มีป้ายชื่อหรือตราสัญลักษณ์หาง่าย มีที่นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆ สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย มีที่ให้จอดรถอย่างเพียงพอ ตามตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสวนสัตว์เชียงใหม่

ความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวก	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
เดินทางมาสะดวกหรือหารถมาง่าย	3.96	0.71	มาก
มีป้ายชื่อหรือตราสัญลักษณ์หาง่าย	3.82	0.76	มาก
มีที่นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆ	3.79	0.76	มาก
สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย	3.78	0.79	มาก
มีที่ให้จอดรถอย่างเพียงพอ	3.67	0.86	มาก
อยู่ใกล้กับที่พักอาศัย	3.64	0.89	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.4 ด้านการให้บริการ

จากการสำรวจระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการในระดับมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ประกอบด้วย พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตร มีรถ

บริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี ตามตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตร	3.98	0.72	มาก
มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ	3.88	0.85	มาก
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์	3.88	0.74	มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.82	0.79	มาก
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	3.78	0.80	มาก
มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.77	0.78	มาก
มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	3.75	0.81	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.5 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้าน

จากการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านต่างๆของสวนสัตว์เชียงใหม่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลนั้น นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้บริการ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านราคา ตามตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบข้อมูลระดับความพึงพอใจของสวนสัตว์เชียงใหม่ในแต่ละด้าน

ความพึงพอใจ	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่	3.91	0.78	มาก
ด้านการให้บริการ	3.83	0.76	มาก
ด้านการอำนวยความสะดวก	3.78	0.80	มาก
ด้านราคา	3.61	0.83	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4 ทักษะคติและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ที่มีต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวได้แสดงทักษะคติและข้อเสนอแนะต่างๆ ตามลำดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

1) ด้านราคาสินค้าและบริการ คือ ราคาค่าเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่แพงเกินไป ควรมีการปรับราคาให้มีความเหมาะสม ทั้งการเข้าชมการแสดงสัตว์น้ำชูกวอเรียมหรือการเข้าชมสัตว์ประเภทอื่นๆ รวมถึงค่าอาหารที่มีราคาสูงและค่าจอดรถ ที่นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่าจะไม่ควรเก็บ เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้มีการเสียค่าเข้าชมสวนสัตว์อยู่แล้ว แต่ทั้งนี้การปรับราคาต่างๆควรมีการศึกษาอย่างละเอียดเพื่อก่อให้เกิดความพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว และไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านรายได้แก่ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการปรับราคาอาจทำได้โดยการเพิ่มโปรโมชั่นในกรณีที่นักท่องเที่ยวมาเป็นหมู่คณะหรือมากับครอบครัว เป็นต้น

2) ด้านสถานที่ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จากข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีการปรับสภาพภูมิทัศน์ภายในสวนสัตว์มากขึ้น โดยการปรับปรุงสวนสาธารณะให้มีความสะอาด สวยงาม มีความร่มรื่นและเพิ่มโต๊ะเก้าอี้สำหรับการพักผ่อนให้มากขึ้น นอกจากนี้แล้วควรปรับปรุงในส่วนจัดแสดงสัตว์มากขึ้น เนื่องจากที่อยู่ของสัตว์บางชนิดเล็กเกินไปไม่เป็นสัดส่วนและไม่สะอาดเท่าที่ควร

3) ด้านการให้บริการ จากการสำรวจนักท่องเที่ยวเสนอแนะว่าการให้บริการเกี่ยวกับรถรางมีความล่าช้า ควรมีการเพิ่มจำนวนรถรางให้มากขึ้นตามจำนวนของนักท่องเที่ยว และการรอรถรางบางครั้งใช้เวลานาน อีกทั้งการให้บริการของพนักงานขับรถรางบางคนมีการบริการแนะนำสัตว์ให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ได้ดีมาก แต่บางคนให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ไม่ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเวลาในการจัดแสดงสัตว์ให้มากขึ้นและมีความชัดเจน โดยนักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่ได้ใช้บริการรถรางก็ควรมีป้ายบอกทางให้ชัดเจนประกอบกับมีแผนที่ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศด้วย

4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ควรเพิ่มปริมาณห้องน้ำ ที่จอดรถ และสถานที่ขายอาหารให้มากขึ้น และควรมีการปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำ มีการตรวจดูแลอย่างสม่ำเสมอ เพราะในบางครั้งน้ำก็ไม่ไหล และน้ำก็ไม่สะอาด

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2553 จำนวน 500 คน สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม และในการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้เลือกใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.6 มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี ร้อยละ 56.2 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 79.4 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.8 ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 41.2 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 74.4 ซึ่งเดินทางมาเที่ยวโดยรถส่วนตัว ร้อยละ 85.4 และส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากที่พักถึงสวนสัตว์เชียงใหม่ อยู่ในช่วงต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 63.0

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 73.2 ส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ/กลุ่มเพื่อน ร้อยละ 37.6 ส่วนใหญ่มีลักษณะการมาท่องเที่ยวโดยเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ร้อยละ 70.8 ซึ่งส่วนใหญ่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 82.8 ส่วนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่จากการบอกเล่าปากต่อปาก ร้อยละ 70.6 ส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะมาชมสัตว์โดยเฉพาะ ร้อยละ 57 และสัตว์ที่นักท่องเที่ยวตั้งใจมาชมมากที่สุดคือ หมีแพนด้า

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการเลือกใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี

Marginal Effects ผลการศึกษาได้ว่า ค่า Log likelihood function เท่ากับ 86.68836 ค่า Restricted log likelihood เท่ากับ -247.4035 ค่า Chi-squared เท่ากับ 321.4303 และค่า McFadden Pseudo R-squared มีค่าเท่ากับ 0.6496074 ค่าความถูกต้องในการทำนาย เท่ากับ 92.0% โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่ ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย ปัจจัยด้านการให้บริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานภาพโสด ปัจจัยด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 คือ ปัจจัยด้านภูมิลำเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยว อยู่ที่ภาคเหนือ

ผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านต่างๆของสวนสัตว์เชียงใหม่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลนั้น นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้บริการ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านราคา

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การศึกษารั้งนี้ทำการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงเดือน มิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม ช่วงเวลาดังกล่าวถือว่าเป็นช่วงชบเซา (low season) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไม่มากนัก ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของทางสวนสัตว์เชียงใหม่ที่จะหาสิ่งดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว เพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงชบเซา (low season) ทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และจากผลการศึกษาที่ได้ สามารถเสนอแนะแนวทางเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ได้ ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งมีการเดินทางมาเป็นหมู่คณะ กลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควรมีการจัด โปร โมชันหรือลดราคาค่าเข้าชม สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ ซึ่งการลดราคานั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควร

ศึกษารายละเอียด เพื่อเป็นการสร้างความพอใจอย่างสูงสุดแก่นักท่องเที่ยวและเพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านรายได้แก่ทางสวนสัตว์เชียงใหม่

2) การจัดกิจกรรมในวันหยุดนักขัตฤกษ์ในช่วงเดือน มิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม ที่ถือว่าเป็นช่วงชบเซา (low season) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น แต่ในช่วงเวลาดังกล่าวก็มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มากมาย ที่น่าจะจัดกิจกรรมเพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ได้มากขึ้น เช่น เดือนกรกฎาคมที่มีวันหยุดเข้าพรรษา ทางสวนสัตว์เชียงใหม่อาจจะจัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีการทำบุญแก่สัตว์ต่างๆ โดยการให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสให้อาหารสัตว์ที่ไม่ดุร้ายอย่างใกล้ชิด ในส่วนจัดแสดงที่ทางสวนสัตว์จัดไว้ให้ นอกจากนี้ ในเดือนสิงหาคมที่มีวันสำคัญ คือ วันแม่แห่งชาติ ทางสวนสัตว์เชียงใหม่อาจจัดกิจกรรมวันแม่ โดยการให้ลูกพาแม่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่และมีการจัดโปรโมชั่น คือ การไม่ต้องให้แม่เสียค่าบริการใดๆทั้งสิ้น ซึ่งถือเป็นของขวัญที่ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ได้มอบให้ผู้ที่เป็นแม่ทุกคน เป็นต้น

3) จากที่สวนสัตว์เชียงใหม่ได้ รับมอบหมีแพนด้า ช่วง ช่วง และหลินฮุ่ย ซึ่งถือเป็นทูตสันถวไมตรีจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และ ช่วง ช่วง และ หลินฮุ่ย ก็ได้กำเนิดลูกหมีแพนด้าน้อย ชื่อว่า หลินปิง ทำให้ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ได้มากขึ้น แต่ในอนาคตทางสวนสัตว์เชียงใหม่จะต้องส่งคืนหมีแพนด้าให้กับประเทศจีน ซึ่งส่งผลให้สวนสัตว์เชียงใหม่สูญเสียรายได้ไปบางส่วน ดังนั้น ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควรมหามาตรการเพื่อทดแทนรายได้ในส่วนนั้น โดยการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในส่วนของสัตว์ชนิดอื่นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว รองลงมาจากหมีแพนด้า หรือการพัฒนา ปรับปรุง ส่วนจัดแสดงสัตว์ให้มีความสะอาด สวยงามมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์หมีโคอาล่า นกเพนกวิน หรือชูอควอเรียม เป็นต้น

4) การให้บริการของพนักงาน ควรมีความเอาใจใส่ มีความสุภาพ และพนักงานควรมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์อย่างแท้จริง เพื่อนำเสนอความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเข้าใจและถูกต้อง

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งนี้ทำการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงเดือน มิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม ซึ่งถือว่าเป็นช่วงชบเซา (low season) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ในการทำการศึกษาค้างต่อไปควรทำในช่วงที่การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีความคึกคัก (high season) และนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกัน ว่าผลการศึกษามีความแตกต่างหรือคล้ายกัน

2) การกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เชียงใหม่ ควรมีความหลากหลาย และการจัดกลุ่มตัวแปรควรแบ่งอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งทำให้ผลการศึกษาไม่แน่ชัด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th>. เมษายน 2553.

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. 2547. เศรษฐมิติ : ทฤษฎีและการประยุกต์. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรพิชญ พรหมศิระพัลลภ. 2548. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. โครงการการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนพื้นที่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ : กลุ่มงานวิจัยเพื่อวาระชาติ สกว.

นงคราญ คุ้มเนตร. 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการใช้บริการสถานพยาบาลประกันสังคม ของโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นัฐพงศ์ คุมา. 2518. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549

นวลทิพย์ ควกุล. เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : แพร่วิทยา.

มัลลิกา เกื้อปัญญา. 2542. ความคาดหวังและความพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ. 2549. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เทศบาลนครเชียงใหม่. 2553. ข้อมูลด้านเศรษฐกิจของเทศบาลนครเชียงใหม่ (ข้อมูล : การท่องเที่ยว). แหล่งที่มา <http://www.cmcity.go.th/aboutus/economic.php>.

เอกลักษณ์ อริยวัจน์. 2549. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟ้ารี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- Bitner, M. J., & Hubbert, A. R. 1994. **Encounter satisfaction versus overall satisfaction Versus Quality**. In R. T. Rust, & R. L. Oliver (Eds.), *Service quality: New directions in theory And practice* (pp. 72-93). CA: Sage.
- Bowen, D. 2001. “Antecedents of customer satisfaction and dissatisfaction (CS/D) on long-haul inclusive tours – a reality check on theoretical considerations, **Tourism Management**, Vol.22, pp.49-61.
- Flott, L.W. 1995. “Customer satisfaction”, **Harvard Business Review**, November-December, pp.58-63.
- Fippo, E.B. 1961. **Principle of Personel Management**. New York : Mcgraw-Hill.
- Green, William H. 2000. **Econometric Analysis**. 4th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Greene, W. 1997. **Econometric Analysis**. 3rd ed Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall. อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. การประมาณค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น: เอกสารการสอนชุดวิชาเศรษฐมิติ. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546
- Heung, V.C.S. 2000. “Satisfaction levels of mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Vol.12, No.5, pp.308-315.
- Kozak, M. 2001. “Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities”, **Tourism Management**, Vo.22, pp.391-401.
- Maddala, G. 1983. *Limited Dependent and Qualitative Variables in Economics*. New York: Cambridge University Press, อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. 2546 การประเมินค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น (Estimate of Regression Models with Dummy Dependent Variables): เอกสารการสอนวิชาเศรษฐมิติ. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Zeithalm, V., A and Bitner, M., A. 2003. **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm**, 3rd Edn., McGraw-Hill, USA.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิท

1. วิเคราะห์โดยให้ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย และใช้ตัวแปรอิสระดังนี้ คือ ปัจจัยด้านเพศ (X₁) อายุ (X₂) สถานภาพ (X₃) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (X₄) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (X₅) ภูมิลำเนาปัจจุบัน (X₆) วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว (X₇) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (X₈) รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว (X₉) ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างขวาง(X₁₀) มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน (X₁₁) ราคาค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ (X₁₂) สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย (X₁₃) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ (X₁₄) และมีศูนย์บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว(X₁₅)

```
--> LOGIT;Lhs=Y;Rhs=ONE,X1,X2,X3,X4,X5,X6,X7,X8,X9,X10,X11,X12,X13,X14,X15;Margin$
Normal exit from iterations. Exit status=0.
```

```
+-----+
| Binary Logit Model for Binary Choice
| Maximum Likelihood Estimates
| Model estimated: Sep 29, 2010 at 07:00:16PM.
| Dependent variable           Y
| Weighting variable           None
| Number of observations       500
| Iterations completed         8
| Log likelihood function      -86.68836
| Number of parameters         16
| Info. Criterion: AIC =       .41075
|   Finite Sample: AIC =       .41301
| Info. Criterion: BIC =       .54562
| Info. Criterion:HQIC =       .46368
| Restricted log likelihood    -247.4035
| McFadden Pseudo R-squared   .6496074
| Chi squared                  321.4303
| Degrees of freedom           15
| Prob[ChiSqd > value] =      .0000000
| Hosmer-Lemeshow chi-squared = 4.72761
| P-value= .69316 with deg.fr. = 7
+-----+
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	P[Z >z]	Mean of X
-----+Characteristics in numerator of Prob[Y = 1]					
Constant	-4.41415755	1.17429717	-3.759	.0002	
X1	-.10471116	.42382544	-.247	.8049	.64600000
X2	1.06542779	.69211327	1.539	.1237	.80600000
X3	-1.45739649	.65682980	-2.219	.0265	.79400000
X4	-.97405674	.44106713	-2.208	.0272	.59800000
X5	-1.06188237	.50073928	-2.121	.0340	.69800000
X6	1.02506117	.54822248	1.870	.0615	.74400000
X7	-.63162546	.56934501	-1.109	.2673	.85400000
X8	.52897278	.68319586	.774	.4388	.90800000
X9	.54045912	.45754998	1.181	.2375	.37600000
X10	1.20585857	.43859872	2.749	.0060	.37800000
X11	1.78460929	.47843992	3.730	.0002	.18600000
X12	2.31484175	.51885313	4.461	.0000	.12200000
X13	2.66548438	.46757866	5.701	.0000	.17600000
X14	2.16152318	.46899698	4.609	.0000	.19000000
X15	2.45611655	.50716781	4.843	.0000	.16400000

Information Statistics for Discrete Choice Model.								
	M=Model			MC=Constants Only			M0=No Model	
Criterion F (log L)	-86.68836			-247.40350			-346.57359	
LR Statistic vs. MC	321.43026			.00000			.00000	
Degrees of Freedom	15.00000			.00000			.00000	
Prob. Value for LR	.00000			.00000			.00000	
Entropy for probs.	86.68836			247.40350			346.57359	
Normalized Entropy	.25013			.71386			1.00000	
Entropy Ratio Stat.	519.77045			198.34019			.00000	
Bayes Info Criterion	.53319			1.17605			1.57273	
BIC(no model) - BIC	1.03954			.39668			.00000	
Pseudo R-squared	.64961			.00000			.00000	
Pct. Correct Pred.	92.00000			.00000			50.00000	
Means:	y=0	y=1	y=2	y=3	y=4	y=5	y=6	y>=7
Outcome	.8040	.1960	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
Pred.Pr	.8040	.1960	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
Notes: Entropy computed as Sum(i)Sum(j)Pfit(i,j)*logPfit(i,j).								
Normalized entropy is computed against M0.								
Entropy ratio statistic is computed against M0.								
BIC = 2*criterion - log(N)*degrees of freedom.								
If the model has only constants or if it has no constants, the statistics reported here are not useable.								

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	P[Z >z]	Elasticity
-----+ Partial derivatives of probabilities with respect to the vector of characteristics. They are computed at the means of the Xs. Observations used are All Obs. -----					

```

-----+Marginal effect for variable in probability
Constant| -.22931775 .07059286 -3.248 .0012
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X1 | -.00551598 .02262166 -.244 .8074 -.06482011
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X2 | .04269814 .02242644 1.904 .0569 .62603503
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X3 | -.11483893 .07144675 -1.607 .1080 -1.65868625
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X4 | -.05649336 .02932948 -1.926 .0541 -.61454424
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X5 | -.06828584 .03878574 -1.761 .0783 -.86704306
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X6 | .04389247 .02047558 2.144 .0321 .59404251
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X7 | -.04033819 .04399413 -.917 .3592 -.62665558
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X8 | .02282226 .02448309 .932 .3513 .37696330
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X9 | .03003805 .02753388 1.091 .2753 .20545383
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X10 | .07408396 .03187297 2.324 .0201 .50941369
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X11 | .15906834 .06592124 2.413 .0158 .53820942
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X12 | .26545955 .09412170 2.820 .0048 .58913223
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X13 | .30832467 .08240213 3.742 .0002 .98713270
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X14 | .21380576 .07397269 2.890 .0038 .73897134
-----+Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.
X15 | .27451125 .08858587 3.099 .0019 .81895228

```

```

+-----+
| Marginal Effects for |
+-----+
| Variable | All Obs. |
+-----+
| ONE      | -.22932 |
| X1       | -.00552 |
| X2       | .04270 |
| X3       | -.11484 |
| X4       | -.05649 |
| X5       | -.06829 |
| X6       | .04389 |
| X7       | -.04034 |
| X8       | .02282 |
| X9       | .03004 |
| X10      | .07408 |
| X11      | .15907 |
| X12      | .26546 |

```

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

X13	.30832
X14	.21381
X15	.27451

Fit Measures for Binomial Choice Model		
Logit model for variable Y		

Proportions	P0= .804000	P1= .196000
N =	500 N0= 402	N1= 98
LogL=	-86.688	LogL0= -247.403
Estrella =	1-(L/L0)^(-2L0/n) = .64577	

Efron	McFadden	Ben./Lerman
.65521	.64961	.89488
Cramer	Veall/Zim.	Rsqr ML
.66645	.78672	.47421

Information	Akaike I.C.	Schwarz I.C.
Criteria	.41075	.54562

Predictions for Binary Choice Model. Predicted value is
 |1 when probability is greater than .500000, 0 otherwise.
 |Note, column or row total percentages may not sum to
 |100% because of rounding. Percentages are of full sample.

Actual Value	Predicted Value		Total Actual
	0	1	
0	387 (77.4%)	15 (3.0%)	402 (80.4%)
1	25 (5.0%)	73 (14.6%)	98 (19.6%)
Total	412 (82.4%)	88 (17.6%)	500 (100.0%)

=====
 Analysis of Binary Choice Model Predictions Based on Threshold = .5000
 =====

Prediction Success

Sensitivity = actual 1s correctly predicted	74.490%
Specificity = actual 0s correctly predicted	96.269%
Positive predictive value = predicted 1s that were actual 1s	82.955%
Negative predictive value = predicted 0s that were actual 0s	93.932%
Correct prediction = actual 1s and 0s correctly predicted	92.000%

Prediction Failure

False pos. for true neg. = actual 0s predicted as 1s	3.731%
False neg. for true pos. = actual 1s predicted as 0s	25.510%
False pos. for predicted pos. = predicted 1s actual 0s	17.045%
False neg. for predicted neg. = predicted 0s actual 1s	6.068%
False predictions = actual 1s and 0s incorrectly predicted	8.000%

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

เอกสารชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบรายงานการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท ภาคพิเศษ 1 ปี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการเท่านั้น จึงขอความกรุณาท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และหวังอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุกๆท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

ศุภักษร เรืองนิม

ผู้วิจัย

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย / ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านเลือก
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ
() ต่ำกว่า 20 ปี () 21-30 ปี () 31-40 ปี () 41-50 ปี
() 51-60 ปี () 61-70 ปี () 71-80 ปี () 80 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส
() โสด () สมรส () อื่นๆ.....
4. ระดับการศึกษา
() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา () ป.ว.ช./ป.ว.ส./อนุปริญญา
() ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท
6. ปัจจุบันท่านมีภูมิลำเนาอยู่ที่
() ภาคเหนือ () ภาคอีสาน () ภาคกลาง () ภาคใต้
7. ท่านเดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยวิธีใด
() รถส่วนตัว () มากับทัวร์ () รถโดยสาร
8. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังสวนสัตว์เชียงใหม่เท่าไร? (จากที่พักถึงสวนสัตว์เชียงใหม่)
() รถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่าย(ค่าน้ำมัน)บาท/คน
() รถโดยสารประจำทาง ค่าใช้จ่ายบาท/คน
() รถของบริษัทนำเที่ยว ค่าใช้จ่ายบาท/คน
() อื่นๆโปรดระบุบาท/คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

- ท่านมีวัตถุประสงค์ใดในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

() พักผ่อนหย่อนใจ () ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์

() สร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน () อื่นๆ
- รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของท่านในครั้งนี้เป็นแบบใด

() เดินทางมากับครอบครัวและญาติ () เดินทางมาคนเดียว

() เดินทางมาเป็นหมู่คณะ/กลุ่มเพื่อน () เดินทางมากับแฟน
- ลักษณะการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งนี้

() เดินทางมาครั้งแรก () เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำครั้งที่.....
- ท่านรู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() การบอกเล่าปากต่อปาก () ผ่านป้ายจราจร

() วิทยุ/โทรทัศน์ () หนังสือพิมพ์/นิตยสาร

() อินเทอร์เน็ต () อื่นๆระบุ.....
- ปกติท่านมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงใด

() จันทร์-ศุกร์ () เสาร์-อาทิตย์ () วันหยุดนักขัตฤกษ์
- ในการเดินทางมาสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งนี้ท่านตั้งใจมาเที่ยวชมสัตว์ใดโดยเฉพาะหรือไม่

() ไม่ตั้งใจ () ตั้งใจ คือ.....
- ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ประมาณเท่าไร

ค่าบัตรผ่านประตูบาท ค่าของที่ระลึกบาท

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ(ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่ซื้อภายในสวนสัตว์เชียงใหม่)บาท

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสถานที่					
ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่ที่กว้างขวาง					
มีสัตว์หลากหลายประเภท					
สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี มีความสวยงาม					
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ (เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร)					
มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์เหมาะในการหาความรู้					
มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์อย่างชัดเจน					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีเส้นทางถนนหรือทางเดินในสวนสัตว์ที่สามารถใกล้ชิดสัตว์มากขึ้น					
มีการจัดที่อยู่หรือประเภทของสัตว์ที่เหมาะสม					
ที่อยู่ของสัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งอย่างสวยงาม					
ด้านราคา					
ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่					
มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน					
การมีมาตรฐานของราคาเข้าชม					
ด้านการอำนวยความสะดวก					
เดินทางมาสะดวกหรือหารถมาง่าย					
อยู่ใกล้กับที่พักอาศัย					
มีป้ายชื่อหรือตราสัญลักษณ์หาง่าย					
มีที่นั่งพักรอตามจุดต่างๆ					
สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย					
มีที่ให้อาหารอย่างเพียงพอ					
ด้านการให้บริการ					
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์					
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว					
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตร					
มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ					
มีศูนย์บริการ ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว					
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี					

ส่วนที่ 4 ทศนะคติ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวศุภกษร เรืองฉิม

วัน เดือน ปี เกิด 28 มีนาคม 2530

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนจอมสุรางค์อุปถัมภ์
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปีการศึกษา 2548

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีการศึกษา 2552

ประสบการณ์ ฝึกงานเป็นผู้ช่วยฝ่ายธุรการและฝ่ายบัญชี ที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์
สำนักงานใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ มิถุนายน-กันยายน 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved