

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

สวนสัตว์เชียงใหม่



กรวรรณ แสงวงศ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2553

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ
สวนสัตว์เชียงใหม่

กรวรรณ แสงวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2553

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

สวนสัตว์เชียงใหม่

กรวรรณ แสงวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ

.....กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร

.....กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์

19 ตุลาคม 2553

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่” ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงด้วยดีไม่ได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา โชคถาวร ประธานที่ปรึกษา แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการค้นคว้าแบบอิสระให้สมบูรณ์และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งและรองศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ ไชยทิพย์ ที่กรุณาเป็นกรรมการการสอบและให้คำแนะนำเป็นอย่างดีจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ต่างๆ ให้ผู้เขียน ตั้งแต่เด็กจนโตที่ได้ส่งเสริมสนับสนุนให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้เขียนในการจัดทำ การค้นคว้าแบบอิสระนี้ด้วยดีเสมอมาจนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้อย่างรวดเร็ว

ขอขอบคุณบิดา มารดา และบุคคลในครอบครัว ที่ได้ส่งเสริมสนับสนุน และให้กำลังใจในการทำการค้นคว้าแบบอิสระนี้ จนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวประธานและรองประธานกรรมการ บริษัท มารีนสเคป (ประเทศไทย) จำกัด และ ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่รุ่นที่ 8 ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้เขียนอย่างเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้หากมีสิ่งขาดตกบกพร่อง หรือผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้น และผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อย สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้ที่สนใจจะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่ต่อไป

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

สวนสัตว์เชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวกรวรรณ แสงวงศ์

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และการศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินงานกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ วิธีการศึกษา ได้จากการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 445 และแบบนำสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบพรรณนาผลการศึกษาสรุปได้ว่า

ด้านปัจจัยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 445 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 225 คน นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว และได้รับข่าวสารของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจาก Website จะให้ความสนใจในการอยากเข้ามาท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถเป็นประโยชน์หรือเพื่อการศึกษา ส่วนพฤติกรรมด้านอื่นนั้นถือถือว่ายังส่งผลต่อการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย ปัจจัยที่มีผลมากต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา และ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ควรมีการปรับปรุงนั้น คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ความหลากหลายด้านการอุปโภคและบริโภค และการปรับปรุงทัศนียภาพรอบสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น ส่วนด้านโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนิน

กิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีโอกาสได้ชมและสัมผัสกับธรรมชาติของโลกใต้ท้องทะเลที่มีอุโมงค์ยาวที่สุดในโลกถึง 133 เมตร และขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และยังสามารถต่อยอดทางการศึกษาและเป็นศูนย์การทำวิจัยพันธุ์ปลา ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มในเขตภาคเหนือ ซึ่งมีมากกว่า 250 สายพันธุ์ และส่วนใหญ่เป็นสายพันธุ์พื้นเมืองถึง 80% ของไทย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Factors Affecting Tourist Visit to Chiang Mai Zoo Aquarium		
Author	Miss Korrawan Sangwong		
Degree	Master of Arts (Political Economy)		
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Dr.Kanchana Chokethaworn	Advisor	
	Associate Professor Dr.Prashert Chaithip	Co-advisor	

ABSTRACT

This study on “Factors Affecting Tourist Visit to Chiang Mai Zoo Aquarium” had as its objectives to study the factors that could affect tourists visiting the Chiang Mai Zoo Aquarium and to examine the structure and outstanding features of the Chiang Mai Zoo Aquarium. The study was conducted by distributing a questionnaire to 445 visitors who were the sample group together with interviews. The data was analyzed for percentage, standard deviation and descriptive presentation of the study results, which could be concluded as follows:

Regarding factors for tourists visiting the Chiang Mai Zoo Aquarium, out of the total of 445 tourists most of them were female (225) and age under 20 years old. The subjects were mostly students with an education lower than a Bachelor’s Degree and a monthly income of less than 5,000 Baht. The majority of them came with their family. They learned about the aquarium from the website and they felt that it could be a useful and valuable trip for education in particular. Other behaviors were considered being of little effect to the visit. Factors that greatly influenced their visit to the Chiang Mai Zoo Aquarium were those related to politics, location, sales channels and image of the place. Factors that affected the visit to the Chiang Mai Zoo Aquarium very little were those related to the development capacity and facilities. The tourists suggested some improvements in terms of information and publicity, wider variety of food as well as other consumer goods, landscape and the environment around the aquarium. The structure and the outstanding features of the aquarium section of the Chiang Mai Zoo allowed the visitors to view and enjoy the natural underwater scenery of the longest tunnel (133 meters) in the world and the largest aquarium in Thailand. It has served as a good education extension and a center for research on both fresh water

and salt water fish in the Northern region, having over 250 breeds and 80% of them are of the native varieties.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.2 รูปแบบธุรกิจสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ	20
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	22
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	28
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	31
4.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามและแบบนำสัมภาษณ์	31
4.2 ผลการศึกษาโครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามและแบบนำสัมภาษณ์	53
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	55
5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยว	55
5.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจากโครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่	57
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	60
ภาคผนวก ก	61
ภาคผนวก ข	69
ประวัติผู้เขียน	84

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	32
4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	33
4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	34
4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	35
4.7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทาง	36
4.8 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสาร	36
4.9 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุในการเดินทางมาท่องเที่ยว	37
4.10 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นด้านผลกระทบจากฤดูกาล	38
4.11 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	38
4.12 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านการเมือง	39
4.13 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	40
4.14 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	40
4.15 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	41
4.16 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	42
4.17 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านความปลอดภัย	43
4.18 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	44
4.19 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านของที่ระลึก	44
4.20 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านการตลาด	45
4.21 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	46
4.22 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	46
4.23 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	47
4.24 สรุปค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านต่างๆทั้งหมด	48

สารบัญภาพ

ภาพ

2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

หน้า

27



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เกิดสถานะที่ตกต่ำส่งผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวจากยุโรป และเอเชียนั้นได้ลดลงอย่างมากนักท่องเที่ยวในโซนเอเชียนั้นลดลงถึง 50 เปอร์เซ็นต์ และโซนยุโรปนั้นลดลงเพียง 10 เปอร์เซ็นต์ เนื่องมาจากเกิดความขัดแย้งในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้จัดการแก้ปัญหาในเชิงการท่องเที่ยวไว้ โดยตั้งเป้าในปีหน้าไว้ที่ 14.5 ล้านคนเพื่อกระตุ้นให้เศรษฐกิจในประเทศดีขึ้นความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งจากเหตุการณ์ทางการเมืองดังกล่าวทำให้รัฐบาลต้องยกเลิกประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาที่เมืองพัทยา พร้อมทั้งได้ประกาศ พรก. ฉุกเฉินที่เมืองพัทยา และกรุงเทพมหานคร เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้หลาย ๆ ประเทศออกมาประกาศเตือนประชาชนของตนเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากยกเลิกการเดินทางมาประเทศไทย สถานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้คาดการณ์ไว้ว่า ผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว คาดว่าจะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2552 นี้ ลดลงจาก 540,000 ล้านบาท เหลือเพียง 350,000 ล้านบาท ในขณะเดียวกัน ก็อาจจะส่งผลให้การทำงานของนักท่องเที่ยวลดลงถึง 260,000 คนอีกด้วย ระบบออนไลน์ (2552 : 5) ทั้งนี้ Standard & Poor's (S&P) ได้ปรับลดอันดับเครดิต พันธบัตรสกุลเงินบาทลงเหลือ A- ในขณะเดียวกัน สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ Fitch Ratings ก็ได้ประกาศลดอันดับเครดิตสกุลเงินต่างประเทศระยะยาว (IDR) ลงสู่ระดับ BBB จากเดิม BBB+ และลดอันดับเครดิตสกุลเงินบาทระยะยาวลงสู่ระดับ A- จากเดิม A ซึ่งการปรับลดอันดับเครดิตทางการเงินของประเทศไทยครั้งนี้

ประเทศไทยเรายังเป็นจุดหมายปลายทางแรกที่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวทั้ง ๆ ที่สถานการณ์ทางการเมืองยังอยู่ในสถานะที่ไม่สงบ ทั้งนี้บรรดานักท่องเที่ยวที่อยากจะเที่ยวเมืองไทยนั้น 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 47 ระบุว่าเคยมาเที่ยวเมืองไทยแล้ว นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ถูกสำรวจในครั้งนี้ จัดทำขึ้นในประเทศออสเตรเลีย แคนาดา จีน เยอรมนี อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สวีเดน สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ ต่างตอบเป็นเสียงเดียวกัน "ประเทศไทย" เป็นประเทศที่น่าท่องเที่ยวที่สุด ไม่ว่าสถานการณ์ บ้านเมืองเราจะเป็นอย่างไร "สงบ-ปกติ" หรือ "ปรวนแปร" อย่างในปัจจุบัน "อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว" ยังเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศชาตินับหลายแสนล้านบาท และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ต้องยอมรับว่าแรงจูงใจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติเชิงการเกษตร เชิงศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม

ประเพณี เชิงสนทนากาการ บันเทิงหย่อนใจ โดยจัดให้มีการกิจกรรมทั่วทุกภูมิภาค ทุกสัปดาห์ ทุกเดือน นายประยูทธ นาวาเจริญ รองผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อสส (2551) เปิดเผยว่า ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมสวนสัตว์ เป็นจำนวนมาก โดยสวนสัตว์ที่มีผู้นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ได้แก่ สวนสัตว์เชียงใหม่ สวนสัตว์ดุสิตหรือ เขาดินวนา สวนสัตว์เปิดเขาเขียว เป็นต้น โดยในปีนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วกว่าล้านคนใกล้เคียงกับเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ นอกจากนี้ในแต่ละสวนสัตว์ต่างเร่งพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว และเพิ่มไฮไลท์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความน่าตื่นตื้นให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าชมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี 2552 หลังจากที่แต่ละสวนสัตว์ให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาสวนสัตว์ด้วยการเสริมแม่เหล็กใหม่ ๆ คาดว่าจะรักษาจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมได้ใกล้เคียงกับปีนี้

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่ง มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีอุโมงค์ใต้น้ำยาวที่สุดในโลก ซึ่งขณะนี้สร้างเสร็จสมบูรณ์แล้ว พร้อมเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในวันที่ 25 ตุลาคม โดยพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ แห่งนี้เป็นแห่งเดียวที่มีทั้งพันธุ์ปลาน้ำจืดและน้ำเค็มให้ชมในคราวเดียวกัน เชื่อว่าจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น โสภณ คำนุ้ย (2551) ผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ กล่าวว่า "อควาเรียมแห่งนี้จะเป็นจุดเด่นใหม่ให้กับสวนสัตว์เชียงใหม่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งสวนสัตว์เชียงใหม่ตั้งเป้าว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม Chiangmai Zoo Aquarium มากกว่า 1 ล้านคน/ปี มีรายได้เพิ่มขึ้น 250 ล้านบาท/ปี และจะถึงจุดคุ้มทุนภายใน 5-7 ปี" โรจน์ ฐวนลิน (2551) กรรมการผู้จัดการ บริษัท มารีนสเคป (ประเทศไทย) จำกัด ผู้บริหารพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ กล่าวว่า บริษัทเตรียมงบกว่า 10 ล้านบาท สำหรับทำการตลาด และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้าชม โดยกลุ่มเป้าหมายมุ่งไปที่นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะใน 17 จังหวัดภาคเหนือที่ไม่ค่อยจะมีโอกาสได้สัมผัสโลกใต้ทะเลบ่อยครั้งนัก รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชียงใหม่ ซึ่งในแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะมีการจัดกิจกรรมการตลาดที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม เช่น การเชิญชวนผ่านบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวในไทยและต่างประเทศให้บรรจุการเข้าชมอควาเรียมเป็น 1 ในโปรแกรมการท่องเที่ยวเชียงใหม่ เป็นต้น สำหรับพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินงานของ อสส. โดยมอบหมายให้บริษัท มารีนสเคป ออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการโครงการด้วยงบประมาณ 600 ล้านบาท "อควาเรียมแห่งนี้เป็นอควาเรียมแห่งเดียวที่มีทั้งพันธุ์ปลาน้ำจืดและน้ำเค็มให้ชมในคราวเดียวกัน โดยจะมีทั้งพันธุ์ปลาที่หายาก ปลาสวยงาม และปลาอันตราย เช่น ฉลามเสือดาว กระเบนราหู ปลาหมอตะเล ปลาการ์ตูน ปลาไหลไฟฟ้า ฯลฯ ซึ่งจะถูกเลี้ยงให้ชมอย่างใกล้ชิดจากในอุโมงค์ใต้น้ำซึ่งยาวรวมกันกว่า 133 เมตร ส่วนปลาอันตรายเช่น ปลาไหลไฟฟ้า เป็นต้น จะถูกจัดแยกไว้ต่างหากในตู้ปลาขนาดเล็ก บริเวณชั้น 2 ร่วมกับปลาอีกหลาย

สายพันธุ์ ทำให้เชื่อว่าจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น”

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับเศรษฐกิจ ประเทศไทยและการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสัตว์น้ำ Chiangmai Zoo Aquarium จึงเป็นจุดเด่นใหม่ให้กับสวนสัตว์เชียงใหม่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับปัจจัยและความต้องการของนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสัตว์น้ำสวนสัตว์ เชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยวและ โครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะลูกค้าผู้ที่มาท่องเที่ยวหรือใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวครั้งแรกหรือมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไปของนักท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลที่ใช้ทำการศึกษาได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าและ จากการข้อมูลการสัมภาษณ์ของประธานกรรมการของเชียงใหม่ซูอควาเรียม และผู้อำนวยการสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ ในช่วงเดือน กรกฎาคม ถึงเดือน กันยายน 2553

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนด้านนโยบาย มาตรการส่งเสริมพัฒนา การบริการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

1.4.2 เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ หมายถึง เป็นลักษณะหนึ่งของพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงสิ่งมีชีวิต มาจากภาษาอังกฤษว่า aquarium ซึ่งหมายถึงตู้ปลา พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ผสมผสานเข้ากับการท่องเที่ยวได้อย่างดีในประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำทั้งน้ำจืด น้ำเค็ม

การท่องเที่ยว หมายถึง “การเดินทางไปยังแหล่ง หรือสถานที่เป้าหมาย เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง คือ (1) เพื่อผ่อนคลายอิริยาบถจากงานประจำและสร้างความรื่นรมย์ของจิตใจ (2) เพื่อศึกษา ค้นหาคำตอบหรือแลกเปลี่ยน ความรู้ และประสบการณ์ (3) เพื่อจรรโลงใจและการโน้มน้าวใจให้เกิดความตระหนักและสำนึก” นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยี่ยมชมสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

การวิเคราะห์ หมายถึง การแยกแยะทางความคิด หรือทางวัตถุของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้เห็นองค์ประกอบ เพื่อศึกษาแต่ละองค์ประกอบหรือว่าแยกแยะให้เห็นเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดสิ่งนั้น หรือเรื่องนั้น

ปัจจัย หมายถึง สาเหตุและองค์ประกอบที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

จุดเด่น หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวด้านการทำวิจัยพันธุ์ปลา ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มในเขตภาคเหนือ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เชียงใหม่ชูอควาเรียม และสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษานี้เพื่อทราบว่าปัจจัยใดจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการ หรือการเข้ามาใช้บริการซ้ำอีกครั้งหลังจากเคยมาแล้ว โดยผู้ศึกษาได้ใช้รูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามาช่วยในการตัดสินใจและกำหนดความต้องการที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้าเอกสารและศึกษาจากงานวิจัยมาใช้ในการพัฒนา วางแผน และปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในการท่องเที่ยว จึงได้นำเอาแนวคิดที่เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว เข้ามาปรับและประยุกต์ใช้ตลอดจนเอกสารหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยได้ทำการศึกษาถึงเงื่อนไขปัจจัยต่างๆและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการในการไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงการศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท มารีน สเคป (ประเทศไทย) จำกัด หรือ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเชียงใหม่ ชู อควาเรียม ปัญหาต่างๆที่ลูกค้าได้รับการบริการจากการใช้บริการ และเพื่อศึกษาว่าอะไรคือความต้องการที่ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ องค์กรการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (World Tourism Organization) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง โดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างไร คือ คำตอบของการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญที่หลากหลายมากดังนี้ สุรเชษฐ์ ณ เชียงใหม่ (2546)

1. การท่องเที่ยวเป็นการใช้เวลาว่างของมนุษย์เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนเป็นการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและความเครียด ทำให้สุขภาพทางกายและจิตใจสดชื่นดีขึ้น พร้อมทั้งจะกลับไปเผชิญกับภารกิจต่าง ๆ และการดำรงชีวิตที่จำใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ตลอดเวลาการเดินทาง ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตในด้านต่าง ๆ และเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนดีขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

3. หากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ดี จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบได้ ซึ่งเรื่องนี้ในอดีตไม่ได้สนใจกันมากนัก จนกระทั่งกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับโลกได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย หลายฝ่ายเริ่มมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ

4. การท่องเที่ยวเป็นกลไกธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละฝ่ายดีขึ้น และนำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้การไหลเวียนของเศรษฐกิจและการจ้างงานทั้งในระดับท้องถิ่นภูมิภาคและประเทศโดยรวม

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย” สุธะเชษฐ ฐ เชียงใหม่ (2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย, 2539)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมาย และคำจำกัดความไว้มากมายเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่ง และได้รับการอ้างอิงถึงเสมอที่สำคัญมี ดังนี้

Elizabeth Boo (1991) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า “การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม”

Western (1993) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกระชับ แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ “การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น”

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า “การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย”

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น “การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และ เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้าง โอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย”

โดยสรุปก่อนอื่นมีข้อสังเกตจากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมาจากนิยามศัพท์และความหมายของคำ “Ecotourism” นั้น ขึ้นอยู่กับพื้นฐานอาชีพ ความเข้าใจ และวัตถุประสงค์ของแต่ละคนหรือองค์กร ซึ่งในภาษาไทยอาจเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” แต่ในที่สุดราชบัณฑิตยสถาน ได้พิจารณากำหนดคำศัพท์ Ecotourism ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”

ข้อพิจารณาต่อมาคือความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้น เกือบทั้งหมดให้การยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตัวเอง และแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (Nature - based Tourism) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภท อุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำ หรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้นการป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือน ได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผล ร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม

จากลักษณะดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดังนี้ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หมายถึง “การเดินทางท่องเที่ยวไปตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ และมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมีการควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต”

ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่าง ๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือนตามคำจำกัดความกระทำได้ดีบ้างในระดับหนึ่ง ก็ยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอ ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่เป็นอุทยานแห่งชาติอย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่โดยอินทนนท์ น้ำหนาว เขาสกก แก่งกระเจาน ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม หากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนย่า และประเทศในทวีปอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ลักษณะ

ของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (Nature-based Destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสงวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น

ดังนั้น ตามความหมายที่เป็นสากล ซึ่งว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรจะเน้นการพัฒนาและการจัดการ เฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

2.1.2.2 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้

- เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้น ๆ
- มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
- ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
- เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
- เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.1.2.3 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อมและ

เศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย

2.1.2.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมััคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่าง ๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทนาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชน

ท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

2.1.2.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บนที่กเทพิวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้ดังที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้อัตลักษณ์การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการทำงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.1.2.6 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการหนึ่งในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมโทรมลง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่มีสาเหตุจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการอนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่านักท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่นายทุนใน

ชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และ
ทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
มนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและ
สัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้
เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึง
ประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความ
สนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่าง ๆ
ทั่วโลก

จากกรอบแนวความคิด Earth Summit ที่ประเทศบราซิลในปี 2535 กำหนดกระแสการ
ท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความ
ต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และความต้องการพัฒนาคนโดยการมีส่วน
ร่วมของประชาชนที่มาจากหลากหลาย ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เหมาะสมในท้องถิ่น จึง
นำไปสู่การเกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ
ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศโดยมี
กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการ
ท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่าง
ยั่งยืน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540 อังโนมหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะแตกต่างไปจากแนวคิดการท่องเที่ยวเดิม ๆ ที่เน้นในการสร้างสิ่ง
อำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคแต่เพียงมิติเดียว โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัย
กระบวนการพัฒนาคน ชุมชน และสังคม โดยการนำศักยภาพที่มีเป็นทุนเดิมของสังคมมาพัฒนาและ
จัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการบูรณาการกิจกรรมด้านต่าง ๆ ในท้องถิ่นเข้า
ด้วยกัน โดยคำนึงถึงบริบทของท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างแท้จริง (การ
สัมมนาระดับชาติเรื่องท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, 2545 อังโน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

ดังนั้น โดยนัยแนวความคิดระดับชาติและนานาชาติสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะ
เกี่ยวกับการนำแหล่งทุนทางธรรมชาติและแหล่งทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาบริหารจัดการเพื่อการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย หรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2.1.2.7 ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

โดยรวมผลกระทบจากการท่องเที่ยวคือ กระแสเงินตราและค่านิยมที่ผิด ๆ จากการท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งเพื่อเป็นฐานรากสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นเกราะป้องกันกระแสความย่ำแย่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลประโยชน์ในรูปของเงินตราที่มาจากการท่องเที่ยว

เราเห็นตัวอย่างเรื่องการพัฒนาของประเทศมามาก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในด้านใดก็ตาม ผลลัพธ์สุดท้ายในด้านลบมักจะตกอยู่กับชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านบวกซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล กลับถึงมือชุมชนชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศค่อนข้างจำกัด เพราะกระบวนการของการพัฒนาเหล่านั้น ให้ความสำคัญหรือนำหนักกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม น้อยมาก และบางกรณีการมีส่วนร่วมที่เปิดให้ก็มักจะเป็นช่วงปลายของโครงการหรือใกล้จบโครงการแล้ว จนชุมชนไม่อาจจะเตรียมตัวเตรียมใจรับสถานการณ์ได้ทัน เพราะเนื่องมาจากขาดองค์ความรู้ ข้อมูล และทักษะ ที่พร้อมจะรับผลพวงอันเกิดจากการพัฒนาได้ แทนที่การพัฒนาจะเป็นประโยชน์ แต่กลับเป็นผลเสียแก่คนหมู่มากในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาแบบไม่ยั่งยืน

จะด้วยเหตุผลดังกล่าวหรือไม่ก็ตาม การประชุมระดับสุดยอดของโลก หรือที่เรียกว่า The World Summit on Environment and Development ที่กรุง Rio de Janeiro ประเทศบราซิล เมื่อปี ค.ศ. 1992 ซึ่งจัดโดย UN ได้มีข้อสรุป เรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน และได้รวบรวมเป็นเอกสารชื่อ Agenda 21 ซึ่งภายในมีสาระระบุว่า ทำไมการพัฒนาต่างๆ ของสมาชิกองค์การสหประชาชาติ จะต้องกระทำ ภายใต้กรอบแนวคิดความยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่น (ชุมชนรากหญ้า) ควรจะต้องมีบทบาทและหน้าที่ อย่างไร กระบวนการวางแผนพัฒนาและดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผน จะต้องเปิดโอกาสให้ ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไรและในเรื่องใดบ้าง รวมทั้งการติดตามประเมินผล

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการเข้าใช้บริการของลูกค้าในการท่องเที่ยว

2.1.3.1 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่วิฤกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว

พ.ศ.2552– 2555

1. แผนยุทธศาสตร์

- การกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ
- ขอบเขตครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- คำนึงถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวในประเทศ
- เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ

2. ปัญหาเร่งด่วนที่ต้องเร่งแก้ไข

- ขยายตลาดนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไทยเป็นครั้งแรกและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
- ท่องเที่ยว (Repeaters)
- ขยายตลาดนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูง
- เสริมสภาพคล่องและลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว
- เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของธุรกิจท่องเที่ยว
- สร้างโอกาสหรือรายได้ให้กับธุรกิจท่องเที่ยว
- ชะลอการเลิกจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- สร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

3. การแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้าง

- ตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง มีการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม หรือถูกทำลายและสิ่งแวดล้อมปลอดภัย รวมทั้งการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

- นักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว และครอบคลุมถึง Green Tourism
- ลงทุนด้านความรู้และสารสนเทศ
- การคมนาคมที่ดี ต่อเชื่อมโยงถึงกันได้ทุกระบบ
- มีระบบสาธารณสุขโลก สาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ
- มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
- คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของไทยไว้ให้ลือชื่อไปทั่วโลก

2.1.3.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว (Infrastructure & Logistics)

- กลยุทธ์การพัฒนา และปรับปรุงระบบสาธารณสุขโลก สาธารณูปการ การคมนาคม ขนส่ง ปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม และระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์สร้าง โครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

2.1.3.3 ยุทธศาสตร์การสร้างสรรค์กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

- กลยุทธ์การสร้างสรรค์กิจกรรมให้มีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยอาศัยการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่ม
- กลยุทธ์การสร้างโอกาส และแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรและขยายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

2.1.3.4 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

- กลยุทธ์การฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐาน
- กลยุทธ์การยกระดับคุณภาพของธุรกิจและการให้บริการท่องเที่ยวสู่ความเป็นมาตรฐานสากล

- กลยุทธ์การสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวระดับชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

2.1.3.5 ยุทธศาสตร์การป้องกัน และรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการท่องเที่ยว (Safety & Security)

- กลยุทธ์การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว
 - กลยุทธ์การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

2.1.3.6 ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

- กลยุทธ์เร่งพัฒนาศักยภาพแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างอาชีพและรายได้
 - กลยุทธ์เสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
 - กลยุทธ์การส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานด้านการท่องเที่ยว

2.1.3.7 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูภาพลักษณ์และยกระดับความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

- กลยุทธ์สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวและยกระดับความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว
 - กลยุทธ์สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

2.1.3.8 ยุทธศาสตร์กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- กลยุทธ์เร่งกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาประเทศไทยทั้งมุ่ง ตลาดเก่าและแสวงหาตลาดใหม่ เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
 - กลยุทธ์สร้างการรับรู้และเข้าหานักท่องเที่ยวให้มากที่สุดเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

2.1.3.9 ยุทธศาสตร์กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- กลยุทธ์การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.1.4 แนวคิดการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing Plan)

ในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวนั้น ได้มีผู้ให้คำจำกัดความของการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวได้หลากหลายดังนี้

กองวิชาการการฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) ได้อธิบายว่าส่วนผสมทางการตลาดของการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกับส่วนประกอบการตลาดในอุตสาหกรรมอื่นกล่าวคือประกอบด้วยผู้ซื้อ (Buyer) สินค้า (Product) และผู้ผลิต (Producer)

รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบจะแตกต่างไปจากการตลาดของสินค้าทั่วไป คือ

1. **ผู้ซื้อ (Buyer)** ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีผู้ซื้อ 2 ประเภท คือ ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคหลักหรือนักท่องเที่ยวทั่วไป และผู้ซื้อที่ไม่ได้บริโภคด้วยตนเอง แต่เป็นผู้ตัดสินใจและจัดการซื้อให้กับผู้บริโภคคนอื่น

2. **สินค้า (Product)** สินค้าทางการท่องเที่ยว ก็แตกต่างไปจากสินค้าผู้บริโภคทั่วไป โดยสินค้าทั่วไปนั้น ผู้บริโภคสามารถบริโภคเป็นหน่วยเดียวได้ แต่สินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าบริการนั้น ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้าในหลายๆ องค์ประกอบหรือรวมกันเป็น Package ซึ่งองค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวนี้ ได้แก่

- สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี เทศกาล และงานประเพณี ฯลฯ

- สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) หมายถึง ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา ระบบการสื่อสาร สถานที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร บริษัทรถเช่า โรงแรมที่พัก สายการบิน รถไฟ ฯลฯ

3. **ผู้ผลิต (Producer)** ผู้ผลิตทางการมีหลายกลุ่ม แต่สามารถแบ่งแยกให้ชัดเจนได้ดังนี้

- ผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการขนส่ง ผู้ประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ฯลฯ

- ผู้ผลิตภาครัฐบาล หมายถึง ผู้ผลิตระดับประเทศ ระดับภาค ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ หรือระดับตำบล โดยผู้ผลิตกลุ่มนี้จะเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งหมด

ขอบเขตที่รับผิดชอบ ไม่ได้ระบุเพียงขึ้นหนึ่งขึ้นใด เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำเสนอขายประเทศไทยโดยภาพรวม เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวว่า ในการบริหารงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวควรมีส่วนจัดการส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสม

การจัดการส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสม พอสรุปได้ดังนี้

1. การจัดการด้านสินค้า(Product Management) เป็นการผลิตสินค้าให้เหมาะสมสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ซื้อให้มากที่สุด ในกรณีที่สินค้าเสนอขายตรงกับความต้องการของตลาดหรือเหมาะสมกับตลาดแล้ว นับได้ว่าดำเนินการด้านการตลาดประสบความสำเร็จไปแล้วเกือบครึ่งหนึ่งของการดำเนินงาน สิ่งที่ต้องพิจารณาในการจัดการด้านสินค้าคือ

- ลักษณะของสินค้าในขณะนั้นเป็นสินค้าเก่า (Existing Product) หรือเป็นสินค้าใหม่ (New Product)
- ช่วงเวลาของสินค้าในขณะนั้น(Product Life Cycle) อยู่ในช่วงแนะนำ(Introduction) ช่วงเติบโต (Growth) ช่วงอิ่มตัว (Decline)
- การจัดการด้านสินค้า คือการกำหนดว่าสินค้าใดเหมาะสมที่จะวางขายในตลาดใด กล่าวคือ ขายสินค้าเก่าในตลาดเก่า ในลักษณะที่จะเพิ่มสินค้าใหม่เข้าไปในตลาดที่มีการบริโภคอยู่แล้ว หรือขายสินค้าเก่าในตลาดใหม่ ในลักษณะที่จะขยายกลุ่มผู้ใช้จากผู้ที่ยังไม่เคยใช้สินค้าให้หันมาใช้สินค้าที่ผลิตอยู่ หรือขายสินค้าใหม่ในตลาดใหม่ ในลักษณะที่จะสร้างสินค้าใหม่และนำไปขายในตลาดใหม่ ๆ

2. การจัดการด้านราคา (Price) ราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว นั้น ประกอบด้วยราคา 2 ประเภทคือ

- ราคาที่เป็นจริง คือราคาของสินค้าตามสภาพความเป็นจริง ซึ่งอาจเป็นมูลค่าหรือต้นทุนของการตลาดสินค้านั้น
- ราคาทางจิตใจ คือราคาส่วนที่สามารถสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกภูมิใจในการบริโภคสินค้านั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวว่า การกำหนดราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว นั้น หากผู้ผลิตสามารถสร้างคุณค่าหรือราคาทางจิตใจให้แก่ผู้บริโภคได้มากเพียงไร ก็จะสามารถสร้างราคาที่สูงกว่าราคาที่เป็นจริงได้มากขึ้นเท่านั้น สิ่งที่ต้องนำมาพิจารณา ในการกำหนดราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว การกำหนดราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว คือ

1. ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวมีหลายระดับโดยสามารถจำแนกความแตกต่างทั้งด้านกายภาพ เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ด้านจิตวิทยา เช่น สนใจคุณภาพการบริการมากกว่าราคา หรือไม่สนใจคุณภาพมากนัก แต่สนใจราคา เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ ในการตั้งราคาของผู้ผลิตนั้น หากสามารถกำหนดวัตถุประสงค์อย่างเด่นชัด ก็จะสามารถนำมากำหนดเป็นราคาสินค้าได้ เช่น หากโรงแรมต้องการเพิ่มยอดขาย ก็อาจใช้นโยบายลดราคาให้ต่ำ หรือหากต้องการขยายส่วนถือครองตลาดก็ลดราคาสินค้าลงได้

3. ขนาดของการซื้อ หากช่วงเวลาที่มีผู้บริโภคนานาชาติจำนวนมาก (Peak Season) อำนาจการต่อรองจะเป็นของผู้ผลิต ซึ่งจะสามารถตั้งราคาให้สูงได้ ในขณะที่หากเป็นช่วงเวลาที่ไม่มีผู้บริโภคนานาชาติ (Off Season) ผู้ผลิตอาจต้องลดราคาลงก็ได้

4. ขนาดของการซื้อ ในการซื้อปริมาณมาก ๆ ผู้ผลิตอาจยินดีที่จะขายสินค้าให้ผู้บริโภคในราคาต่ำกว่าการซื้อในปริมาณน้อย ๆ ก็ได้ เช่น ในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางเป็นกลุ่มก็อาจได้ส่วนลดมากกว่ามาจองเพียงคนเดียว ทั้งนี้เพื่อเป็นการจูงใจในการซื้อ

3. การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) ในระบบธุรกิจท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดว่าสินค้าของตนควรจะวางขายไว้ที่ใดบ้าง จึงจะสะดวกแก่ผู้ซื้อ จำเป็นต้องวางขายโดยตรงแก่ผู้บริโภคหรือต้องผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อให้เป็นผู้จำหน่ายให้ สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคนั้นจำเป็นต้องเดินทางมาบริโภคยังสถานที่ของผู้ผลิต ดังนั้น ผู้ผลิตต้องพิจารณาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต คนกลางหรือผู้จัดจำหน่าย และผู้ซื้อเป็นพิเศษ

- การเสนอขายโดยผ่านคนกลาง คนกลางสำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) และตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยว (Travel Agent) ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หมายถึง ผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Package) เพื่อเสนอขายให้ผู้บริโภคโดยนำสินค้าทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น โรงแรม สายการบิน แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ มารวมกันแล้วกำหนดราคาขาย ซึ่งในการขายนั้นอาจขายผ่านตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยวก็ได้ หรืออาจขายให้ผู้บริโภคโดยตรงก็ได้ ส่วนตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยว (Travel Agent) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนขายสินค้าทางการท่องเที่ยวให้กับผู้บริโภค โดยการนำโปรแกรมการท่องเที่ยว (Package) ของผู้ประกอบการนำเที่ยวไปเสนอขายให้แก่ลูกค้า ตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยว มักเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและทราบถึงความต้องการของลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย บริการท่องเที่ยวหนึ่งอาจเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการนำเที่ยวแต่ละแห่งก็ได้

- การเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยวที่อยู่นั้นในบางครั้ง ผู้บริโภคก็ต้องการเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง เช่น เลือกสายการบินที่จะเดินทางเอง เลือกโรงแรม เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเอง ผู้ผลิตจึงสามารถวางขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงได้

4. การจัดการด้านการส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion) ผู้ผลิตจำเป็นต้องสื่อสารส่งข้อมูลไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคนำไปประกอบการตัดสินใจซื้อ การส่งเสริมการตลาดอาจดำเนินการได้หลายทาง

- การโฆษณา (Advertising) ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาตามสี่แยก หรือหลังรถเมล์ หรือการส่งเอกสารตรงไปยังลูกค้า (Direct Mail) ก็ได้

- การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับองค์กร สร้างภาพพจน์ที่ดี การดำเนินการเป็นไปในลักษณะแจ้งข่าวมากกว่ารุกร้าว อาจจัดทำเป็นบทความการชวนเชิญสื่อมวลชนทัศนศึกษา (Educational Trip) การทำจดหมายข่าว (Newsletter) การส่งข่าวหรือส่งภาพ (Press Release) การแถลงข่าว (Press Conference) หรือการเข้าร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนก็ได้

- การขายโดยตรง (Direct Sale) เป็นการพบปะกับลูกค้าซึ่ง อาจเป็นตัวแทนจำหน่าย หรือผู้บริโภคก็ได้ การดำเนินการอาจทำได้โดยการเยี่ยมชมเพื่อแจ้งข้อมูลใหม่ (Salecall) การจัดบรรยายให้ความรู้ตัวแทนจำหน่ายเพื่อชักจูงให้ทำโปรแกรมนำเที่ยว (Trade Presentation/ Workshop/Seminar) การเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะจัดนิทรรศการ มีการสาธิต (Trade Show) หรือการนำเสนอข้อมูลแก่ลูกค้าที่สนใจโดยตรง (Consumer Presentation)

- การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เพื่อเป็นการเร่งให้ผู้บริโภคซื้อเร็วขึ้น (Consumer Sale Promotion) อาจดำเนินการโดยเข้าร่วมงาน Travel Fair หรือ Travel Show ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมชม หรืออาจจัดชิงโชคชิงรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวก็ได้ หรือเพื่อกระตุ้นให้ตัวแทนจำหน่ายสนใจขายสินค้ามากขึ้น (Trade Sale Promotion) อาจดำเนินการโดยออกโฆษณาร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยว (Joint Advertising) หรือเชิญตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการนำเที่ยวมา

ทัศนศึกษา (Agent Educational Trip)

2.2 รูปแบบธุรกิจสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

2.2.1 ความหมายของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เป็นลักษณะหนึ่งของพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงสิ่งมีชีวิต มาจากภาษาอังกฤษว่า AQUARIUM ซึ่งหมายถึงตู้ปลา พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ผสมผสานเข้ากับการท่องเที่ยว เป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่ได้ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เนื่องด้วยภาคเหนือมีพื้นที่ตั้งเป็นภูเขาสลับกับที่ราบลุ่ม และไม่มีอาณาเขตติดต่อกับทะเลจึงทำให้ประชาชนในภูมิภาคนี้ จำเป็นต้องเดินทางเป็นระยะทางไกลและค่าใช้จ่ายสูงในการเดินทางไปชมปลาทะเลนานาชนิด ดังนั้นเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนและบุคคลที่มีความสนใจ ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง ได้มีโอกาสได้ชมและสัมผัสกับธรรมชาติของโลกได้ท้องทะเลสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งใช้งบลงทุนกว่า 900 ล้านบาท ได้รับการจำลองมาอย่างสมจริง บนพื้นที่ 10 ไร่ นี้ได้รวบรวมสัตว์น้ำต่างๆ กว่า 2500 สายพันธุ์ ทั้งสัตว์น้ำจืด น้ำเค็ม และสัตว์น้ำที่หายากต่างๆ กว่า 8,000 ตัวจึงได้เกิดโครงการและความร่วมมือระหว่างองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และบริษัทมารินสเคป (ประเทศไทย) จำกัด จัดสร้างสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำภายในสวนสัตว์จังหวัดเชียงใหม่ขึ้น

Marinescape group of company เป็นบริษัทที่มีความชำนาญทางด้านการออกแบบ Aquarium ระดับโลก ก่อตั้งมานาน กว่า 22 ปี มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศนิวซีแลนด์ มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใน การออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการ Aquarium ทั่วโลก ปัจจุบันบริษัท มาริน สเคป ได้ออกแบบและก่อสร้างมาแล้ว 27 แห่งทั่วโลก บริษัท มารินสเคป ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2543 โดยมี คุณโรจน ฐะนลิน กรรมการผู้จัดการใหญ่ และ คุณนฤตต์ เจริญเศรษฐศิลป์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ได้จับมือกับบริษัทมารินสเคป นิวซีแลนด์ เปิดสาขาที่เมืองไทย โดยมีความประสงค์ที่จะให้ บริษัท มารินสเคป ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางภาคพื้นเอเชียและเป็นผู้นำธุรกิจ ออกแบบ ก่อสร้าง บริหารจัดการ และเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้าน Aquarium (ภาคผนวก ข)

2.2.2 ประวัติความเป็นมาในการจัดตั้งสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำในไทย

กรมประมง เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีหน้าที่สำรวจ ค้นคว้า วิจัย วิเคราะห์ ทดลองด้านวิชาการประมง ตลอดจนส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวกับการประมงของประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้า และมีทรัพยากรประมงให้ได้ใช้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการอย่างยั่งยืนตลอดไป จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ในแต่ละท้องถื่นของประเทศไทย มีความหลากหลายทางชีวภาพของชนิดสัตว์น้ำสูง และมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ขณะเดียวกัน การเกษตร และ อุตสาหกรรมทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระบบนิเวศ และทำให้ทรัพยากรสัตว์น้ำโดยรวมลดลงทั้งชนิดและปริมาณ กรมประมงจึงกำหนดแนวทางจัดการ และอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำขึ้น รวมทั้งกำหนดแผนงานศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำในพื้นที่ที่

เหมาะสม เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติวิทยาของสัตว์น้ำ การอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำ รวมทั้งปลูกฝังเรื่องสภาวะแวดล้อมสัตว์น้ำและผลกระทบต่อผู้สาธารณชน

ปัจจุบันแม้ว่าจะมีสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำในประเทศไทยหลายแห่ง รวมถึงสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำในต่างประเทศ ซึ่งมักจะเน้นการสร้างสถานแสดงพันธุ์สัตว์ทะเลเป็นหลัก โดยอาจมีการนำสัตว์น้ำจืดไปแสดงบ้าง ในบางส่วนของพื้นที่ ประเทศไทยเป็นประเทศที่ตั้งอยู่ในเขตร้อน และมีความหลากหลายทางชีวภาพสูง โดยเฉพาะพันธุ์ปลาน้ำจืด มีทั้งปลาน้ำจืดพันธุ์ที่หายาก พันธุ์น้ำจืดเฉพาะถิ่น พันธุ์น้ำจืดที่สวยงามหลายชนิด รวมทั้งปลาน้ำจืดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ทั้งชนิดที่มีเกล็ด ได้แก่ ปลากระโหี่ และชนิดที่ไม่มีเกล็ด ได้แก่ ปลานิล นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นแหล่งใหญ่ในการผลิตปลาน้ำจืดสวยงามชนิดต่างๆ ทั้งพันธุ์ปลาพื้นเมือง และพันธุ์ปลาที่นำเข้าจากต่างประเทศ มีการผสมพันธุ์และคัดเลือกพันธุ์จนได้ลูกผสมที่มีความสวยงามกว่าพ่อแม่พันธุ์เดิม ทำให้ประเทศไทยมีรายได้ จากการส่งออกปลาสวยงามน้ำจืดไปหลายร้อยล้านบาท ซึ่งทำให้ประเทศไทยเป็นตลาดปลาสวยงามที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

การจัดตั้งสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะได้ใช้เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ และพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับบุคคลทุกวัย ตั้งแต่เด็กเล็ก นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป ตลอดจนผู้สูงอายุ และยังเป็นแนวทางปลูกจิตสำนึกทางด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรสัตว์น้ำ และสภาพแวดล้อมแก่ผู้เข้าชมอีกด้วย

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคประสงค์ที่จะบริโภค ณ ระดับราคาต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยอุปสงค์หรือความต้องการนั้นจะต้องมีอำนาจซื้อและความเต็มใจที่จะจ่าย จนเกิดการซื้อขายขึ้นจริง ๆ จึงจะเรียกว่าอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์มีดังต่อไปนี้

1. ระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประมาณความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชนิดหนึ่งในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ โดยทั่วไปหากระดับราคาสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นก็จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคลดลง หรือในทางตรงกันข้าม ถ้าหากระดับสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลงจะทำให้ความต้องการสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้นด้วย

2. ระดับรายได้ของผู้บริโภค เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประมาณความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ ของผู้บริโภค โดยมีลักษณะความสัมพันธ์จะมี 2 แบบ คือ

- ในกรณีที่ เป็นสินค้าทั่วไป หากผู้บริโภคมีระดับรายได้เพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นตาม แต่หากผู้บริโภคมีระดับรายได้ลดลงจะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลงตามไปด้วย

- ในกรณีของสินค้าด้วยคุณภาพ หากผู้บริโภคมีระดับรายได้เพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ผู้บริโภคลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการที่ด้อยคุณภาพนั้น และหันมาเพิ่มการบริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้นแทน

3. ระดับราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประมาณความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดอื่น โดยมีลักษณะความสัมพันธ์จะมี 2 แบบ คือ

- ในกรณีที่ เป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน หากระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นเพิ่มสูงขึ้นจะมีผลให้ปริมาณการบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดนั้นจะลดลง เช่น หากราคาบุหรี่ปริมาณสูงจะเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการซื้อไม้ขีดไฟลดลงด้วย

- ในกรณีที่ เป็นสินค้าที่ใช้แทนกัน หากระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นเพิ่มสูงขึ้นจะมีผลให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้นด้วย เช่น หากราคาเนื้อวัวเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการบริโภคเนื้อหมูเพิ่มมากขึ้นด้วย

4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นอิทธิพลทางด้านจิตใจ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปกติผู้บริโภคจะพอใจในการซื้อรถยนต์บีเอ็มดับเบิลยู แต่ฟอร์ดโตโยต้ามีการโฆษณาและมีการส่งเสริมการขายและการบริการหลังการขายดีกว่า ผู้บริโภคอาจเปลี่ยนรสนิยมมาใช้รถโตโยต้าได้

5. จำนวนประชากร การเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าบางชนิดสูงขึ้น เช่น หากมีประชากรเกิดหรืออพยพย้ายถิ่นเข้ามาอยู่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ความต้องการด้านอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้น เป็นต้น

6. การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคตว่า หากราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในอนาคตจะสูงขึ้น จะส่งผลให้อุปสงค์ต่อสินค้าชนิดนั้นในปัจจุบันจะเพิ่มขึ้นด้วย เช่น ในเดือนต่อไปคาดว่าราคาน้ำมันจะสูงขึ้นเนื่องมาจากภาวะสงคราม ดังนั้นผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคน้ำมันโดยกักตุนน้ำมันไว้เพื่อบริโภคมากขึ้น

7. การกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจที่มีการกระจายรายได้ การบริโภคสินค้าจะอยู่ในระดับเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันมากกว่าระบบเศรษฐกิจที่ไม่กระจายรายได้ในสังคม ย่อมทำให้การบริโภคสินค้าแตกต่างกัน คือ คนกลุ่มน้อยที่มีรายได้สูงจะบริโภคสินค้าราคาแพงและปริมาณมาก ส่วนคนกลุ่มใหญ่ที่มีรายได้ต่ำจะบริโภคสินค้าราคาถูก และปริมาณน้อย เป็นต้น

8. ฤดูกาลและเทศกาล โดยฤดูกาลจะมีผลต่อสินค้าบางประเภท เช่น ฤดูหนาวมีอากาศหนาวเพิ่มขึ้นผู้บริโภคจึงต้องการจะซื้อผ้าห่มมาใช้เพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายที่มีผลทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้ เช่น นโยบายของรัฐบาลในการรณรงค์ให้ประชาชน และนักท่องเที่ยวต่าง ๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีผลทำให้อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว ในประเทศสูงขึ้น เป็นต้น

2.3.2 อุปสงค์การท่องเที่ยว

ทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปสงค์สามารถนำมาประยุกต์ไว้วิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่ใดนั้น ปัจจัยต่าง ๆ จะประกอบด้วยปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านของที่ระลึก ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยที่ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมากน้อยเพียงใดแล้วแต่ว่าสถานะทางด้านประชากรคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สาเหตุของการมาท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสามารถจะพิจารณาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการเมือง คือ ภาพลักษณ์ทางการเมืองและความสมดุลของอำนาจทางการเมืองจะเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดระดับของการแทรกแซงของอิทธิพลทางการเมือง และความมั่นคงทางการเมืองจะส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2. ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาของการท่องเที่ยวของสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ถ้าหากราคาของการท่องเที่ยวสูงอาจจะทำให้การไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นลดลง ในขณะที่ถ้าราคาของการท่องเที่ยวต่ำจะทำให้การไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นเพิ่มขึ้น

3. ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน เนื่องจากสถานที่พักผ่อนเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนต้องการความสะอาดสบาย เช่น นักท่องเที่ยวต้องการที่นั่งพักผ่อนในขณะที่เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุสถานที่นั่งพักผ่อนจะเป็นสิ่งจำเป็นมาก ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวใดมีสถานที่พักผ่อนที่ดีย่อมเป็นแรงดึงดูดใจให้มีผู้ไปเที่ยวมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านร้านอาหาร เช่น เนื่องจากความสะอาดของร้านอาหารและรสชาติของอาหาร ที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นร้านอาหารก็มีส่วนสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยวจากความสะอาดของร้าน รสชาติอาหาร และการให้บริการของผู้จำหน่ายได้ หากนักท่องเที่ยวประทับใจในความสะอาด รสชาติอาหาร และบริการแล้วจะก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวครั้งต่อไปได้

5. ปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องการความสะดวกสบาย ดังนั้นบริการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ล้าง ถ่ายรูป และร้านอินเทอร์เน็ต จะมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น หากนักท่องเที่ยวไม่ต้องการเสียเวลาไปล้างอัดรูปที่อื่น ๆ นักท่องเที่ยวจะล้างอัดรูปที่แหล่งท่องเที่ยววันนั้นเลย หรือนักท่องเที่ยวต้องการติดต่อหรือทราบข่าวสารจากบุคคลอื่น ๆ ก็สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้

6. ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา เช่น นโยบายของชุมชน หน่วยงานของภาครัฐ หรือเอกชน ช่วยส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้มากขึ้น เพราะสถานที่ท่องเที่ยวใดได้รับการพัฒนามากในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ถนนหนทาง สถานที่ท่องเที่ยววันนั้นจะเป็นที่สนใจเพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย นักท่องเที่ยวก็จะไปเที่ยวมากขึ้น และจะเกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

7. ปัจจัยด้านความปลอดภัย เนื่องจากความปลอดภัยเป็นความต้องการของมนุษย์ส่วนหนึ่ง ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความปลอดภัยที่สถานที่ท่องเที่ยววันนั้นมี เช่น ความปลอดภัยจากโครงสร้างของสถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยจากพาหนะในการนำเที่ยว และความปลอดภัยอื่น ๆ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจในการมาท่องเที่ยวได้

8. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ก็สนใจและต้องการจะทราบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ จะมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ จะต้องสื่อถึงความรวดเร็วสะดวก ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ การบริการของพนักงานที่จะให้แก่นักท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วย

9. ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยววันนั้นจะมีผลให้เกิดการท่องเที่ยวมาก น้อย หรือไม่อย่างไร หากแหล่งท่องเที่ยววันนั้นมีของที่ระลึกที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวอาจมาท่องเที่ยวเพื่อซื้อของที่ระลึกแทนที่จะท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ก็ได้ ดังนั้นของที่ระลึกก็มีความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

10. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจะศึกษาวิธีการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อ การจัดทำข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต การขายโดยพนักงาน การจัดมหกรรม

ท่องเที่ยวทั่วโลก การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ การจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส เช่น การสะสมแต้ม การชิงโชค และการให้บริการเสริม เช่น มีบริการรับส่งจากที่พักไปสนามบิน

11. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต และมีความสะดวกในการเดินทาง

12. ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ เช่น บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ มีมารยาท จริงใจ รู้ข้อมูลให้คำแนะนำ มีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ พนักงานมีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน และพนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

13. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เช่น มีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน สถานที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดเชียงใหม่ Chiangmai Zoo Aquarium ผู้ศึกษาได้นำเอาทฤษฎีทั้งทางด้านการตลาดและเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์เข้าด้วยกันเพื่อให้ได้ผลการศึกษาในทางเศรษฐศาสตร์ และนำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และสร้างรายได้แก่ชุมชนและประเทศชาติต่อไป

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

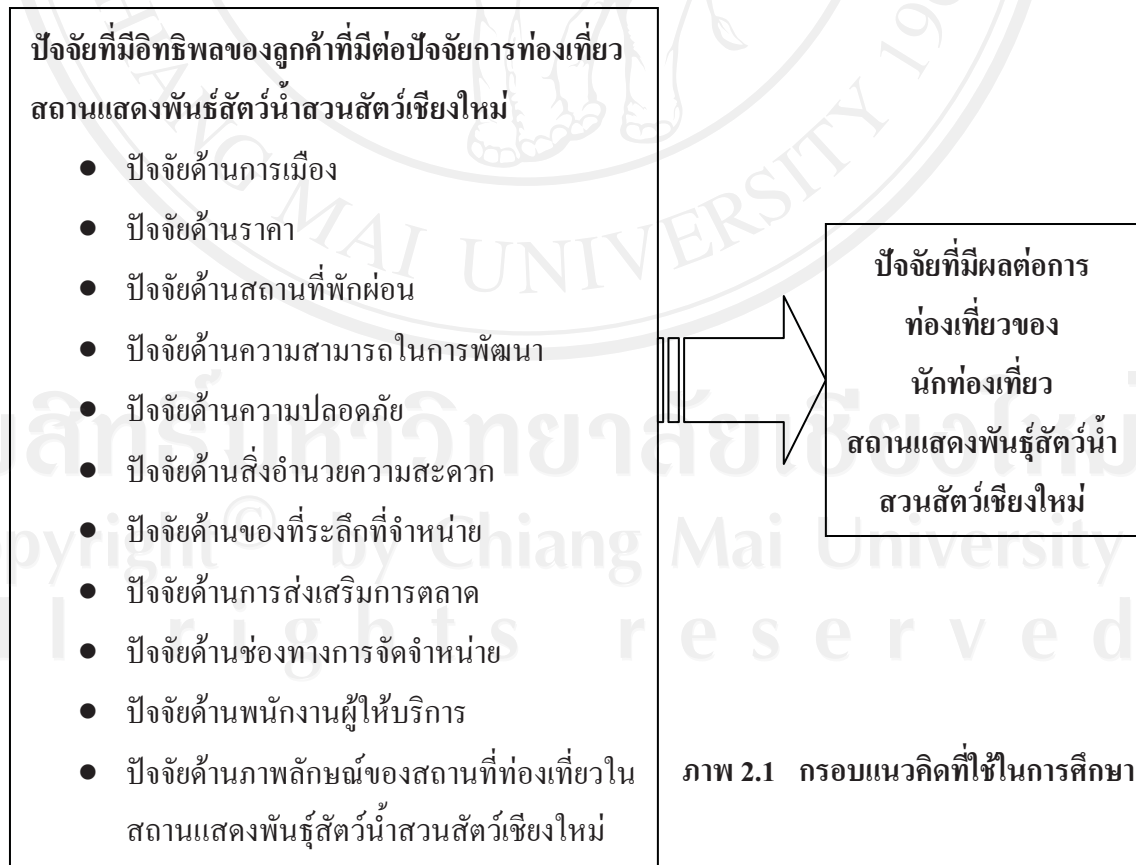
สุทธิพร สุวรรณพันธ์ (2544) ศึกษาเรื่องการจัดแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารศึกษากรณีพลรบพิเศษที่ 2 อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 197 ตัวอย่าง และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนายทหาร กลุ่มนักท่องเที่ยว และบริษัทท่องเที่ยว และมีภาคตัดขวางในจังหวัดเชียงใหม่ และพบว่าการสนองตอบของหน่วยทหารต่อนโยบายสาธารณะที่จะให้มีการจัดแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารมีความสำคัญมาก เพราะต้องการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างทหารกับประชาชนให้มากขึ้นพร้อมกับสร้างรายได้ให้กับกำลังพลและครอบครัว นอกจากนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารนั้นอยู่ในระดับดีมากเนื่องจากได้เป็นประสบการณ์ที่ใหม่ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ตัวเมือง แต่อย่างไรก็ตามความพร้อมของหน่วยทหารต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวและขาดงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสม

รักธิดา สิริ (2545) ศึกษาเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวของนักศึกษา ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน และใช้

แบบสอบถามปลายปิด เพื่อรวบรวมข้อมูล และพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และเลือกการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย และกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่า 3,000 บาทต่อครั้ง และกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะมีการหาข้อมูลในด้านสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวจากบุคคลที่มีประสบการณ์ และกลุ่มตัวอย่างนี้เห็นว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางบการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้ได้วางกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ปัจจัยต่อการใช้บริการที่มีผลต่อสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้นเป็นการศึกษาถึงปัจจัยในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดสรรทรัพยากร การแบ่งส่วนทางการตลาด การดำเนินธุรกิจ ลักษณะทางกายภาพทั้งภายในและภายนอก และอื่นๆ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวจะเป็นตัววัดว่าปัจจัยใดจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และเพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนา วางแผน และประสิทธิภาพในการทำงาน



ภาพ 2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่และศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรจากกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าและ ข้อมูลการสัมภาษณ์ของ ประธานกรรมการของเชียงใหม่ซูอควาเรียม และผู้อำนวยการสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ ในช่วงเดือน กรกฎาคม ถึงเดือน กันยายน 2552

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง โดยดำเนินงานเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** โดยการศึกษาวิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการเข้าใช้บริการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเชียงใหม่ซูอควาเรียม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยใช้แบบสอบถามในการสุ่มการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในเชียงใหม่ซูอควาเรียม

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการรวบรวมข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่และสรุปผลการดำเนินงาน บทความทางวิชาการ บทสัมภาษณ์ รวมถึงเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในการทำวิจัยเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลมี 2 วิธี ได้แก่

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เข้าใช้บริการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ทั้งลักษณะการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งการมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลหรือสิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาการท่องเที่ยว และอัตราค่าใช้จ่ายจากการเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้า โดยคำถามจะมีลักษณะการแบ่งหัวข้อตามลักษณะปัจจัยต่างๆที่กำหนดโดยกำหนดลักษณะสำคัญตามปัจจัยมีตัวเลือกอยู่ 5 ระดับ คือ อิทธิพลที่มากที่สุด อิทธิพลที่มาก อิทธิพลปานกลาง อิทธิพลน้อย อิทธิพลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การประเมินภาพลักษณ์ในการบริการและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการ ปัญหาหรืออุปสรรคหรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการในการเดินทางเข้ามาใช้บริการในการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

2. แบบสัมภาษณ์

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์จะเป็นการเก็บข้อมูลรวมเกี่ยวกับโครงสร้างและการก่อตั้งสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ จุดประสงค์การก่อตั้ง ผลประกอบการ โครงสร้างการทำงาน ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของลูกค้า และเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคตต่อไปของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจเอกสาร แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยการใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อช่วยในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หมายถึง การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผู้ศึกษาได้กำหนดระดับอิทธิพลที่มีต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

1.1 ค่าความถี่ หมายถึง ข้อมูลในการแจกแจงความถี่ ซึ่งจะแสดงผลอยู่ในรูปของอัตราเปอร์เซ็นต์

1.2 ค่าเฉลี่ย หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจเพื่อนำมาใช้เปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจที่กำหนดไว้

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หมายถึง ข้อมูลเพื่อทราบถึงการกระจายของข้อมูลว่ามีมากน้อยเพียงใด

2. การวัดแบบแปรผัน (Rating Scale)

3. แบบสอบถาม

แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินภาพลักษณ์ในการบริการและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจะทำการแปลคะแนนโดยใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ (Best) ซึ่งหลักเกณฑ์ของเบสท์ได้กำหนดมาตราส่วนเป็น 5 ระดับ ได้แก่

คะแนนเฉลี่ย	เท่ากับ	ระดับความสำคัญ
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เท่ากับ	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	เท่ากับ	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เท่ากับ	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เท่ากับ	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เท่ากับ	ระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่” มีจุดมุ่งหมายศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และการศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามเครื่องมือ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 445 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และแบบนำสัมภาษณ์จากประธานกรรมการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และผู้อำนวยการสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลการศึกษาในครั้งนี้ได้แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

4.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามและแบบนำสัมภาษณ์

การใช้แบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลมี 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะ รูปแบบการเดินทาง การได้รับรู้ข่าวสาร ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สาเหตุและความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ควรจะมีให้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งเป็นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยทางด้านต่างๆ ข้างต้น

ส่วนที่ 4 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ มาก น้อย หรือ ไม่มีผลเพียงใด โดยมีปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกอื่น ๆ ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

4.1.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการเก็บข้อมูลรวบรวมพื้นฐานจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่เดินทางเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกตามข้อมูลทั่วไปพบว่า

ตาราง 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	220	44.4
หญิง	225	55.6
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 445 คน เป็นเพศชาย 220 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.4 และเป็นเพศหญิงจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อาจกล่าวได้ว่าเพศหญิงให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุไม่เกิน 20 ปี	167	37.5
อายุ 21-30 ปี	105	23.5
อายุ 31-40 ปี	88	19.7
อายุ 41-50 ปี	77	17.3
อายุมากกว่า 50 ปี	8	2.0
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 ตามลำดับ จากผลแบบสอบถามอาจกล่าวได้ว่า ประชากรที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่าอายุช่วงอื่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ยังอยู่ในวัยเด็ก และวัยกำลังศึกษา ทำให้เกิดความต้องการประสบการณ์เรียนรู้ หรือความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ได้มากกว่าช่วงอายุอื่น ส่วนกลุ่มอายุที่มากกว่า 50 ปี เป็นกลุ่มที่อายุค่อนข้างมากทำให้ความสนใจค่อนข้างน้อย เนื่องจากว่า สภาพร่างกาย หรือความไม่สะดวกในการเดินทาง หรือลูกหลานไม่ค่อยมีเวลาในการดูแลกลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	210	47.19
ปริญญาตรี	150	33.70
ปริญญาโท	60	13.48
สูงกว่าปริญญาโท	25	5.61
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 47.19 รองลงมาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 ระดับปริญญาโท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.48 จากผลการศึกษากการที่พบว่าระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสนใจในการเข้ามาใช้บริการในการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เพราะกลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเด็กจึงเป็นกลุ่มที่มีความสนใจมากกว่ากลุ่มอื่น

ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานของรัฐ	80	17.91
พนักงานเอกชน	70	15.82
เกษียณอายุ	5	1.22
นักเรียนนักศึกษา	200	44.94
แม่บ้าน	40	8.98
ธุรกิจส่วนตัว	50	11.13
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.94 รองลงมาคือ พนักงานของรัฐ จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.91 พนักงานเอกชน จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.82 จะเห็นได้ว่าจากอาชีพ นักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญในการเข้าใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด เพราะแหล่งท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถใช้ประกอบการเรียนการสอนได้ และยังใช้เป็นที่พักผ่อนหรือการจัดกิจกรรม เข้าค่าย หรือเป็นแหล่งศึกษาและทำการวิจัยพันธุ์ปลาต่างๆ ได้ สิ่งนี้จึงเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นประโยชน์ได้อีกทางหนึ่ง

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000	110	24.72
5,001-10,000	150	33.70
10,001-30,000	105	23.60
มากกว่า 30,000	80	17.98
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000บาท จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.70รองลงมา คือมีรายได้ที่ ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ

24.72 และรายได้ 10,001-30,000 บาท จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.60 กลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท เป็นระดับรายได้เฉลี่ยที่พอสามารถเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ส่วนระดับที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยจะยังไม่เพียงพอต่อการเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นแรงจูงใจในการอยากเข้าใช้บริการส่วนตัวของลูกค้า ส่วนลูกค้าส่วนที่เหลือเป็นลูกค้าที่ต้องการเข้าใช้บริการตามฤดูกาลการท่องเที่ยว หรือตามโอกาส

4.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

จากข้อมูลลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะจำนวนในการมาท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	15	3.37
เดินทางมากับครอบครัว	180	40.44
เดินทางมากับเพื่อน	112	25.17
เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว	138	31.02
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 180 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.44 รองลงมาจะเป็นลักษณะการเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.02 ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.17 จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าข้อมูลการเดินทางมากับครอบครัวของนักท่องเที่ยวนั้นมีจำนวนมากที่สุดเพราะส่วนใหญ่ลักษณะการท่องเที่ยวของคนไทยนั้นจะมักมีความนิยมให้ความสำคัญกับครอบครัวมาเป็นอันดับ 1 และรองลงมาคือความต้องการความสบายใจในการเดินทางคือการให้บริษัทจัดนำเที่ยวเป็นผู้แนะนำในโปรแกรมการเดินทางการท่องเที่ยวนั่นเอง

ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ

จำนวนครั้งในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เคย 1 ครั้ง (ครั้งแรก)	103	23.15
เคย 2 ครั้ง	150	33.70
เคยมากกว่า 2 ครั้ง	192	43.15
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยว มากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.15 รองลงมาคือเคยมาเที่ยว 2 ครั้ง จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.70 ส่วนลูกค้าที่เคยมาครั้งแรกนั้น มีจำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.15 ดังนั้นจากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ลูกค้าที่เดินทางมาเที่ยวมากกว่า 2 ครั้งจะมีปริมาณมากที่สุด เนื่องจากมีเหตุผลในการต้องการมาดูหรือศึกษาการเปลี่ยนแปลงวิวัฒนาการหรือการเปลี่ยนแปลง หรือค้นคว้าแนวคิดใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

ตาราง 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสาร

แหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	15	3.33
หนังสือพิมพ์/วารสาร	40	8.98
เพื่อน/ญาติ	30	6.74
ไม่เคยได้ยิน	5	1.11
ทีวี	12	2.71
โปสเตอร์	20	4.48
ผ่านมาโดยบังเอิญ	23	5.17
Website	156	35.15
ทวิตเตอร์	70	15.73
คนขับรถตุ๊กๆ	11	2.45
ครู	13	2.92
วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทีวี	50	11.23
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะได้รับรู้ข่าวสารของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจากเว็บไซต์ เป็นส่วนใหญ่อำนาจาน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.15 รองลงมาจะทราบจากบริษัททัวร์หรือไกด์ จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.73 และ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 ดังนั้นจากแหล่งข้อมูลเบื้องต้น แหล่งข้อมูลที่เป็นสื่อกลางได้ดีที่สุด คือ เว็บไซต์ ซึ่งถือว่าเป็นสื่อออนไลน์ที่ทันสมัยและก้าวหน้าที่สุด และเป็นข้อมูลที่ถูกค่าเชื่อถือที่สุด

ตาราง 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุในการเดินทางมาท่องเที่ยว

สาเหตุในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ/ทราบถึงข้อมูลเพื่อน/ครอบครัวชวน	117	26.29
โฆษณาทำให้สนใจเพื่อการศึกษา	43	9.66
	135	30.35
	150	33.70
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะสนใจมาเที่ยวเพื่อการศึกษาจำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.70 รองลงมาเป็นส่วนการโฆษณาจำนวน 135 คิดเป็นร้อยละ 30.35 และให้ความสนใจและการทราบข้อมูลข่าวสารจำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.29 ซึ่งจากการจำแนกตามสาเหตุข้างต้นนั้นก็ส่งผลต่อเนื่องมาจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ตามโรงเรียน และการร่วมออกงานตามที่ได้รับเชิญร่วมงานหรือขอเข้าร่วมงานในการเข้าประชาสัมพันธ์ร่วม เหมือนองค์กรที่มีการร่วมประชาสัมพันธ์ด้วยเป็นประจำ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารที่ดีที่สุด

ตาราง 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับฤดูกาลต่อการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นด้านผลกระทบจากฤดูกาล	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	297	66.75
ไม่เห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยว	148	33.25
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลจากการจำแนกการท่องเที่ยวต่อการส่งผลตามฤดูกาลของนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าฤดูกาลส่งผลต่อการท่องเที่ยว จำนวน 297 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 ส่วนกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการที่ไม่เห็นด้วยว่าฤดูกาลเกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวนั้นมี จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.25

ตาราง 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500	254	57
501-1,000	96	21.57
1,001-2,000	85	19.19
มากกว่า 2,000	10	2.24
รวม	445	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท จำนวน 254 ราย คิดเป็นร้อยละ 57 เพราะส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่สนใจเข้าใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่มีงบประมาณในการเดินทางไม่เพียงพอในการเข้าใช้บริการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ส่วนลูกค้ากลุ่มที่รองลงมาเป็นลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ประมาณ 500แต่ไม่เกิน 1,000 บาท มีจำนวนลูกค้า 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.57 ซึ่งเป็นลูกค้าระดับกลางที่มีความสนใจอยากเข้าชมจริง ส่วนกลุ่มลูกค้าที่เหลือเป็นกลุ่มที่เข้าใช้บริการตามโอกาสในการเข้าใช้บริการ

4.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์ เชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลจากปัจจัยด้านต่างๆ โดยรวมผลเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและ มากที่สุด โดยสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ตามลำดับดังนี้

ตาราง 4.12 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านการเมือง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
การประชุม	5.00	0.00	มากที่สุด
การประท้วง	4.94	0.25	มากที่สุด
ปัญหาความขัดแย้งภายในพรรคร่วมรัฐบาล	4.81	0.39	มากที่สุด
ปัญหาความขัดแย้งระหว่างไทย – กัมพูชา	4.90	0.30	มากที่สุด
ปัญหาความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้	4.88	0.32	มากที่สุด
ปัญหาความขัดแย้งระหว่างฝ่ายค้านและฝ่ายรัฐบาล	4.90	0.30	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.90	0.26	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา จากปัจจัยด้านการเมืองพบว่าผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านการเมืองในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.90) เมื่อ พิจารณา พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (5.00) คือ การชุมนุม รongลงมา คือ การประท้วง (4.90) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ปัญหาความขัดแย้งภายในพรรคร่วมรัฐบาล(4.81)

ปัจจัยด้านการเมือง คือ จากการศึกษาความมั่นคงทางการเมืองจะส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย การชุมนุม มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ ดังนั้น คนไทยควรมีความสามัคคี และ แก้ปัญหาด้วยสันติวิธี

ตาราง 4.13 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ค่าเข้าชมสถานที่	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าที่พักแรม	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าใช้จ่ายรวม	4.52	0.64	มากที่สุด
ค่ายานพาหนะ	4.90	0.30	มากที่สุด
สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต	4.32	0.47	มาก
มีหลายราคาให้เลือก	4.84	0.34	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.76	0.29	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.76) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (5.00) คือ ค่าเข้าชมสถานที่ และ ค่าที่พักแรม รองลงมา คือ ค่ายานพาหนะ (4.90) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต(4.32)

ปัจจัยด้านราคา คือ จากการศึกษาค่าเข้าชมสถานที่ที่มีผลมากที่สุดต่อการท่องเที่ยว โดยบัตรเด็ก ราคา 190 บาท ต่อคน บัตรผู้ใหญ่ 290 บาทต่อคน ถ้าเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษามาเป็นหมู่คณะ ราคา 110 บาทต่อคน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการทำแพ็คเกจราคาและกิจกรรมที่น่าสนใจ

ตาราง 4.14 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ความเพียงพอของสถานที่	4.77	0.44	มากที่สุด
ความใกล้ของสถานที่	4.85	0.38	มากที่สุด
การบริการน้ำดื่มฟรี	4.76	0.35	มากที่สุด
ความสะอาดของห้องน้ำ	4.80	0.40	มากที่สุด

ตาราง 4.14 ค่าเฉลี่ยข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
บรรยากาศของสถานที่	4.92	0.28	มากที่สุด
การออกแบบของสถานที่	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.85	0.30	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.85) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (5.00) คือ การออกแบบของสถานที่ รองลงมา คือ บรรยากาศ (4.92) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การบริการน้ำดื่มฟรี(4.76)

ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน จากการศึกษาจะเห็นว่า การออกแบบ บรรยากาศ ความใกล้ชิดต่อการเดินทาง ความสะอาดห้องน้ำ การบริการหรือความเพียงพอของสถานที่ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองจากปัจจัยด้านการเมือง ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสนใจดูแลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ เพื่อให้สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

ตาราง 4.15 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่ท่องเที่ยว	4.85	0.38	มากที่สุด
สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบของอุโมงค์ปลา	4.89	0.30	มากที่สุด
การจัดนิทรรศการ	4.87	0.34	มากที่สุด
การแสดงระบำใต้น้ำ	5.00	0.00	มากที่สุด
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	4.58	0.56	มากที่สุด
มัคคุเทศก์	4.49	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.78	0.37	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.78) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (5.00) คือ การแสดงระบำได้นำ รongลงมา คือ สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบของอุโมงค์ปลา (4.89) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มัคคุเทศก์ (4.49)

ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ จากการศึกษาจะเห็นว่า การแสดงระบำได้นำ สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบของอุโมงค์ปลา การจัดนิทรรศการ มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด และนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องการความสะดวกสบาย ดังนั้นบริการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ล้างรูป อัดรูป อีกทั้งยังควรจัดค่ายวิชาการเพื่อให้เป็นศูนย์การทำวิจัยพันธุ์ปลา ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มในเขตภาคเหนือ

ตาราง 4.16 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
นโยบายของรัฐบาลส่งเสริม	4.92	0.28	มากที่สุด
นโยบายของจังหวัดส่งเสริม	4.66	0.47	มากที่สุด
นโยบายขององค์การสวนสัตว์ส่งเสริม	4.68	0.52	มากที่สุด
ชุมชนส่งเสริม	4.67	0.47	มากที่สุด
หน่วยงานของรัฐอื่นๆ ส่งเสริม	4.51	0.71	มากที่สุด
หน่วยงานเอกชนส่งเสริม	4.50	0.71	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.65	0.52	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.65) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.92) คือ นโยบายขององค์การสวนสัตว์ส่งเสริม รongลงมา คือ ชุมชนส่งเสริม (4.67) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ หน่วยงานเอกชนส่งเสริม (4.50)

ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา จากการศึกษาเห็นว่าปัจจัยด้านนโยบายขององค์การสวนสัตว์ส่งเสริม มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบการควรให้ความสนใจช่วยส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้มาก เพราะสถานที่ท่องเที่ยวใดได้รับการพัฒนามากในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ถนนหนทาง สถานที่นั้นจะเป็นที่สนใจเพราะนทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และเกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ตาราง 4.17 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่พักผ่อน	4.93	0.26	มากที่สุด
อาหาร	4.95	0.25	มากที่สุด
พาหนะในการเดินทาง	4.97	0.18	มากที่สุด
ผู้นำเที่ยว	4.55	0.51	มากที่สุด
โครงสร้างอาคาร	4.84	0.37	มากที่สุด
ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่	4.84	0.37	มากที่สุด
การให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.52	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.79	0.35	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.79) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.97) คือ พาหนะในการเดินทาง รองลงมา คือ อาหาร(4.95) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (4.52)

ปัจจัยด้านความปลอดภัย จากการศึกษาจะเห็นว่า พาหนะในการเดินทาง ส่งผลกระทบต่อแหล่งเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากความปลอดภัยเป็นความต้องการของมนุษย์ส่วนหนึ่ง ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ความแน่ใจให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความปลอดภัยที่สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมี เช่น ความปลอดภัยจากโครงสร้างของสถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยจากพาหนะในการนำเที่ยว และความปลอดภัยอื่น ๆ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจในการมาท่องเที่ยวได้

ตาราง 4.18 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ความรวดเร็ว สะดวก	4.75	0.47	มากที่สุด
ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ	4.62	0.58	มากที่สุด
การบริการของพนักงาน	4.65	0.53	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.67	0.52	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.67) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.75) คือ ความรวดเร็ว สะดวก รองลงมา คือ การบริการของพนักงาน (4.95) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ (4.52)

ตาราง 4.19 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านของที่ระลึก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
รูปแบบผลิตภัณฑ์	4.52	0.51	มากที่สุด
ราคาผลิตภัณฑ์	4.84	0.37	มากที่สุด
การให้บริการ (พนักงาน)	4.65	0.49	มากที่สุด
การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (บรรจุภัณฑ์)	4.87	0.34	มากที่สุด
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	4.68	0.48	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.71	0.43	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านของที่ระลึกที่ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.87) คือ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (บรรจุภัณฑ์) รองลงมา คือราคาผลิตภัณฑ์ (4.84) สำหรับด้านที่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือรูปแบบผลิตภัณฑ์ (4.52)

ตาราง 4.20 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
การโฆษณาการสื่อ แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	4.84	0.37	มากที่สุด
จัดทำข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต	4.75	0.47	มากที่สุด
การขายโดยพนักงานขาย	4.77	0.44	มากที่สุด
การจัดมหกรรมการท่องเที่ยวทั่วประเทศ	4.65	0.53	มากที่สุด
การลดราคาแพ็คเกจทัวร์	4.87	0.34	มากที่สุด
จัดการส่งเสริมการขายเช่น สะสมแต้ม ชิงโชค	4.68	0.56	มากที่สุด
บริการเสริม เช่น ส่งจากที่พักไปสนามบินฟรี	4.62	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.74	0.47	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.74) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.87) คือ การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ รองลงมา คือ การโฆษณาการสื่อ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ (4.84) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุดคือให้บริการเสริม เช่น มี บริการส่งจากที่พักไปสนามบินฟรี (4.62)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจะศึกษาวิธีการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อ การจัดทำข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต การขายโดยพนักงาน การจัดมหกรรมการท่องเที่ยวทั่วประเทศ การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ ควรมีการสร้างแรงจูงใจกับฝ่ายการตลาด เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการดำเนินการด้านการตลาด

ตาราง 4.21 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์	4.85	0.38	มากที่สุด
มีความสะดวกในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	4.78	0.43	มากที่สุด
มีความสะดวกในการเดินทาง	4.90	0.29	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.84	0.36	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.84) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.90) คือ มีความสะดวกในการเดินทาง รองลงมา คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.85) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (4.78)

ตาราง 4.22 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ให้บริการ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์	4.87	0.34	มากที่สุด
สุภาพ มีมารยาท จริยธรรม	4.75	0.47	มากที่สุด
รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้	4.65	0.53	มากที่สุด
มีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ	4.62	0.58	มากที่สุด
พนักงานมีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการอย่าง	4.67	0.51	มากที่สุด
เสมอภาคกันให้บริการอย่างเสมอภาคกัน			
พนักงานมีความสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	4.68	0.56	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.70	0.49	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.70) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.90) คือ บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ รองลงมา คือ สุภาพ มีมารยาท จริยธรรม (4.75) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ (4.62)

ตาราง 4.23 ค่าเฉลี่ยของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
มีบรรยากาศ และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.85	0.38	มากที่สุด
มีป้ายให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน	4.78	0.43	มากที่สุด
สถานที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ	4.90	0.29	มากที่สุด
สถานที่ที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียง	4.79	0.43	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.83	0.38	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.83) เมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.90) คือ สถานที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ รองลงมา คือ มีบรรยากาศ และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (4.85) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน (4.78)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ จากการศึกษาจะเห็นว่า สถานที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ มีบรรยากาศและความสวยงามส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ควรมีการเพิ่มจุดแหล่งศึกษาและรายละเอียดในการเรียนรู้ที่น่าสนใจ การปรับปรุงภาพลักษณ์ที่ทันต่อเทศกาล แสงแดดหน้าอาคารไม่ร้อนเกินไป มีบรรยากาศร่มรื่น มีแหล่งพักผ่อนตามธรรมชาติหลากหลายจุด เพื่อให้เกิดบรรยากาศการเรียนรู้และมีความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว

ตาราง 4.24 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของข้อมูลจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ปัจจัยด้านการเมือง	4.90	0.26	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา	4.76	0.29	มากที่สุด
ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	4.85	0.30	มากที่สุด
ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.78	0.37	มากที่สุด
ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	4.65	0.52	มากที่สุด
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.79	0.35	มากที่สุด
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ	4.67	0.52	มากที่สุด
ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย	4.71	0.43	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.74	0.47	มากที่สุด
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.84	0.36	มากที่สุด
ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.70	0.49	มากที่สุด
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.83	0.38	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.76	0.40	มากที่สุด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

จากตาราง พบว่า ผลแบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.76) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงที่สุด (4.90) คือ ปัจจัยด้านการเมือง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน (4.85) สำหรับด้านที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา (4.65)

4.1.4 ทศนคติที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่ผู้เข้ามาใช้บริการในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม เป็น 3 ส่วนคือ ภาพลักษณ์ทั่วไปในมุมมองของผู้เข้าใช้บริการ และปัญหา

ที่เกิดจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวหรือการให้บริการของพนักงานของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และข้อเสนอแนะต่างๆที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาใช้บริการในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยให้ผู้เข้าใช้บริการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานบริการสวนสัตว์เชียงใหม่

การใช้แบบนำสัมภาษณ์เพื่อการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

การศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินงานกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นไฮไลท์แห่งหนึ่งของเมืองไทย ที่ได้มาตรฐานระดับสากล นับเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของชาวเชียงใหม่ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก มา

เก็บเกี่ยวประสบการณ์อันน่าตื่นตื่นและประทับใจ จากเหล่าสรรพสัตว์กันอย่างใกล้ชิด พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำเชียงใหม่ ถือเป็นศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำที่มีอุโมงค์ใต้น้ำที่กว้างและยาวที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อุโมงค์มีลักษณะเป็นอะคริลิกใส ผู้มาเยือนจึงสามารถตื่นตาตื่นใจไปกับสิ่งมีชีวิตแห่งโลกใต้น้ำในมุมมองกว้าง 360 องศา ภายในแบ่งออกเป็น 7 โซนด้วยกัน จัดแสดงระบบนิเวศน์สัตว์น้ำจืดและสัตว์ทะเลที่โดดเด่น เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้เรียนรู้และเข้ามาสังเกตกันอย่างใกล้ชิด อควาเรียมแห่งนี้รวบรวมเอาพันธุ์สัตว์น้ำจืดและน้ำเค็ม รวมถึงสัตว์ที่แปลกและหายากได้ยากจากต่างถิ่น มาไว้ร่วมกัน โดยมีแรงบันดาลใจมาจากกลุ่มน้ำโจง ที่เปรียบได้กับอุทยานสัตว์น้ำที่ยิ่งใหญ่ และมีความหลากหลายทางสายพันธุ์สัตว์น้ำ เนื่องจากเป็นสายน้ำหลักที่คอยหล่อเลี้ยงชีวิตผู้คนนับล้านของ 6 ประเทศในดินแดนแถบนี้ ความสลบซับซ้อนของระบบนิเวศน์ในแม่น้ำโจง ซึ่งมีสัตว์น้ำกว่า 2,000 สายพันธุ์ จึงกลายเป็นสัญลักษณ์แห่ง ความหลากหลายทางชีวภาพที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำเชียงใหม่ ยึดถือเป็นต้นแบบ ผู้ที่มาเที่ยวชมจะได้เพลิดเพลินกับสิ่งมีชีวิตนับพัน ซึ่งเป็นสัตว์น้ำหายากจากทั่วทุกมุมโลก ที่มาอาศัยอยู่ร่วมกัน และได้รับการเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากผู้ดูแลภายในอุทยานโลกใต้น้ำบนยอดดอย - อาณาจักรสวรรค์บนดินแห่งนี้ นอกเหนือจากเสน่ห์แห่งความงามของทิวทัศน์โดยรอบ เชียงใหม่ ชู อควาเรียม ยังเป็นศูนย์การศึกษา วิจัย พันธุ์สัตว์น้ำ และทดลองเกี่ยวกับชีววิทยาทางทะเล ทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และภูมิภาคอื่นทั่วโลกทางพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่ ยังตั้งเป้าที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก มาสัมผัสความสวยงามอ่อนโยน และความอบอุ่นอารีของชาวเมืองเชียงใหม่ด้วยตนเอง โดยผลการศึกษาในครั้งนี้สรุปได้ ดังนี้

นายโรจน์ ฐานลิน (ประธานกรรมการบริหารบริษัทมารีน สเคป (ประเทศไทย) จำกัด)
และนายณัฐพันธ์ เจริญเศรษฐศิลป์ (รองประธานกรรมการบริหารบริษัทมารีน สเคป(ประเทศไทย) จำกัด)

ประธานกรรมการบริหารบริษัทมารีน สเคป (ประเทศไทย) จำกัด ผู้บริหาร “เชียงใหม่ ชู อควาเรียม” เปิดเผยว่า ขณะนี้เตรียมที่จะเปิดส่วนจัดแสดงแมงกะพรุน ซึ่งเป็นส่วนจัดแสดงใหม่ของ

เชียงใหม่ ชู อควาเรียม เพื่อเป็นจุดขายใหม่ในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว นอกเหนือจากการแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ทั้งน้ำจืดและน้ำทะเล ในอุโมงค์ใต้น้ำที่ยาวที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยส่วนจัดแสดงแมงกะพรุนดังกล่าวนี้ จะมีการนำเข้า

แมงกะพรุนสวยงามมาจากต่างประเทศกว่า 100 ตัว มาทำการจัดแสดงพร้อมการตกแต่งแสงสีให้มีความน่าสนใจและสวยงาม สำหรับส่วนจัดแสดงแมงกะพรุนนี้ จะตั้งอยู่ระหว่างอุโมงค์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืดและน้ำทะเล ซึ่งใช้เงินลงทุนในการดำเนินการนี้ ทั้งงานก่อสร้างและการจัดหาแมงกะพรุนเป็นเงินรวมทั้งสิ้นกว่า 4 ล้านบาท โดยเวลานี้การดำเนินการทั้งหมดมีความคืบหน้ามากจนจะเสร็จสมบูรณ์แล้ว เหลือเพียงการทดลองระบบต่างๆ คาดว่าน่าจะเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมได้อย่างเป็นทางการในช่วงประมาณกลางเดือน พ.ย. นี้ เชื่อว่าน่าจะได้รับความสนใจเป็นอย่างดีจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ขณะเดียวกันนายโรจน์ บอกว่า นอกจากนี้เตรียมที่จะทำการปรับปรุงการจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ทั้งในส่วนของสัตว์น้ำจืด และสัตว์น้ำทะเล โดยในส่วนของสัตว์น้ำที่จัดแสดงอยู่ในอุโมงค์น้ำจืดนั้น จะใช้แนวคิดที่ว่า “ความยิ่งใหญ่แห่งสายน้ำ” ซึ่งเวลานี้กำลังจะไต่ปลาช่อนอเมซอน ที่มีความยาวประมาณ 3 เมตร จำนวน 2 ตัว พร้อมกับกำลังอยู่ระหว่างการเจรจาจัดหาปลาหิมะไฟ ที่มีขนาดใหญ่ น้ำหนักตัวมากกว่า 100 กิโลกรัมซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นสถิติโลกนำมาจัดแสดง ส่วนการจัดแสดงในส่วนของอุโมงค์น้ำทะเลนั้น จะใช้แนวคิดที่ว่า “ความสวยงามแห่งท้องทะเล” ด้วยการเน้นจัดแสดงปลาสวยงาม

โดยเฉพาะปลาสวยงามที่อาศัยหากินตามแนวปะการัง ซึ่งการปรับปรุงเพิ่มเติมส่วนจัดแสดงทั้ง 2 ส่วนให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นในครั้งนี้น่าจะสามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จสมบูรณ์และเปิดตัวสู่สายตานักท่องเที่ยวให้ได้รับชมในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับการเปิดส่วนจัดแสดงแมงกะพรุน ในช่วงประมาณกลางเดือน พ.ย. นี้แน่นอนขณะที่นายโรจน์ ชวนลิน ประธานกรรมการบริษัท มารีน สเคป (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ดำเนินการสร้างเชียงใหม่ ชู อควาเรียม เปิดเผยว่า ความสมบูรณ์เกินกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ จะต้องปรับปรุงพัฒนาตลอดเวลาเพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ยังมีปลาใหม่ๆ มาเพิ่มอย่างต่อเนื่อง อีก 6 เดือนปลาจะเต็มอุโมงค์จนละลานตาไปหมด สำหรับเรื่องน้ำที่ยังนานยิ่งใส และที่น่าดีใจคือสภาพน้ำดีจนปลาหายากหลายชนิดวางไข่ แสดงว่าสถานที่อยู่ใกล้เคียงธรรมชาติ นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแล้ว ยังเป็นศูนย์ศึกษาพันธุ์สัตว์น้ำด้วย โดยตั้งเป้าไว้ว่าสวนสัตว์น้ำเชียงใหม่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ภาคเหนือบูม

นางพรศิริ มโนหาญ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยยังเผยว่า ปัญหาเศรษฐกิจโลกที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดการเดินทางท่องเที่ยวและการใช้จ่ายลงนั้น เชื่อว่าจะส่งผลกระทบในระยะสั้นและนักธุรกิจไทยเองจะสามารถปรับตัวและแก้ไขสถานการณ์ต่างๆจนผ่านพ้นไปได้ด้วยดี อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในทุกภาคส่วนควรเตรียมความพร้อมรองรับด้วยการหันไปมุ่งเน้นกลุ่ม

นักท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น ด้วยการจัดกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะเดียวกันก็เพิ่มกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มประเทศที่ยังมีกำลังซื้อสูง อาทิ นักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ฯลฯ ให้เลือกที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีความน่าสนใจทั้งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล รวมถึง ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนอาหาร และความเป็นกันเองของคนไทย

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะในไตรมาสสุดท้ายของปีซึ่งเป็นฤดูท่องเที่ยวสำคัญ การที่สวนสัตว์เชียงใหม่เปิดให้บริการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ หรือ Chiangmai Zoo Aquarium ที่ใหญ่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีอุโมงค์ยาวที่สุดในโลกนั้น เชื่อว่าจะเป็นแม่เหล็กสำคัญสร้างสีสันและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวภาคเหนือ

นายโสภณ คำนุ้ย (ผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์) (อสส.)

ผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ (อสส.) เปิดเผยว่า ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมสวนสัตว์เป็นจำนวนมาก โดยสวนสัตว์ที่มีผู้นิยมเข้าไปท่องเที่ยวได้แก่ สวนสัตว์เชียงใหม่ สวนสัตว์ดุสิตหรือเขาดินวนา สวนสัตว์เปิดเขาเขียว เป็นต้น โดยในปีนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วกว่าล้านคนใกล้เคียงกับเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ นอกจากนี้ในแต่ละสวนสัตว์ต่างเร่งพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและเพิ่มไฮไลต์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความน่าตื่นตึ่งให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าชมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี 2552 หลังจากแต่ละสวนสัตว์ให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาสวนสัตว์ด้วย

การเสริมแม่เหล็กใหม่ๆ คาดว่าจะรักษาจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมได้ใกล้เคียงกับปีนี้ ส่วนความคืบหน้าของการเปิดให้บริการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่หรือ (Chiangmai Zoo Aquarium) สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำใหญ่ที่สุดในโลกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีอุโมงค์ยาวที่สุดในโลกนั้นขณะนี้เสร็จสมบูรณ์ 100% และพร้อมเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในวันที่ 25 ตุลาคมนี้ โดยพันธุ์ปลากว่า 250 สายพันธุ์ กว่า 8,000 ตัว ได้ถูกขนย้ายจากแหล่งอนุบาลไปสู่ Aquarium แล้วทั้งหมด เพื่อให้ปลาเหล่านั้นได้คุ้นเคยกับน้ำที่ผ่านการบำบัดด้วยระบบไลฟ์ ซัพพอร์ต (Life Support) เทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยชีวิตสัตว์น้ำให้มีอายุยืนยาวด้วยการปรับคุณภาพน้ำผ่านระบบกรอง ฆ่าเชื้อ ให้น้ำสะอาดมีคุณภาพที่ดี ซึ่งใช้เงินลงทุนในการพัฒนาระบบประมาณ 30-40 ล้านบาท โดยระบบนี้ถูกคิดค้นโดยผู้เชี่ยวชาญจากประเทศนิวซีแลนด์และได้รับการยอมรับในระดับสากล

กระทั่งสามารถเปิดให้บริการได้ในที่สุด โดยเมื่อเวลา 09.09 น. วันที่ 17 พ.ย. นายโสภณ คำนุ้ย ผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์ ได้เป็นประธานเปิดเชียงใหม่ ซู อควาเรียม ให้ประชาชนเข้าชม

เป็นวันแรก โดยเป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำครบวงจรแห่งแรกหนึ่งเดียวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วยอุโมงค์น้ำขนาดใหญ่และยาวที่สุดในโลกมูลค่า 600 ล้านบาท สร้างอยู่บนดอย มีอุโมงค์น้ำจืดและน้ำเค็มความยาว 133 เมตร พื้นที่โครงการรวม 10 ไร่ มีพื้นที่อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ 13,985 ตารางเมตร

สำหรับบัตรเข้าชมของผู้ใหญ่ราคา 250 บาท เด็ก 180 บาท และชาวต่างประเทศราคา 450 บาท เด็กต่างชาติ 350 บาท สวนสัตว์จัดรายการพิเศษชื่อ 1 แกรม 1 จนถึงวันที่ 30 พ.ย. ปรากฏว่าคนแรกที่ซื้อบัตรคือนายสหัส บุญญาวิวัฒน์ รองเลขาธิการสำนักพระราชวัง จากนั้นมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติทยอยกันซื้อบัตรเข้าชมตลอดทั้งวันกว่า 2 พันคน ในส่วนน้ำจืดน้ำยังไม่ใสเท่าที่ควร แต่สามารถมองเห็นปลาในระยะ 3-4 เมตรได้ชัดเจน สำหรับอุโมงค์น้ำเค็ม น้ำใสเห็นฝูงปลานานาชนิดแหวกว่ายอย่างสวยงามน่าตื่นตาตื่นใจ ขณะเดียวกัน ได้เปิดเพลงคลอตลอดเวลาสร้างความเพลิดเพลิน โดยผู้เข้าชมต้องยืนบนทางเดินเลื่อนอัตโนมัติระยะทาง 133 เมตรผ่านอุโมงค์ ต่างถ่ายรูปลสัตว์น้ำที่มีมากกว่า 8,000 ตัว จาก 250 สายพันธุ์ นักท่องเที่ยวต่างยอมรับว่า สวยงามกว่าหลายแห่งที่เคยไป คุ่มค่าแก่การเข้าชม แต่อุโมงค์น้ำจืดน้ำยังไม่ใสเท่าที่ควร

นายโสภณ คำนุ้ย ผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์เปิดเผยว่า มีความพร้อมมากทั้งเรื่องปลาและน้ำ รวมทั้งพนักงานที่ให้บริการ จะหาปลาเข้ามาเพิ่มจากทั่วโลกทั้งปลาสวยงามและปลาที่ให้ความตื่นตันทันแก่ผู้ชม เช่นปลามาสบาติน หรือปลานางเงือก ซึ่งมีลักษณะเหมือนนางเงือกของฝรั่งเศส เจ้าหน้าที่ของฝรั่งเศสเดินทางมาดูสถานที่แล้ว ถ้าขนส่งราคาสูงถึง 1 ล้านบาทหรือสูงกว่าหรือประมาณ 35 ล้านบาท จึงต้องประชุมวางแผนกันอย่างละเอียดอีกครั้ง

นายโสภณ คำนุ้ย ผู้อำนวยการองค์การสวนสัตว์เปิดเผยการเปิดให้บริการ เชียงใหม่ ซู อควาเรียม โดยทั้งอุโมงค์น้ำจืดและน้ำเค็มถูกจัดเตรียมไว้รองรับบรรดาสัตว์น้ำต่างๆ ที่ทางทีมงานได้คัดเลือกพันธุ์ปลาที่น่าสนใจและพันธุ์ปลาหายาก และนำมาอนุบาลเพื่อเตรียมพร้อมที่จะขนย้ายมาปล่อยในอุโมงค์ได้น้ำ ซึ่งได้ติดตั้งระบบไลฟ์ ซัพพอร์ต (Life Support) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยชีวิตสัตว์น้ำให้มีอายุยืนยาว ด้วยการปรับคุณภาพน้ำผ่านระบบกรอง มาเชื้อให้น้ำสะอาดมีคุณภาพที่ดี โดยระบบนี้ถูกคิดค้นและได้รับความนิยมนอย่างมากจากประเทศนิวซีแลนด์

นายธนภัทร พงษ์ภมร (ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่)

ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ กล่าวว่า เชียงใหม่ ซู อควาเรียม จะเป็นศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีอุโมงค์ได้น้ำที่ยาวที่สุดในโลก มีทั้งสัตว์น้ำจืดและสัตว์น้ำเค็มเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของนัก ท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและวิจัยพันธุ์สัตว์น้ำให้แก่เยาวชนและ ประชาชนทั่วไป

เชียงใหม่ ซู อควาเรียมแห่งนี้จะเป็นสถานที่นำเสนอเรื่องราวที่น่ามหัศจรรย์ของโลกใต้น้ำที่หาชมได้ยาก และเป็นครั้งแรกที่นักท่องเที่ยวที่เข้าชมจะได้สัมผัสกับโลกใต้น้ำจืดและน้ำเค็มได้ในเวลาเดียวกัน และยังมีสัตว์นานาชนิดที่เชื่อว่าหลายคนอาจจะไม่เคยเห็น ไม่เคยสัมผัสมาก่อน ซึ่งคาดว่าเชียงใหม่ ซู อควาเรียมจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และสวนสัตว์เชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้น

4.2 ผลการศึกษาโครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

การศึกษากาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และการศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินงานกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ให้เป็นศูนย์การทำวิจัยพันธุ์ปลา ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มในเขตภาคเหนือ ผลการศึกษาในครั้งนี้ทางผู้ศึกษาได้นำเนื้อหาทางด้านปัจจัยทางโครงสร้างไว้รวมกับผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และได้ผลการศึกษาในกรณีการใช้แบบสัมภาษณ์โดยนำมาเสนอได้ดังนี้

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ (Chiangmai Zoo Aquarium) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่ง มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีอุโมงค์ใต้น้ำยาวที่สุดในโลก ซึ่งขณะนี้สร้างเสร็จสมบูรณ์แล้ว พร้อมเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในวันที่ 25 ตุลาคม โดยอควาเรียมแห่งนี้เป็นแห่งเดียวที่มีทั้งพันธุ์ปลาน้ำจืดและน้ำเค็มให้ชมในคราวเดียวกัน เชื่อว่าจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

อควาเรียมแห่งนี้เป็นอควาเรียมแห่งเดียวที่มีทั้งพันธุ์ปลาน้ำจืดและน้ำเค็มให้ชมในคราวเดียวกัน โดยจะมีทั้งพันธุ์ปลาที่หาชมได้ยาก ปลาสวยงาม และปลาอันตราย เช่น ฉลามเสือดาว กระเบนราหู ปลาหมอตะเล ปลาการ์ตูน ปลาไหลไฟฟ้า ฯลฯ ซึ่งจะถูกลีภัยให้

ชมอย่างใกล้ชิดจากในอุโมงค์ใต้น้ำซึ่งยาวรวมกันกว่า 133 เมตร ส่วนปลาอันตรายเช่น ปลาไหลไฟฟ้า เป็นต้น จะถูกจัดแยกไว้ต่างหากในตู้ปลาขนาดเล็ก บริเวณชั้น 2 ร่วมกับปลาอีกหลายสายพันธุ์ ทำให้เชื่อว่าจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น อควาเรียมแห่งนี้จะเป็นไฮไลท์ใหม่ให้กับสวนสัตว์เชียงใหม่และชาวภาคเหนือ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก ขณะที่สวนสัตว์เชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สวนสัตว์เชียงใหม่ตั้งเป้าที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวชม Chiangmai Zoo Aquarium แห่งนี้มากกว่า 1 ล้านคนต่อปี ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้นปีละ 250 ล้านบาท และจะถึง

จุดคุ้มทุนภายใน 5-7 ปี “ การบริหารจัดการอควาเรียมเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ด้วยพฤติกรรมของ สัตว์น้ำจืดและน้ำเค็มแตกต่างกัน ทำให้ระบบการบริหารจัดการแตกต่างกันด้วย บริษัทจึงต้องให้ ความใส่ใจและดูแลอย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตามก็ดีจุดเด่นของอควาเรียมแห่งนี้ นอกจากจะรวมพันธุ์ปลาน้ำ จืดและน้ำเค็มกว่า 8,000 ตัวไว้ด้วยกัน ยังมีสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ แมลง และสัตว์ที่หาชมได้ยากจากทั่ว โลก ที่ถูกนำมาเลี้ยงดูภายใต้ระบบนิเวศที่สมบูรณ์แบบ”

สำหรับ ChiangMai Zoo Aquarium มีพื้นที่ 10 ไร่เศษ ถูกออกแบบให้เป็นอาคารสูง 2 ชั้น ภายในประกอบด้วยอุโมงค์ใต้น้ำที่ยาวที่สุดในโลก มีความยาวทั้งสิ้น 133 เมตร แบ่งเป็นอุโมงค์น้ำ จืด 66.5 เมตร และน้ำเค็ม 66.5 เมตร เชื่อมต่อกันด้วยทางเดินเลื่อนอัตโนมัติ ลักษณะอุโมงค์เป็นอะคิ ลิกไซหนาด้านประมาณ 5.5 เซนติเมตร สามารถรับแรงดันน้ำระดับความลึก 4.50 เมตรได้อย่างปลอดภัย โดยภายในอุโมงค์รวบรวมสัตว์น้ำกว่า 250 สายพันธุ์ ทั้งสัตว์น้ำจืด สัตว์น้ำเค็ม และสัตว์น้ำหายาก จำนวนกว่า 8,000 ตัว

ส่วนบริเวณรอบนอกอควาเรียม ถูกจัดแบ่งออกเป็น ห้องโถงขนาดใหญ่ไว้สำหรับรองรับ นักท่องเที่ยว พร้อมห้องจัดแสดงสัตว์อนุรักษ์ น้ำตก ป่าโกงกาง ฝืนป่าแห่งอินทนนท์ และนิทรรศการ ต่าง ๆ อาทิ นิทรรศการแสดงหุบเขาและเขื่อนภูมิพล นิทรรศการชีววิทยาของพันธุ์สัตว์น้ำ นิทรรศการแสดงแมลงนานาชนิด นิทรรศการแสดงปะการังชายฝั่ง นิทรรศการแสดงชีวิตใต้น้ำลุ่ม แม่น้ำโขง นิทรรศการแสดงป่าชุ่มน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทพร้อมสนับสนุนให้พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำสวน สัตว์เชียงใหม่ เป็นสถานศึกษาพันธุ์สัตว์น้ำจืดและน้ำเค็มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เพื่อเปิดโอกาส ให้กับเด็ก และเยาวชนได้เรียนรู้วิถีชีวิตสัตว์น้ำอย่างเต็มที่

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และการศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 445 คน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยว่าปัจจัยตัวใดจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ หรือการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป โดยใช้แนวทางจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการตัดสินใจ เพื่อต้องการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และเพื่อนำไปเป็นกลยุทธ์ ปรับปรุงแก้ไข ทั้งด้านการบริการ ด้านการตลาด และด้านอื่นๆ โดยมีปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษาดังนี้ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นการตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ต่อไป

การศึกษานี้ยังรวมถึงการศึกษาถึงทัศนคติ หรือข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ หรือยังไม่เคยใช้บริการ ที่มีต่อสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และปัญหาในการใช้บริการต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประในการศึกษางานวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ คือ สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยว

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 445 ราย โดยผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 20 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ 500-1,000 บาท

5.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์โดยจะเดินทางเดินทางมาท่องเที่ยว 2 ครั้ง ด้านข่าวสารของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำก็รับข่าวสารจาก เว็บไซต์ ด้านที่เกิดจากความสนใจหรืออยากมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองหรือกับสถานศึกษาในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยผู้ใช้บริการจะได้รับประโยชน์เพื่อการศึกษา ส่วนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้านฤดูกาล ผู้ใช้บริกรมองเห็นว่าฤดูฝนทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ จะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าระดับกลาง

5.1.3 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลมากต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่มี 4 ปัจจัยโดยปัจจัยแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ได้แก่ การชุมนุม การประท้วงปัญหาความขัดแย้งภายในพรรคร่วมรัฐบาล ปัญหาความขัดแย้งระหว่างไทย – กัมพูชา ปัญหาความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาความขัดแย้งระหว่างฝ่ายค้านและ ฝ่ายรัฐบาล ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ได้แก่ ความเพียงพอของสถานที่ ความใกล้ของสถานที่ การบริการน้ำดื่มฟรี ความสะอาดของห้องน้ำบรรยากาศของสถานที่ และการออกแบบของสถานที่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต มีความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ มีบรรยากาศ และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน สถานที่ที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจและสถานที่ที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียง

ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยต่อการท่องเที่ยวกรท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา ประกอบด้วย นโยบายของรัฐบาล ส่งเสริม นโยบายของจังหวัดส่งเสริม นโยบายขององค์การสวนสัตว์ส่งเสริมชุมชนส่งเสริมหน่วยงานของรัฐอื่นๆ ส่งเสริม และ หน่วยงานเอกชนส่งเสริม ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อื่น ๆ ได้แก่ ความรวดเร็ว สะดวก ความง่ายในการเข้าถึงบริการกรบริการของพนักงาน

5.1.4 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการต่อสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์ เชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่ปัญหาและสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่เห็นว่าควรปรับปรุง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร และร้านค้าควรมีอาหารที่หลากหลายรายการ การออกแบบจุดพักของนักท่องเที่ยวควรตกแต่งให้ร่มรื่นด้วยธรรมชาติ

5.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจากโครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่

การศึกษารวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์ เชียงใหม่ในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และการศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ให้เป็นศูนย์การทำวิจัยพันธุ์ปลา ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มในเขตภาคเหนือ ผลการศึกษาในครั้งนี้ทางผู้ศึกษาได้สรุปเนื้อหาทางด้านปัจจัยทางโครงสร้างไว้รวมกับผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และได้ผลการศึกษาในกรณีการใช้แบบนำเสนอภาพยนต์ โดยนำมาสรุปได้ดังนี้

โดยสรุปรายละเอียด ของโครงการได้ดังนี้

1. งบประมาณของโครงการกว่า 600 ล้านบาท
2. พื้นที่โครงการ 10 ไร่ โดยมีพื้นที่อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ 13,985 ตาราง เมตร
3. ภายในอาคารมีอุโมงค์น้ำ ที่มีรูปแบบเป็นหนึ่งเดียวในโลก คือ เป็นอุโมงค์น้ำจืดและน้ำเค็ม เชื่อมต่อกันด้วยทางเดินเลื่อน อัตโนมัตินาน 230 เมตร
4. เป็น อุโมงค์ที่ยาวที่สุดในโลก คือมีความยาวทั้งสิ้น 133 เมตรแบ่งเป็นอุโมงค์น้ำเค็ม 66.5 เมตร และอุโมงค์น้ำจืด 66.5 เมตร ซึ่งเป็นอุโมงค์น้ำจืดที่ยาวที่สุดในโลกเช่นกัน
5. ลักษณะอุโมงค์เป็นอะคิลิคาสหนาประมาณ 5.5 เซนติเมตร สามารถรับแรงดันน้ำระดับความลึก 6 เมตร ได้อย่างปลอดภัย
6. มีพันธุ์สัตว์น้ำแสดงทั้ง พันธุ์สัตว์น้ำจืด และน้ำเค็ม มากกว่า 3,600 ตัว
7. สัตว์น้ำมากกว่า 250 สายพันธุ์
8. 80 % ของสายพันธุ์ เป็นสัตว์น้ำพื้นเมืองของไทย

5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการผู้ศึกษาสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางให้กับสถานประกอบการ หรือ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่เกี่ยวกับการปรับปรุงและแก้ไข และพัฒนาด้านต่างๆ รวมถึงกลยุทธ์และวิธีการด้านต่างๆเพื่อนำไปใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป และทางผู้ศึกษายังเห็นว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมจากการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปได้อีก ดังนี้

1. ผู้สนใจควรจะศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อจะได้ทราบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสนใจ มากน้อยเพียงใด มีข้อเสนอแนะและมีความคิดเห็นอย่างไร และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วนำข้อมูลมาปรับปรุงต่อไป
2. ผู้สนใจควรจะศึกษาต่อไปว่าการศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการตลาดของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลในการบริหารจัดการต้องใช้หลัก ใดและปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

บรรณานุกรม

- กรมป่าไม้. (2548). “เศรษฐกิจป่าไม้”. รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ: กรม.
- กาญจนา ฉายาวัดน์.(2551). “การสร้างสื่อมัลติมีเดียการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อประกอบการเรียนภาษาอังกฤษ” (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: www.kroobannok.com (31 สิงหาคม 2553)
- ประยูคต์ นาวาเจริญ.(2551). “การดำเนินการองค์การสวนสัตว์” (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: www.zoothailand.com (31 สิงหาคม 2553)
- โพสค์ทุเคย์. (2552). **ก้าวอย่างมั่นคงสู่ปีที่ 2**. กรุงเทพฯ: อัลลายด์ พรินเตอร์ส.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2548). **34 ปี มหาวิทยาลัยรามคำแหง**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รักธิดา สิริ. (2545). “รูปแบบการท่องเที่ยวของนักศึกษาภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระมนุษยศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โรจน์ ฐวนลิน.(2551). “การบริหารจัดการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่” (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: www.chiangmaiaquarium.com (31 สิงหาคม 2553)
- สุทธิพร สุวรรณพันธ์.(2544). “การเปิดแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหาร : ศึกษากรณีกองพลรบพิเศษที่ 2 อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรเชษฐ์ ฌ เชียงใหม่. (2548). “การใช้จีเอ็มพี และ เอชเอชซีซีพีในโรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ = An Application of GMP and HACCP in processing and product development plant”. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี เวชชุนทร. (2538). **จากธรรมชาติสู่เขตอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ : กรม.
- โสภณ คำนุ้ย. (2551). “การศึกษาคุณค่าทางโภชนาการของพืชอาหารสัตว์ภายในสวนสัตว์เปิดเขาเขียว = Nutritional study on natural forage plant in Khao Kheow Open Zoo Area. [ชลบุรี]” : งานวิจัย แผนกบำรุงรักษาสัตว์ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว.
- Elizabeth Boo.(1991). “Nature tourism : managing for the environment”. Washington, D.C. : Island Press.
- Western. (1994). “University physics models and applications”. Dubuque, Ia. : Wm C. Brown.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ
สวนสัตว์เชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อการศึกษาหาข้อมูลการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำหรับผู้เข้าใช้บริการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ คำตอบเหล่านี้จะได้นำมาใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาในการทำวิจัยเชิงวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้ ดังเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย ผู้วิจัยขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความจริง และทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1) เพศ
() 1.ชาย () 2.หญิง
- 2) ภูมิลำเนา.....ที่อยู่ปัจจุบัน.....อายุปี
- 3) สถานภาพ
() 1.โสด () 3.หย่า
() 2.สมรส () 4.ม่าย

4) อาชีพ

- () 1. พนักงานของรัฐ () 4. นักเรียน / นักศึกษา
() 2. พนักงานของเอกชน () 5. เกษียณอายุ
() 3. ธุรกิจส่วนตัว () 6. แม่บ้าน

5) รายได้ประจำเฉลี่ย.....บาท/เดือน

6) ระดับนักศึกษา

- () 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา () 4. ปริญญาตรี
() 2. มัธยมศึกษา หรือ ปวช. () 5. สูงกว่าปริญญาตรี
() 3. อนุปริญญา หรือ ปวส. () 6. อื่น ๆ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

7) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ

- () 1. มากคนเดียว () 3. มากับเพื่อน
() 2. มากับครอบครัว () 4. มากับบริษัทนำเที่ยว

8) จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ

- () 1. เคย 1 ครั้ง (ครั้งแรก)
() 2. เคย 2 ครั้ง
() 3. เคยมากกว่า 2 ครั้ง

9) แหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสาร

แหล่งข้อมูล	มาก	ปานกลาง	น้อย
หนังสือพิมพ์			
วิทยุ, โทรทัศน์			
นิตยสาร และวารสาร			
คำบอกเล่าจากเพื่อนฝูง			
หนังสือ ใก้บู๊ค			
แผ่นพับ, โบปลิว			
อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ต่างๆ			

10) สาเหตุการเดินทางมาท่องเที่ยว

- () 1. สนใจทราบถึง
- () 2. เพื่อน / ครอบครัวชวนไป
- () 3. มีโฆษณาทำให้สนใจ
- () 4. เพื่อการศึกษา
- () 5. อื่น ๆ.....

11) ความคิดเห็นด้านผลกระทบจากฤดูกาล

- () 1. เห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยว
- () 2. ไม่เห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยว

12) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานสัตวน้ำ.....บาท/วัน/คน

13) ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานสัตวน้ำ.....ชั่วโมง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวพืชรักชั้วน้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ปัจจัยด้านการเมือง 1.1 การชุมนุม 1.2 การประท้วง 1.3 ปัญหาความขัดแย้งภายในพรรคร่วมรัฐบาล 1.4 ปัญหาความขัดแย้งระหว่างไทย – กัมพูชา 1.5 ปัญหาความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ 1.6 ปัญหาความขัดแย้งระหว่างฝ่ายค้านและฝ่ายรัฐบาล					
2. ปัจจัยด้านราคา 2.1 ค่าเข้าชมสถานที่ 2.2 ค่าที่พักแรม 2.3 ค่าใช้จ่ายรวม 2.4 ค่าขนพาหนะ 2.5 สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต 2.6 มีหลายการให้เลือก					
3. ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน 3.1 ความเพียงพอของสถานที่ 3.2 ความใกล้ของสถานที่ 3.3 การบริการน้ำดื่มฟรี 3.4 ความสะอาดของห้องน้ำ					

3.5 บรรยากาศของสถานที่					
3.6 การออกแบบของสถานที่					
ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ					
4.1 สถานที่ท่องเที่ยว					
4.2 สิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบของอุโมงค์ปลา					
4.3 การจัดนิทรรศการ					
4.4 การแสดงระบำไดโนเสาร์					
4.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์					
4.6 มีคฤหาสน์					
5. ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา					
5.1 นโยบายของรัฐบาลส่งเสริม					
5.2 นโยบายของจังหวัดส่งเสริม					
5.3 นโยบายขององค์การสวนสัตว์ส่งเสริม					
5.4 ชุมชนส่งเสริม					
5.5 หน่วยงานของรัฐอื่นๆ ส่งเสริม					
5.6 หน่วยงานเอกชนส่งเสริม					
6. ปัจจัยด้านความปลอดภัย					
6.1 สถานที่พักผ่อน					
6.2 อาหาร					
6.3 พาหนะในการเดินทาง					
6.4 ผู้นำเที่ยว					
6.5 โครงสร้างอาคาร					
6.6 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่					
6.7 การให้บริการของเจ้าหน้าที่					

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 7.1 ความรวดเร็ว สะดวก 7.2 ความยากง่ายในการเข้าถึงการบริการ 7.3 การบริการของพนักงาน					
8. ปัจจัยด้านของที่ระลึก 8.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ 8.2 ราคาผลิตภัณฑ์ 8.3 การให้บริการ (พนักงาน) 8.4 การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (บรรจุภัณฑ์) 8.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์					
9. ปัจจัยด้านการส่งการตลาด 9.1 การโฆษณาการสื่อ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ 9.2 จัดทำข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต 9.3 การขายโดยพนักงานขาย 9.4 การจัดมหกรรมการท่องเที่ยวทั่วไทย 9.5 การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ 9.6 จัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส เช่น การสะสมแต้ม การชิงโชค 9.7 ให้บริการเสริม เช่น มีบริการส่งจากที่พักไปสนามบินฟรี					
10. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 10.1 มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ทางโทรศัพท์ 10.2 มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ					

ทางอินเทอร์เน็ต					
10.3 มีความสะดวกในการเดินทาง					
11. ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ (รวมถึงพนักงานนำเที่ยว) 11.1 บุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ 11.2 สุภาพ มีมารยาท จริยธรรม 11.3 รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำ ได้ 11.4 มีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ 11.5 พนักงานมีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน 11.6 พนักงานมีความสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้					
12. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว 12.1 มีบรรยากาศ และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว 12.2 มีป้าย และให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน 12.3 สถานที่ที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตา ตื่นใจ 12.4 สถานที่ที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียง 12.7 การให้บริการของเจ้าหน้าที่					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวพืชรักชั้สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมื่อของท่านมา ณ โอกาสนี้
เทียวให้สนุกนะค่ะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ข

โครงสร้างสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

รายละเอียดของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

ความเป็นมาการก่อตั้งสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เนื่องด้วยภาคเหนือ มีพื้นที่ตั้งเป็นภูเขาสลับกับที่ราบลุ่ม และไม่มีอาณาเขตติดต่อกับทะเลจึงทำให้ประชาชนในภูมิภาคนี้ จำเป็นต้องเดินทางเป็นระยะทางไกลและค่าใช้จ่ายสูงในการเดินทางไปชมปลาทะเลนานาชนิด ดังนั้นเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนและบุคคลที่มีความสนใจ ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง ได้มีโอกาสได้ชมและสัมผัสกับธรรมชาติของโลกใต้ท้องทะเลสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งใช้งบลงทุนกว่า 900 ล้านบาท ได้รับการจำลองมาอย่างสมจริง บนพื้นที่ 10 ไร่ นี้ได้รวบรวมสัตว์น้ำต่างๆ กว่า 2500 สายพันธุ์ ทั้งสัตว์น้ำจืด น้ำเค็ม และสัตว์น้ำที่หายากต่างๆ กว่า 8,000 ตัวจึงได้เกิดโครงการและความร่วมมือระหว่างองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และบริษัทมารินสเคป (ประเทศไทย) จำกัด จัดสร้างสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำภายในสวนสัตว์จังหวัดเชียงใหม่ขึ้น

Marinescape group of company เป็นบริษัทที่มีความชำนาญทางด้าน การออกแบบ Aquarium ระดับโลก ก่อตั้งมานาน กว่า 22 ปี มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศนิวซีแลนด์ มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใน การออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการ Aquarium ทั่วโลก ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ออกแบบและก่อสร้างมาแล้ว 27 แห่งทั่วโลก บริษัท มารินสเคป ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2543 โดยมี คุณ โรจน ฐะนลิน กรรมการผู้จัดการใหญ่ และ คุณนฤทัต เจริญเศรษฐศิลป์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ได้จับมือกับบริษัทมารินสเคป นิวซีแลนด์ เปิดสาขาที่เมืองไทย โดยมีความประสงค์ที่จะให้ บริษัท มารินสเคป ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางภาคพื้นเอเชีย และเป็นผู้นำธุรกิจ ออกแบบ ก่อสร้าง บริหารจัดการ และเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้าน Aquarium

วัตถุประสงค์หลัก

1. เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนชาวเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียง ได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชม
2. เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของประเทศไทย ที่ทันสมัยและได้มาตรฐานโลก
3. เพื่อเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและวิจัย
4. เพื่อปลูกจิตสำนึกแก่เยาวชน และบุคคลทุกระดับได้ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย

องค์ประกอบของโครงการ ส่วนด้านหน้า ประกอบด้วย

1. Souvenir Shop
2. Reception Hall
3. Café

ส่วนอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

ชั้น 1 ประกอบด้วย

1. โชนตู้แสดงปลาน้ำจืด
2. โชนแสดงนิทรรศการแห้ง
3. โชนตู้แสดงปลาน้ำทะเล
4. โชนMini 3D Theatre
5. พื้นที่สำหรับระบบกรองน้ำจืดและน้ำเค็ม

ชั้นใต้ดิน ประกอบด้วย

1. ส่วนแสดงนิทรรศการน้ำลึก
2. ส่วนอุโมงค์ปลาน้ำจืด
3. ส่วนอุโมงค์ปลาน้ำเค็ม
4. ส่วนจัดแสดงป่าโกงกาง
5. พื้นที่สำนักงานส่วนการจัดการเรื่องนี้

การศึกษาวิเคราะห์ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

1. ที่ตั้งของโครงการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ สามารถเข้าถึงได้ 2

เส้นทางคือ

1. เส้นทางถนนห้วยแก้ว เป็นเส้นทางขึ้นสู่วัดพระธาตุดอยสุเทพวรมหาวิหาร สวนสัตว์เชียงใหม่ตั้งอยู่ทางซ้ายมือ ห่างจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 800 เมตร
2. เส้นทางถนนสุเทพ ผ่านสถานที่สำคัญ คือ โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่, คณะเกษตรศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, วัดอุโมงค์, วัดฝายหิน สวนสัตว์เชียงใหม่ตั้งอยู่ทางขวามือก่อนถึง สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

2. บริเวณที่ตั้งสวนสัตว์เชียงใหม่

1. ทิศเหนือ จดน้ำตกห้วยแก้วและถนนห้วยแก้ว
2. ทิศใต้ จดสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และศูนย์เกษตรภาคเหนือ
3. ทิศตะวันออก จดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. ทิศตะวันตก จควนอุทยานสุเทพ-ปุย

3. บริเวณที่ตั้งสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่

1. ด้านทิศเหนือ

ด้านทิศเหนือของโครงการห่างออกไปประมาณ 300 เมตรมีสโมสรซึ่งขายอาหาร แลเครื่องดื่ม ส่วนมุมมองที่เหลือเป็น สันคอย ต้นไม้ และมีเส้นทางบริการสำหรับอควาเรียม โดยเฉพาะ

2. ด้านทิศใต้

ด้านทิศใต้ของโครงการห่างออกไปประมาณ 200 เมตร มีถนนตัดเลี้ยวขึ้นไปเป็นทางชมหมีโคอาล่า

3. ด้านทิศตะวันออก

ด้านทิศตะวันออกติดกับถนนที่มาจากเส้นทางชมหมีแพนด้า มองออกไปจากถนนหน้าโครงการมองเห็นทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ เป็นมุมมองที่สวยงาม

4. ด้านทิศตะวันตก

ด้านทิศตะวันตกของโครงการติดกับคดอยสุเทพ มองออกไปมีภูเขาสันคอยและต้นไม้ เป็นมุมมองที่สวยงาม

ลักษณะทางสถาปัตยกรรม

โครงสร้างและลักษณะอาคาร

อาคารสถานแสดงพันธุ์น้ำจืดมีพื้นที่ทั้งหมด 7,952.8 ตารางเมตร ลักษณะโครงสร้างเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กชนิดพิเศษผสมน้ำยากันซึม 2 ชั้น ฐานราก เสาและคานคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังก่ออิฐมวลเบาฉาบปูนเรียบพร้อมตกแต่งภายใน ภายในทาสีพลาสติกชนิดใช้ภายใน ภายนอกทาสีพลาสติกชนิดใช้ภายนอกหลังคาเหล็ก Meatal Sheet ชุบ Aluzine พร้อมติดตั้งเกร็ดระบบอากาศ และฉนวนกันความร้อน ส่วนโถงทางเข้ามุงด้วยกระเบื้องดินเผา อาคารเป็นระบบปรับอากาศทั้งหลัง พร้อมทั้งระบบเตือนอัคคีภัย อาคารออกแบบในรูปแบบสถาปัตยกรรมล้านนา

ร่วมสมัยผสมผสานกับวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ อีกทั้งเสริมความปลอดภัยในการรับแรงแผ่นดินไหว และประหยัดพลังงาน

การศึกษา วิเคราะห์ ทางสัญจรภายในโครงการ

มีการสัญจรในโครงการแบบ One - Way System หรือบังคับการเดินให้เป็นเส้นทางเดียว โดยมีโถงเป็นตัวเชื่อมแต่ละจุด และมีทางเข้าทางออกแยกจากกันแต่สามารถเดินตามเส้นทางได้อีก

จุดเด่นของการดำเนินกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ การจัดนิทรรศการ มี 3 ประเภท

1. การจัดนิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition) คือ การจัดห้องแสดงแต่ละห้องเป็นการถาวร หรือเป็นการตั้งแสดงไว้ประจำ โดยพิจารณาถึงประโยชน์ของนักเรียน นักศึกษา และประชาชน โดยทางปฏิบัติพิพิธภัณฑ์สถานจะคัดเลือกวัตถุที่สำคัญมีคุณค่าการ จัดแสดงเป็นการถาวรสำหรับผู้เข้าชมการจัดแสดงถาวรไม่ได้ หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย แต่จะมีการแก้ไขปรับปรุงใหม่ใช้เทคนิคใหม่เป็นครั้งคราว แต่ละห้องจัดแสดงไม่ต่ำกว่า 5 ปี จึงเปลี่ยนแปลงปรับปรุงใหม่ครั้งหนึ่ง

2. การจัดแสดงชั่วคราว (Temporaty Exhibition) หรือการจัดแสดงหมุนเวียน (Chaging Exhibition) เป็นห้องจัดแสดงที่จัดไว้ชั่วคราว แต่ละเรื่องจัดช่วงเวลาสั้นๆ แล้วเปลี่ยนเรื่องอื่นใหม่หมุนเวียนกันไป เพื่อชักจูงความสนใจจากชุมชนทั่วไป พิพิธภัณฑ์สถานจะเลือกเรื่องต่างๆ และจัดแสดงชั่วคราวแก่ประชาชน ในกรณีที่พิพิธภัณฑ์สถานได้รวบรวมสิ่งของเข้าใหม่เป็นจำนวนมาก ก็นำออกจัดแสดงชั่วคราวสร้างความน่าสนใจและให้ความรู้ในเรื่องวัตถุที่ได้มาใหม่

3. นิทรรศการหมุนเวียน (Travelling Exhibition) เป็นนิทรรศการที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงในที่หลายๆ แห่งหมุนเวียนกันไป โดยมีมุ่งอำนวยความสะดวกแก่ ผู้ชมหรือประชาชนเพราะหากจัดแสดงไว้ในที่แห่งเดียวแล้ว ผู้ชมไม่สามารถเดินทางไปชมได้ทั่วถึง ซึ่งกระบวนการจัดนิทรรศการประเภทนี้ยุ่งยากและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากเพราะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยขณะขนย้าย ค่าขนส่งและติดตั้งด้วย

โดยการจัดแสดง สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. การแสดงด้วยภาพถ่าย การแสดงแบบนี้เป็นการแสดงด้วยภาพถ่ายทุกๆ ไป ซึ่งประกอบด้วยการแสดงด้วยภาพต่างๆ เช่นภาพที่เกี่ยวกับสถานที่สำคัญ ภาพถ่ายของประเพณีต่างๆ และการแสดงด้วยภาพเขียน

2. การแสดงด้วยหุ่นจำลอง (Model) ลักษณะการทำหุ่นจำลองเป็นการแสดงที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ใกล้เคียงความจริงที่สุด และยังสามารถดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด

3. การแสดงชิ้นงานจริงการจัดแสดงโดยนำวัตถุจริงเข้ามาแสดง ซึ่งได้แก่สิ่งของต่างๆ นอกจากการนำเอาสิ่งของเหล่านี้มาแสดงแล้ว ยังจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคในด้านการดึงดูดความสนใจจากผู้ชม ตลอดจนการนำเอาสไลด์และภาพประกอบการจัดแสดง

4. การจัดแสดงแบบเลียนแบบ Diorama การจัดแสดงแบบนี้เป็นการจัดแสดงโดยการเลียนแบบสภาพความเป็นจริงของงานที่จัดแสดงโดยการอาศัยหลักการของการจัดแสดงแบบฉากละคร นอกจากอาศัยการจัดฉากแล้ว อาจมีกานนำเอาแสงสีเข้ามาช่วยเสริมบรรยากาศ

เทคนิคการจัดแสดง

ปัจจุบันการจัดแสดงมีเทคนิควิธีมากมายตามความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์ แต่โดยทั่วไปจุดมุ่งหมายสำคัญก็ได้เปลี่ยนไป คือมีหลักการจัดการดังนี้

1. การทำให้เกิดความสวยงาม
2. การทำให้เกิดความเข้าใจ
3. การทำตามสภาพอากาศ
4. การทำตามสภาพจริง
5. การใช้เครื่องโสตทัศนูปกรณ์

ลักษณะของห้องนิทรรศการ

1. ห้องแสดงแบบธรรมดา (Simple Chamber) คือ ห้องจัดแสดงที่มีหน้าต่างหรือช่องแสงหรือมีหน้าต่างด้านใดด้านหนึ่งและใช้แสงไฟช่วยในการจัดแสดง

2. ห้องแสดงแบบมีชั้นลอย (Hall OF Balcony) คือ ห้องนิทรรศการแบบเก่าในยุโรป คือ มีห้องโถงชั้นล่าง ชั้นบนใดชั้นบนเป็นห้องโถง มีระเบียงโดยรอบ มองลงมาเห็นชั้นล่างต่อเนื่องกัน

3. ห้องแสดงขนาดใหญ่ (Clear Story Hall) ห้องแสดงที่มีขนาดใหญ่ มีหน้าต่างสูงสองด้าน ผนังตอนบน ในลักษณะของห้องประชุม รับแสงธรรมชาติแบบ Indirect Light

4. ห้องแสดงแบบเฉลียง (Exhibition Corridor) คือ จัดเฉลียงให้เป็นที่จัดแสดง ด้านหนึ่งเป็นผนัง สำหรับภาพเขียนหรือวัตถุและตรงกลางเป็นทางเดิน อีกด้านเป็นหน้าต่างหรืออาจ จัดแสดงทั้งสองด้าน โดยใช้ช่องแสดงจากเพดาน หรือไฟฟ้าช่วย จัดแสดงตามแนวเส้นทางการชม ต่อเนื่องกันไป

5. ห้องแสดงอาศัยแสงธรรมชาติ (Sky Light Picture Gallery) นิยมใช้กับภาพ แสดงเขียนงานศิลปะที่ใช้แสงเหนือส่องลงมา โดยพลังงานแสงอาทิตย์ที่เป็นธรรมชาติจากด้านบน โดยเปิดหลังคา ดวงอาทิตย์จะต้องผ่านวัตถุทรงแสง เพื่อลดผลกระทบจากรังสีของแสง

6. ห้องแสดงแบบตู้ (Cabinet) ห้องแสดงแบบใช้ตู้จัดผนังตลอดผนัง และอีกด้าน หนึ่งเป็นหน้าต่าง หรือใช้ตู้แบ่งแบ่งหน้าที่ใช้สอยและจำกัดเส้นทาง (Define) ในการชม

7. ห้องแสดงแบบไม่มีหน้าต่าง (Window Less) เป็นที่นิยมในประเทศตะวันตก โดยปล่อยเนื้อที่ผนังไว้ สำหรับตัดแปลงหรือจัดแสดงได้ตามต้องการ เนื่องจากส่วนผนังจะเป็น พื้นที่จัดแสดงที่มีประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับการแสดงภาพเขียน หรือการจัดแสดงแบบจัดผนัง

รายละเอียดการจัดนิทรรศการ

Zone 1 สำรวจลุ่มน้ำในป่าลึก (Jungle explorer)

ชมพันธุ์สัตว์น้ำจากแหล่งกำเนิดต้นน้ำพร้อมความงามของปูราชีนิพบกับความพิศวง ของปลาไหลชมพันธุ์สัตว์น้ำจากแหล่งกำเนิดต้นน้ำพร้อมความงามของปูราชีนิพบกับความพิศวง ของปลาไหลสะแงะ ราชีนิแห่งสายน้ำ ปลาเสือดอ และตะลึงกับความใสของปลาก้างพระร่วงค้นหา ความลึกลับในถิ่นอเมซอน ถิ่นที่อยู่ของปลากดหางแดงปลาคูกหนามเออร์วินและปลา หนวดพราหมณ์สัมผัสความพิเศษของสัตว์น้ำที่มหัศจรรย์ เช่น แอ็กโซลอตลหรือปลาหมาน้ำ หรือจะเป็นปลาดาบลาว มีคดาบที่มีชีวิตสะแงะ ราชีนิแห่งสายน้ำ ปลาเสือดอ และตะลึงกับความใสของ ปลาก้างพระร่วงค้นหาความลึกลับในถิ่นอเมซอน ถิ่นที่อยู่ของปลากดหางแดงปลาคูกหนามเออร์ วินและปลาหนวดพราหมณ์สัมผัสความพิเศษของสัตว์น้ำที่มหัศจรรย์ เช่น แอ็กโซลอตลหรือปลา หมาน้ำ หรือจะเป็นปลาดาบลาว มีคดาบที่มีชีวิต

Zone 2 สัตว์ประหลาดนักล่า (Monster Creature)

ถ้าขนาดใหญ่ ส่วนจัดแสดงสัตว์เลื้อยคลานในร่มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย พบแมง มุมทาร์นทูรา กบต้นไม้ตาแดง กิ้งก่าคาเมเลียน หรือแม้แต่กบชะง่อนผาเขียว กบหายาก ซึ่งสามารถ พบได้เฉพาะพื้นที่บริเวณคอยอินทนนท์ คอยสุเทพ และพื้นที่ใกล้เคียงเท่านั้นCreatu

Zone 3 ตำรวจห้วงมหาสมุทร (Ocean Explorer) ๖ (Ocean

ชั้นชมมนต์เสน่ห์ แมงกะพรุนหัวคว่ำ ปลาฉลามกบพร้อมไข่หลงไหลไปกับสีสันและความงามของหมู่ปะการังและดอกไม้ทะเล เหล่าปลาตัวน้อย เช่นปลาผีเสื้อปลาฉลามคราดังอย่างปลานีโมหรือปลาการ์ตูนตื่นเต้นไปกับการให้อาหารปลากระเบนจมูกวัวและฉลามเสือดาวที่แสนเชื่อง สัมผัสกับความลึกกลับของหอยวงช้าง ปลาแมงป่องหรือแม่กระทิงนักช่อนตัวอย่าง ปลา กบ

Zone 4 ความลึกลับใต้ลุ่มน้ำ (Under the River)

อุโมงค์น้ำจืด ความยาว 66.5 เมตร จำลองวิถีชีวิตใต้ลุ่มน้ำโขง พร้อมพันธุ์ปลาน้ำจืดหายากจากทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นปลาช่อนยักษ์เมซอน ขนาดใหญ่กว่า 2.5 เมตร กระเบนเจ้าพระยา กระเบนน้ำจืดขนาดใหญ่ ปลาเทพาจากแม่น้ำเจ้าพระยา ปลาทราย ปลาสวายเผือก ปลากระโทง ร่วมถึงปลาบึก “ยักษ์ใหญ่แห่งลุ่มน้ำโขง”

Zone 5 ความอัศจรรย์อันน่าพิศวง (Peculiar and Unbelievable)

ตื่นตาไปกับเหล่าหมู่ปลาผีอันตรายทั้งหลาย ที่จะทำให้คุณตะลึงไปกับความร้ายกาจของพวกเขา ปลาไหลมอเรย์ยักษ์กับฟันที่คมกริบปลาปักเป้ายักษ์พร้อมหนามแหลมคมเวลาพองตัวและปลาคุกทะเลที่มีหนวดอันแสนแหลมคม สะดุดตาไปกับกุ้งพยาบาลสีเลือดที่จะคอยทำความสะอาดปลาตัวใหญ่อย่างน่าอัศจรรย์และกุ้งพยาบาลแถบขาววง (Peculiar a

Zone 6 ความอัศจรรย์อันน่าพิศวง (Peculiar and Unbelievable)

อุโมงค์น้ำทะเลความยาว 66.5 เมตรบอกเล่าเรื่องราวชีวิตใต้ทะเลที่น่าอัศจรรย์ใจการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันของฝูงปลาสวยงาม และ นักล่าอย่าง ฉลามครีบน้ำเงิน ฉลามเทาและฉลามซีเซาซึ่งมีขนาดยาวกว่า 3 เมตรกับเหล่าฝูงปลาหมอตะเลอิกทั้งกระเบนนก ที่ได้ชื่อว่า วิหคแห่งท้องทะเลในพื้นที่จัดแสดงที่ซึ่งจำลองระบบนิเวศใต้ทะเล เช่น ระบบนิเวศแนวปะการังระบบนิเวศแนวสาหร่ายทะเล และระบบนิเวศน้ำลึก ไว้อย่างลงตัว

รายละเอียดการจัดกิจกรรม

1. Snorkeling@ChiangmaiZooAquarium

ทริปดำสำรวจความมหัศจรรย์แห่งอุโมงค์ใต้น้ำกับกิจกรรมดำผิวน้ำดูปลา (Snorkeling Explorer) สัมผัสฝูงปลาน้อย – ใหญ่ นับหมื่นในอุโมงค์น้ำจืดและอุโมงค์น้ำทะเล ตามรอบเวลาที่กำหนดรอบเวลา 10.00 น. เฉพาะเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ อุโมงค์น้ำจืด/ น้ำทะเลทุกวัน จันทร์ – อาทิตย์ 13.00 น. ณ อุโมงค์น้ำทะเล และ 15.00 น. ณ อุโมงค์น้ำจืด

2. Cow-Nosed Ray Feeding

กระเบนจมูกวัว กระเบนหายาก จัดแสดงที่เชียงใหม่ ชู อควาเรียม แห่งเดียวในประเทศไทย พร้อมกิจกรรมการป้อนอาหารเจ้ากระเบนถึงวันละ 3 รอบและสัมผัสความน่ารักของกระเบนจมูกวัวอย่างใกล้ชิดรอบเวลาจำหน่ายอาหาร 10.45, 13.45, และ 16.00 เฉพาะวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

3. 3D Theatre & Underwater Studio

“Underwater Studio” บริการสตูดิโอถ่ายภาพ จำลองบรรยากาศใต้น้ำ เสมือนท่องอยู่ในโลกใต้น้ำ และยังสามารถเลือกใช้บริการ “3 D Theatre” เทคโนโลยีใหม่ล่าสุดในการถ่ายรูปเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก หรือบันทึกความทรงจำแสนประทับใจ

4. Synchronize Swimming ระบายใต้น้ำ

เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ กับการแสดงระบายใต้น้ำ ด้วยท่วงท่าสง่างาม และพลิ้วไหวดุจสายน้ำ ในอุโมงค์น้ำจืดและน้ำทะเล จากสองสุดยอดนักระบายใต้น้ำโอลิมปิก นี้ จัดแสดงวันละ 2 รอบ คือ เวลา 14.00น. ณ อุโมงค์น้ำจืด และ 10.45 น, 15.15 น. ที่อุโมงค์น้ำทะเล ประสบการณ์โลกใต้น้ำบนยอดคดอยที่ครบถ้วนทั้งสาระ และความบันเทิง กิจกรรมดีๆเช่นนี้ พร้อมรอคุณอยู่ที่ เชียงใหม่ ชู อควาเรียม

รายละเอียดการจัดกิจกรรมพิเศษ

เชียงใหม่ ชู อควาเรียม นำเต่าทะเลเดินทางขึ้นคดอยเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์มาพักไข่ที่จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะนำกลับไปปล่อยลงสู่ทะเลไทยเชียงใหม่ ชู อควาเรียม สวณสัตว์เชียงใหม่ ได้รับความอนุเคราะห์จากศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง กองทัพเรือ จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และถือเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ไทย ที่ได้มีการนำเต่าทะเลเดินทางกว่า 700 กิโลเมตร ขึ้นเหนือเพื่อมาจัดแสดงให้กับชาวเหนือ และนักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตของเต่าทะเลไทยอย่างใกล้ชิด และยังได้นำไข่เต่าทะเลมาทำการฟักเป็นตัวถึงเชียงใหม่ เต่าทะเลที่นำมาจัดแสดงในครั้งนี้ เป็นเต่าที่จับมาจากศูนย์ฯ มีอยู่ 3 ขนาด เต่าเล็ก เป็นลูกเต่าตนุ กับเต่ากระ ที่เกิดบนเกาะคราม อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี และเป็นเกาะเดียวของประเทศไทยที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเต่าขึ้นมาพักไข่ตามธรรมชาติโดยไม่มีใครมารบกวน เนื่องจากเป็นสถานที่กองทัพเรือ

ดูแล โดยได้นำไข่เต่ามาปักที่สวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 160 ฟอง เป็นไข่เต่าตนุ และเต่ากระ นำมาปักในตู้ทรายควบคุมอุณหภูมิที่ 29 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นอุณหภูมิที่พอเหมาะ และมีพิธีแต่งงานภายในอุโมงค์ใต้น้ำที่ยาวที่สุดในโลกของ เชียงใหม่ ชู อควาเรียม ในรูปแบบการแต่งงาน 2 วัฒนธรรมไทย-จีน เพื่อเป็นการร่วมเฉลิมฉลองเนื่องในเทศกาลตรุษจีนและวันวาเลนไทน์ ทาง เชียงใหม่ ชู อควาเรียม ยังจัดกิจกรรมพิเศษด้วยการแสดงเซตลิงโต ใต้น้ำ

โดยทั่วไปห้องจัดแสดงนิทรรศการ ควรให้มีเนื้อที่มาก เพื่อสะดวกในการตกแต่ง แบ่งกันออกแบบการจัดแสดง ขนาดที่ใช้ทั่วไปปัจจุบันมีความกว้างตั้งแต่ 6-12 เมตร (ไม่ต่ำกว่า 8 เมตร) ความยาวอย่างน้อย 1.5 เท่าของความกว้าง ระดับฝ้าเพดานควรพอเหมาะไม่ต่ำหรือสูงจนเกินไป โดยทั่วไปถ้าต้องการแสดงด้านข้างควรมีความสูง 4.80 เมตร และห้องที่มีขนาดเล็กควรมีความสูงไม่ต่ำกว่า 3 เมตร

ปัจจุบันนิยมใช้แสงสว่างแบบแสงประดิษฐ์ ช่วยเน้นวัตถุที่จัดแสดง ความสูงทั่วไปที่ 3.60-4.20 เมตรก็เพียงพอ แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงขนาดของวัตถุและครุภัณฑ์ที่ประกอบในการแสดง ด้วยการทำเพดานแบบแขวนต้องใช้ความสูงมากขึ้น โดยทั่วไปความสูง 6 เมตร ก็เพียงพอแต่ถ้าขนาดพื้นที่ของห้องกว้างมากก็อาจสูงถึง 7.50 เมตร

หลักเกณฑ์การจัดนิทรรศการ

1. การคุมโทนสี (Colour Scheme) วัตถุประสงค์ของนิทรรศการ คือ การให้ความรู้แก่ผู้ชมที่มีมิติที่หลากหลายทำให้ผู้จัดสับสน การจัด โครงสีของนิทรรศการไม่ควรเกิน 3 สี โดยมีสีหลัก สีรอง และสีประกอบอื่นในสัดส่วน 70:20:10 จะทำให้ตัดสีใจเลือกสีและควบคุมภาพรวมของนิทรรศการได้ง่ายขึ้น

2. ความหมายของป้ายสัญลักษณ์ (Signage) เป็นส่วนหนึ่งของระบบนำทาง (Wayfinding System) หรือระบบภาพชี้ทาง (Graphic Directional System) เพื่อให้ผู้ชมสามารถเดินทางไปสู่สถานที่ต่าง ๆ ตามต้องการ ในการจัดทำเครื่องมือเพื่อไปสู่จุดหมายได้นั้น นักออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อมได้จำกัดความหมายให้แคบลง โดยสร้างเครื่องมือเพื่อบอกทิศทาง ระบุสถานที่ และบอกคำสั่ง เป็นการให้ข้อมูลอย่างมีระเบียบและเป็นรูปธรรมโดยจัดทำในลักษณะของ แผ่นป้ายสัญลักษณ์ ที่มีการวางแผนออกแบบ โดยการนำสัญลักษณ์ภาพมาใช้ร่วมกับแผ่นป้ายและคำนึงถึงการใช้งานอย่างมีมาตรฐาน เรียกว่า ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage)

System) ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน

3. หน้าหลักของป้ายสัญลักษณ์ แบ่งตามประโยชน์ใช้สอยออกเป็น 4 ชนิด ดังนี้

3.1 บอกทิศทาง คือป้ายประเภทพื้นฐาน ได้แก่ ป้ายแผนที่ไปจนถึงป้ายชี้ทาง

3.2 ระบุชื่อ สถานที่ หรือสิ่งของ คือป้ายบอกชื่อและตำแหน่งของสถานที่ หรือสิ่งของ ได้แก่ ป้ายชื่อเมือง ป้ายชื่อห้อง จนถึงป้ายเครื่องดับเพลิง

3.3 ให้ข้อมูลข่าวสาร I คือป้ายเพื่อบอกข้อมูลข่าวสารจนถึงการให้รายละเอียดถือเป็นส่วนตกแต่งของสถานที่ ได้แก่ ป้ายบอกข้อมูลของนิทรรศการ ป้ายประกาศ

3.4 ควบคุม หรือบังคับ คือป้ายเพื่อบอกข้อจำกัด ข้อห้าม ได้แก่ กฎข้อบังคับ ป้ายห้ามสูบบุหรี่ จนถึงป้ายเขตหวงห้าม

หลักการจัดแสดงในอควาเรียม (Aquarium)

การนำพันธุ์ปลาซึ่งมาจากสถานที่ที่มีความแตกต่างกันจากท้องแม่น้ำ ความลึก ระดับชั้นทะเล ซึ่งเป็นสถานที่ตามธรรมชาติ ซึ่งบางแห่งมีสิ่งจำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงไป ปลาต้องเผชิญกับสิ่งที่ไม่อาจคาดเดาได้ล่วงหน้า เมื่อปลาถูกนำมาไว้ในอ่างหรือตู้แสดงก็เป็นเรื่องนี้อาจเกิดการตายของปลาได้ อันเนื่องด้วยเงื่อนไขในการทำบ่อแสดงเป็นได้ ดังนั้นหลักการจัดแสดงในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำควรพิจารณาถึงสภาพแวดล้อม อุณหภูมิ คุณภาพน้ำ และแสงสว่างที่เหมาะสมกับการจัดกลุ่มที่แสดง การเรียงลำดับความสำคัญในการจัดแสดง เช่น เทคนิคการใช้ไฟเสียงประกอบ และต้องสามารถแบ่งส่วนพิเศษกับส่วนแสดงทั่วไปได้ ราวมือจับควรวางให้ห่างจากผนังตู้ประมาณ 3 ฟุต เพื่อแบ่งแยกระหว่างสิ่งแสดงกับคน เมื่อคนกลุ่มใหญ่จะเข้ามาชมอย่างใกล้ชิด ราวเหล็กจะช่วยป้องกันผู้ชมจากตู้แสดง เพื่อให้คนอื่นๆ สามารถมองเห็นตู้แสดงได้ส่วนแทน สำหรับยื่นควรเตรียมไว้ตามปกติจะสูง 1 ฟุต กว้าง 1 ฟุต และอาจเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างอาคารก็ได้ การจัดพื้นที่และบริเวณทางเข้า (Space and Access) การจัดแบ่งพื้นที่ประโยชน์ภายในอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ซึ่งประกอบไปด้วยถังบรรจุน้ำควรมีการออกแบบให้มีทางเดินเข้าและออก เพื่อให้พนักงานสามารถทำความสะอาดถังน้ำได้ ให้อาหารปลา การสังเกตพฤติกรรมของสัตว์และการจัดเก็บ อุปกรณ์ภายในห้องปฏิบัติการ โดยจะเน้นความสำคัญมากเกี่ยวกับการทำความสะอาด และระบบการใช้งานของถังบรรจุน้ำ การจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการใช้งานของถังบรรจุน้ำ จะขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานของถังบรรจุ น้ำในเวลานั้น รูปทรงของถังบรรจุน้ำและ

การจัดเรียงวางตัวของถังบรรจุน้ำตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งภายนอกที่เหมาะสม ควรจัดให้มีพื้นที่ว่างเหลือไว้สำหรับการเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ที่สำคัญ เช่น เครื่องปั๊ม และถังสำหรับเก็บน้ำ โดยพื้นที่ระหว่างถังบรรจุน้ำควรมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และเน้นการจัดเรียง ถัง บรรจุน้ำที่เป็นระเบียบมีรูปแบบการจัดเรียงเป็นแถว เรียงจากส่วนบนหรือจากส่วนล่างของตัวถัง การจัด แสดงนิทรรศการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการจัดเก็บอุปกรณ์ที่ให้แสงสว่าง ท่อน้ำ และ เครื่องมือสำคัญต่างๆ ให้มีทิศทาง โดยที่ผู้มาเที่ยวไม่สามารถมองเห็นได้ ยกตัวอย่างเช่น การเก็บถังน้ำขนาดเล็กไว้ตามริมขอบประตู หรือ การทำพื้นที่ให้ลาดเอียงเพื่อเป็นทางเข้าไปสู่ถังน้ำ

1. วิธีการจัดแสดงสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ (Aquarium) โดยทั่วไป

วิธีจัดแสดงงาน 3 วิธี คือ

1. แบบวงแหวน การจัดแสดงวิธีนี้คนดูจะเดินวนลงมาตามทางลาดโดยมีทาง Service อยู่รอบนอก ซึ่งจะทำให้ Service ค่อนข้างลำบากและสิ้นเปลืองใช้เนื้อที่ค่อนข้างมาก
2. แบบขึ้นไปทีละครั้งชั้น การจัดแบบนี้ผู้เข้าชมจะเดินขึ้นทีละครั้งชั้น โดยส่วน Service อยู่ทางด้านหลังทั้ง 2 ข้างของอาคาร ทำให้การดูแลผู้แสดงถูกแยกออกเป็น 2 ส่วน
3. แบบจัดเข้ากลุ่ม การแสดงงานทั้งหมดจะอยู่ในชั้นเดียวกันตลอด โดยคนดูสามารถเดินชมได้อย่างต่อเนื่อง และการจัดตู้ปลาจะแบ่งตามกลุ่มประเภทปลา อีกทั้งการดูแลรักษา ก็สามารถทำได้ง่าย

2. ส่วนห้องจัดแสดง

ลักษณะสำคัญสำหรับการออกแบบนั้นเราต้องกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับผู้มาชมงาน และพื้นที่สำหรับส่วนทำงาน โดยถ้าคิดว่าส่วนแสดงพันธุ์นั้นเป็นยิ่งกว่าบ้านของสัตว์น้ำ และพืชก็ควรจะมีการออกแบบส่วนแสดงเป็นพิเศษ เพื่อแสดงให้เห็นจุดประสงค์ที่แท้จริงของสถานแสดงได้ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำนี้เป็นสถานที่สาธารณะให้ความรู้ด้านการศึกษาและให้การพักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้มาเที่ยวชม จึงต้องมีการจัดการจัดเตรียมเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ โดยภาพ คำบรรยาย และที่สภาพที่อยู่ของสัตว์น้ำที่ได้รับการตกแต่งอย่างสวยงามตามธรรมชาติด้านในแล้ว

ผู้ออกแบบ ควรมีการจัดกลุ่มและนำเสนอพร้อมรูปแบบมัลติมีเดีย เพื่อให้เกิดความจดจำแก่ผู้ชมได้เป็นอย่างดี การออกแบบขึ้นอยู่กัขนาดตัวอาคารและขนาดที่ตั้งและจำนวนผู้มาเที่ยวชม การออกแบบควรเตรียมการสำหรับอนาคตด้วย อาคารควรมีรูปร่างโปร่งและสิ้นไหลได้ ควรหลีกเลี่ยงสิ่งดึงดูดความสนใจจากจุดอื่นด้วยการวางตู้ไว้ที่มุม ด้วยการทำให้ผู้เข้าชมมองเห็นส่วนนิทรรศการที่เปิดโล่งสามารถให้ความรู้สึกร่วมกันและต่อเนื่องที่จะนำพาผู้ชมไปตลอดทาง

3. ตู้เลี้ยง

ตู้ที่ใช้แสดงสัตว์น้ำมักมีราคาแพงโลหะในถังสำหรับน้ำทะเลต้องถูกเลือกอย่างระมัดระวังกว่าน้ำจืด อย่างไรก็ตามวัสดุทั้งหมดต้องทำด้วยโลหะเนื้อให้ได้มากที่สุด สำหรับถังเล็ก ๆ ตั้งแต่ 2,000 แกลลอนขึ้นไป ถึงไฟเบอร์กลาสหรือไม้อัดฉาบพลาสติก จะเป็นถังที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ ไฟเบอร์กลาสคือ สารเนื้อที่สมบูรณ์มีน้ำหนักเบามีการเปลี่ยนแปลงและผ่านการทดลองมาแล้วมีความเหมาะสมที่สุด ถึงคอนกรีต จะไม่ได้เป็นส่วนเดียวกันกับอาคารอย่างครบถ้วน การออกแบบจะต้องพิจารณาถึงปัญหาของการระบายน้ำ การทำความสะอาด แม้บางอย่างอาจจะต้องการลักษณะพิเศษทางระบายน้ำต้องเร็วและสะดวก

ประเภทของตู้จัดแสดง แบ่งได้ดังนี้

1. Small Tank มีหลักการจัด คือ
 - ปลาขนาดเล็ก มีความยาวประมาณ 4-6 นิ้ว
 - ปลาที่น่าสนใจเป็นพิเศษ
 - ปลาที่อยู่ร่วมกับตัวอื่นไม่ได้
 - ปลาที่กินแพลงตอนและสาหร่ายเป็นอาหาร
2. Medium Tank มีหลักการจัดคือ
 - ปลาที่มีความยาวประมาณ 12 นิ้ว
 - ปลาอยู่เป็นฝูง
 - ปลากินเศษอาหาร
 - ปลาที่เคลื่อนไหวช้า
 - ปลาที่ซุกซ่อนตามซอกมุม
3. Large Tank, Giant Tank, Shark Tank มีหลักการจัดคือ
 - ปลาขนาดใหญ่
 - ปลาว่ายน้ำเร็ว
 - ปลาชอบที่กว้าง
 - ปลาที่อยู่รวมกันเป็นฝูง
 - ปลาพันธุ์พิเศษ

4. งานระบบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

1. อุณหภูมิ คืออุณหภูมิได้น้ำในตู้ปลา มีความสำคัญกับทุกชีวิตในตู้ปลาทั้งหมด โดยเฉพาะปลาที่เป็นสัตว์เลือดเย็น อุณหภูมิของร่างกายจะเท่ากับอุณหภูมิของน้ำ ดังนั้นการ

เปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของน้ำเพียง 1 องศา ก็สามารถเป็นอันตรายกับปลาได้ อุณหภูมิมีอิทธิพลต่อระบบชีววิทยาอย่างมากอุณหภูมิจะเปลี่ยนแปลงเคมีในร่างกายของสัตว์ที่สำคัญที่สุด

2. ระบบกรองน้ำ น้ำเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ น้ำที่ใส่ลงไปนั้นจะต้องไม่มีแพลงตอน เชื้อโรคและสัตว์มีชีวิตอื่นๆ ต้องเป็นน้ำทะเลหรือน้ำผสมที่มีความสะอาดจริงๆ การกรองน้ำมีหลายวิธี การจะใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับประเภทของแต่ละสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำนั้นๆ และขึ้นอยู่กับปริมาณที่แสดง ระบบการกรองน้ำประกอบด้วย ท่อส่งน้ำเข้าและออก ท่อระบายน้ำและเครื่องกรอง

ระบบกรองน้ำแบบเปิด

ข้อดีของระบบนี้ คือ

- น้ำทะเลใหม่ๆ มาหมุนเวียนได้ตลอดเวลา
- ความเค็มของน้ำในตู้แสดงใกล้เคียงกับน้ำทะเลจริงๆ
- ไม่เกิดปัญหากับสัตว์ในถังขนาดใหญ่ เพราะเชื้อโรคไม่สามารถทำอันตรายได้
- เหมาะกับถังที่แสดงสัตว์กินแพลงตอนเป็นอาหาร เพราะมีปริมาณแพลงตอนที่

เหมาะสมตามสภาพจริง

- ปริมาณออกซิเจนเหมาะสมตามสภาพจริง

ข้อเสียของระบบนี้ คือ

- สามารถทราบได้ว่าน้ำทะเลจะเสียหรือเป็นพิษเมื่อใด
- ควบคุมความสะอาดของน้ำได้ยากยิ่งเปลืองกว่าระบบอื่น
- ต้องมีสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุน เช่น แม่น้ำ ทะเล

ระบบกึ่งเปิด-ปิด

ลักษณะของระบบกึ่งเปิด-ปิด เป็นการหมุนเวียนของน้ำที่เอาระบบปิดและเปิดมาใช้ร่วมกัน โดยที่แต่ละถัง จะมีระบบปิดของการหมุนเวียนน้ำที่แยกออกจากกัน ซึ่งจะใช้เมื่อมีที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติ แต่ไม่สามารถนำน้ำบริเวณนั้นออกมาใช้ได้ อันเนื่องมาจากน้ำสกปรกหรือไม่สามารถวางท่อไปยังจุดที่ต้องการสูบน้ำได้ แต่อาจใช้เรือสูบน้ำในบริเวณที่ต้องการ แล้วนำมาใช้ในโครงการ ดังแสดงแต่ละถังจะมีระบบการถ่ายเทของการระบายน้ำเข้า-ออก นั้นเกิดจากท่อหลักที่ใช้แล้วจะผ่านเครื่องกรองจุลินทรีย์ และถูกส่งกลับเข้าถังแสดง รวมทั้งสามารถควบคุมอุณหภูมิในเครื่องกรองหรือท่อได้

ข้อดีของระบบนี้ คือ

อากาศบางส่วนเข้ามาแทนที่น้ำ และการเคลื่อนไหวของฟองอากาศในน้ำจะทำให้มีการหมุนเวียนของน้ำเกิดขึ้น และเกิดออกซิเจนในน้ำได้

ข้อเสียของระบบนี้ คือ

จะทำให้ปลาเกิดความเคยชินกับสภาพภายในตู้ หากไม่ได้อยู่ในน้ำที่มีการหมุนเวียนอากาศ เช่น เมื่อเกิดไฟฟ้าดับหรือ ทำการย้ายปลาเข้าสู่ตู้ในห้องวิจัย จะทำให้เกิดเปลี่ยนแปลงหรือไม่สบาย

ระบบปิด

เป็นวิธีการที่น้ำทะเลจะต้องผ่านเครื่องกรองเอาแพลงตอน เชื้อโรคและสัตว์เล็กๆ ออกให้หมด เพื่อให้เป็นน้ำทะเลที่บริสุทธิ์จริงๆ หลักการของระบบนี้คือ การหมุนเวียนน้ำจากถังแสดงมาผ่านเครื่องกรอง เติมอากาศแล้วนำกลับมาใช้ในตู้เหมือนเดิม เป็นระบบที่อยู่ตัวไม่ต้องเติมน้ำทะเลเพื่อเปลี่ยนถ่ายให้กับระบบ ๆ อาจจะเปลี่ยนเมื่อเวลาผ่านไปประยะยาว หรือมีการติดเชื้อในถังแสดง ในการนำน้ำมาเปลี่ยนอาจจะใช้รถขนน้ำมาเก็บไว้หรือดูดจากทะเลโดยตรงก็ได้ สำหรับระบบ Close System Of Water Circulation มีลำดับของการไหลของน้ำ ดังนี้

1. มีห้องเครื่องอยู่ริมทะเล ป้อนน้ำขึ้นมา ตรงตำแหน่งที่ดูดน้ำขึ้นมาควรอยู่ลึกประมาณ 5-10 เมตร เพื่อที่จะสะอาดไม่มีสาหร่ายหรือสิ่งสกปรกติดขึ้นมา ส่วนปลาอยู่ในท่อเมื่อต้องการน้ำก็ทำการเดินเครื่อง ลินก็จะเปิดออกและดูดน้ำเข้าไปได้เลยโดยไม่ต้องเสียเวลาเติมน้ำให้เต็ม หรือกรณีที่บ่อพักน้ำไม่ได้อยู่ริมทะเลก็จะมีกรอป้อนน้ำขึ้นมายังท่อส่งน้ำ เมื่อต้องการน้ำจากทะเลก็จะสูบน้ำเก็บไว้ในรถน้ำเพื่อนำน้ำไปเก็บไว้ในบ่อกรองต่อไป

2. บ่อพักอยู่ภายนอกอาคารมีหลังคามุง เพื่อป้องกันความร้อนให้ลมถ่ายเทได้ เพื่อน้ำทะเลจะไม่เกิดความร้อน ไม่เกิดสาหร่าย ถึงพักควรทำเป็นส่วนๆ เพื่อสะดวกในการทำความสะดวก เมื่อน้ำเสียจะได้ไม่ต้องทิ้งน้ำทั้งหมด ควรกักน้ำไว้ประมาณ 7 วัน

3. ถังกรองจะอยู่ภายในอาคารหลายครั้งจะอยู่ในส่วนของห้องใต้ดิน ทำเป็นส่วนๆ เช่น สิ่งที่จะใช้กรองน้ำทะเลมีหลายชนิดคือ เศษปะการัง ไยแก้ว กระจุกเผา หินควอซ์ ถ่านทรายละเอียด แผ่นฟองน้ำสำหรับกรองเศษอาหาร ระบบกรองน้ำแบบปิดจะสูบน้ำเข้าถัง A ใช้ปั๊มสูบน้ำเข้าถัง B แล้วจ่ายไปยัง C และ D น้ำจะไหลออกจากถัง C, D กลับไปทางถัง A จะต้องการกรองให้สะอาดก่อนจะสูบน้ำไปยังถัง B

*หมายเหตุ G คือถังออกซิเจน

ข้อดีสำหรับระบบนี้ คือ

- น้ำทะเลมีความสะอาดสูงเพราะผ่านการกรอง

- ควบคุมน้ำสะอาด, เชื้อโรค, ความเป็นพิษได้ง่าย
- เหมาะสำหรับปริมาณน้ำที่ไม่มากนัก

ข้อเสียของระบบนี้ คือ

- เมื่อใช้ไประยะยาวนานทะเลจะเปลี่ยนความเค็ม เนื่องจากเกิดการระเหย
- ต้องควบคุมความเค็มของน้ำอยู่ตลอดเวลา
- ใช้อุปกรณ์งบประมาณและเนื้อที่ในการกรองมาก

5. เสียงและความสั่นสะเทือน (Sound And Vibration)

ปลาจำนวนมากมีความไวต่อการรับแสงอย่างรวดเร็ว และมีความไวต่อสิ่งกีดขวางอื่นๆ ด้วย ตู้ปลาเป็นที่ที่มีเสียงแทรกเยาะระดับเสียงแทรกในตู้ปลามักจะถูกรบกวนโดยเสียงแทรกในทะเลและน้ำจืด เสียงแทรกส่วนใหญ่มาจากเครื่องจักร เครื่องสูบน้ำและเครื่องอัดอากาศ ที่เกี่ยวข้องกับตู้ปลา และลักษณะของเสียงมีแต่ความถี่ทางสเปกตรัมอย่างเดียว เสียงฟีฟ่า เสียงเปิด-ปิดประตู เสียงพูดคุยที่ดัง สามารถทำให้เกิดปัญหาได้ และนิสัยที่ตกใจง่ายทำให้ตกใจจากที่อยู่อาศัยอยู่ ความสั่นสะเทือนจะถูกส่งผ่านน้ำ โดยพื้นที่ตั้งของตู้ปลา และทางท่อน้ำ สำหรับปลาที่มีความไวต่อการรับเสียงสูง เมื่อมีการศึกษาพฤติกรรมการฟังของปลาอาจจะมีความจำเป็นที่จะต้องชะลอเสียงแทรกในตู้ปลา

หลักการให้แสงสว่างกับอาคารสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

การให้แสงสว่างกับอาคารเป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่ง เพราะหมายถึงการใช้พลังงานภายในอาคาร การดึงเอาแสงธรรมชาติมาใช้ในสถานที่ที่เหมาะสม ย่อมหมายถึงการช่วยประหยัดพลังงานได้แต่สำหรับอาคารบางประเภท ที่ต้องควบคุมแสงเป็นพิเศษ เช่น อาคารสถาบันทางการวิจัย อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เป็นต้นซึ่งแสงสว่างเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อสิ่งที่อยู่ในอาคารเทคนิคการให้แสงสว่างแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. แสงสว่างธรรมชาติ ก่อให้เกิดบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีชีวิตชีวา แต่การใช้แสงสว่าง ธรรมชาติที่ผิดที่กับสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษาหรือตะไคร่น้ำสีเขียวเกิดขึ้นได้

2. แสงสว่างวิทยาศาสตร์ ในการออกแบบสำหรับสถานที่ต่างๆ แสงสว่างธรรมชาติที่เป็นแสงที่ไม่ควบคุมได้ ตามกาลเวลาสภาพดินฟ้าอากาศที่ไม่สามารถกำหนดในความเข้มของแสง หลักการส่องสว่างที่ดี นอกจากความส่องสว่างหรือลูเมนเนสที่เพียงพอแล้ว แสง สี ความนุ่มนวลของสภาวะแวดล้อม แสงบาดตาทั้งผู้ชมและต่อสัตว์น้ำ เช่น ในส่วนอุโมงค์ หรือส่วน

ที่มีการจัดแสดงตู้พันธุ์ปลาต้องคำนึงถึงแสงที่สะท้อนจากอคริลิก มีผลต่อการมองเห็น การมองเห็น
วัตถุชัดเจนเพียงพอต่อความสบาย สิ่งสำคัญ คือต้องมีความสบายกับสายตาในการมองเห็น
องค์ประกอบของการส่องสว่างที่ดีประกอบด้วย ระดับความส่องสว่าง สีของแสง ทิศทางของการ
ส่องแสง การกระจายอุณหภูมิแนบ และ การกำจัดแสงบาดตา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาว กรวรรณ แสงวงศ์

วัน เดือน ปี เกิด

25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2528

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543-2545

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระหฤทัย จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. 2546-2550

สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยพายัพ

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2550

บริษัท นีอทเทรินสตาร์ อคาเดมี จำกัด ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ธุรการ
และประสานงานทั่วไป

พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน

บริษัท มารีน สเคป (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่งเจ้าหน้าที่จัดซื้อ
และ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved