

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชม
สวนสัตว์เชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวสุนตรา วงษ์พันธุ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

กรรมการ

ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 300 คน ในช่วง เดือนเมษายน พ.ศ. 2550 การวิเคราะห์พฤติกรรมใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์โดยการให้นำหนักความสำคัญแบบลิเคิตสเกล นอกจากนี้ยังทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ตามกลุ่มอาชีพและกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติไคสแควร์ การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นใช้วิธี CVM แบบปิดด้วยเทคนิคที่เรียกว่า Bidding Game และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายและปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนมากเป็นโสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมาเกี่ยวกับครอบครัวและญาติ ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์ประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ คนละ 286.15 บาท และส่วนใหญ่ทราบข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของสวนสัตว์เชียงใหม่จากทางโทรทัศน์

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเห็นว่าเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี และปัจจัยด้านราคา ซึ่งเห็นว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ส่วนการทดสอบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอาชีพแล้ว พบว่า ผู้ที่มีรายได้ไม่ประจำมีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้าและโคอาล่า ตลอดจนมีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ประจำ เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวชาวไทยตามกลุ่มอายุ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เฉลี่ยที่ราคา 58.82 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่าเพศหญิง 8.45 บาท นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดมีความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพอื่น 5.15 บาท นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 0.33 บาท นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 1.28 บาท และหากนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10,000 บาทต่อเดือน มีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้น 3.40 บาท

Independent Study Title	The Behavior of Thai Tourists in Visiting Chiang Mai Zoo	
Author	Miss Sunetra Wongphan	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee		
	Assoc.Prof.Porntip Tianteerawit	Chairperson
	Asst.Prof.Dr.Sasipen Phuangsaichai	Member
	Asst.Prof.Dr.Piyaluk Buddhawongsa	Member

ABSTRACT

This study has objectives to understand the behavior of Thai tourists in visiting Chiang Mai Zoo, to analyze the factors influencing their visits, and to assess their willingness to pay for the visits. Information were collected from zoo samples of Thai tourists who visited Chiang Mai Zoo during the month of April 2007. Analysis of visitors behavior was based on descriptive statistics. The factors influencing the visits to the zoo were proposed to include price, activities organized by the zoo, and publicity for promotion and they were assessed by Likert scale technique. Moreover, opinion test was also performed to distinguish the influential factors underlying the behavior of zoo visitors in different occupational and age groups on the bases of chi-square statistics. The willingness to pay was determined by Contingent Valuation Method (CVM) using referendum bidding game technique. Multiple regression analysis was undertaken to understand the relationship between the level of willingness to pay.

ลิขสิทธิ์สงวนโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

The study revealed that most of the samples of Thai tourist were characterized as male, less than 30 years old, single, private business operator, with bachelor's degree education, and having 5,001-10,000 baht average monthly income, on 300 visitors behavior, most tourists under study were found to have recreation and leisure time spending as their primary purpose for visiting the zoo, come with family or relatives, make revisit the zoo, travel to the zoo by private car, spend about 1-2 hours touring the zoo, spend about 286.15 baht per person for the visit, and get information concerning the zoo from television media.

The most influential factor for the visits to Chiang Mai Zoo was found to be the zoo's activities especially the provision of information and knowledge about zoo animals which was valuable for education. The next most influential factors were publicity as the zoo staff keep people well-informed about the zoo, and price as the admission fees are reasonable.

By occupational group, those visitors having no fixed income are more likely than those having fixed income to express the opinion that the activities concerning the Pandas and Koalas as well as the information about the animals have high effect on the demand for zoo visits. However, the study by age group found no difference in opinion about most important factor for zoo visits among people at different ages.

The examination on the willingness to pay revealed the average willingness to pay was 58.82 baht per person. Male visitors were willing to pay more than the female counterpart by 8.45 baht. The unmarried were willing to pay more than the otherwise cases by 5.15 baht. The older the visitors, the more they were willing to pay by 0.33 baht. The higher their education, the more the visitors were willing to pay by 1.28 baht. In the case the visitors had earned another 10,000 baht per month above their current income level, they were willing to pay an additionally 3.40 baht for visiting Chiang Mai zoo.