

แรงจูงใจเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

PSYCHOLOGICAL MOTIVATIONS OF ZOO VISITORS

ศวิตา เกตุนาถ 6050183

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจเสติกุล, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแรงจูงใจเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เพื่อนำไปสู่กลยุทธ์ทางการตลาดให้กับสวนสัตว์แห่งใหม่ที่จะทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เนื่องจากว่าปัจจุบันสวนสัตว์ในประเทศไทยไม่ได้ได้รับความนิยมเหมือนเช่นเคย เพราะมีสถานที่ทดแทนเพิ่มมากขึ้น ผู้คนเลยหันมาท่องเที่ยวสวนสัตว์น้อยลง โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 40 คน ซึ่งมีความต่างเพศ ช่วงอายุ และสถานภาพ ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2562

ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยวสวนสัตว์มี 4 แบบ คือ Adventure Visiting, Social Visiting, Recreation Visiting และ Signature Visiting ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่มีการศึกษาในชนิดของแรงจูงใจในหลายๆงานวิจัยในต่างประเทศ อย่างไรก็ตามในแง่ของลำดับความสำคัญ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับ Social Visiting มากที่สุด

คำสำคัญ : แรงจูงใจ/ พฤติกรรม/ ทักษะ/ สวนสัตว์