

ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ  
และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ  
และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2561



นางสาววันวิสาข์ ศรีกลับ  
ผู้วิจัย

.....  
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
ธีรพงษ์ ปิณิจิเสถิกุล,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
ดวงพร อากาศศิลป์,  
คณบดี  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือจาก ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องและข้อผิดพลาดต่างๆ พร้อมทั้งติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา รวมถึง ผศ.ดร.วินัย วงศ์สุวรรณ และ ดร.ธีรพงษ์ ปิณิจเสกกุล ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้การสนับสนุนและผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และมีส่วนร่วมในงานวิจัยนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับการช่วยเหลือและกำลังใจจากคุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนๆ ตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการสวนสัตว์ ตลอดจนผู้ที่มีความสนใจในเรื่องนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใดในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขออภัยไว้ด้วยความเต็มใจ และขออภัยมา ณ ที่นี้

วันวิสาข ตรีศกัถ

ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

THE FACTORS OF IMPORTANT IN AFFECT THE SATISFACTION AND TRAVEL BACK  
AT THE ZOO

วันวิสาข์ ศรีกล้า 6050310

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสกิกุล, Ph.D., ผู้ช่วย  
ศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในระหว่างการจัดทำสวนสัตว์ระดับชาติ ซึ่งคาดหวังให้เป็นสวนสัตว์ระดับเอเชีย จึงจำเป็นต้องศึกษาว่าสวนสัตว์แห่งใหม่ควรมุ่งเน้นในเรื่องใดบ้างและจะทำการออกแบบอย่างไร โดยปัจจัยที่สนใจศึกษามีทั้งหมด 5 ด้าน คือ การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์ สำหรับการเข้าชมสัตว์ ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่างๆภายในสวนสัตว์ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษามีจำนวน 624 คน ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) และใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์สูงสุด คือ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ โดยถึงแม้นักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความสำคัญในด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ แต่ปัจจัยด้านนี้ไม่ส่งผลต่อส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

คำสำคัญ : สวนสัตว์/ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว/ การกลับมาท่องเที่ยว

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย	4
<b>บทที่ 2</b> <b>แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจรรยาบรรณและการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย	13
<b>บทที่ 3</b> <b>วิธีการดำเนินงานวิจัย</b>	<b>14</b>
3.1 การออกแบบงานวิจัย	14
3.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	14
3.1.2 ปัจจัยความสำคัญ	15
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	15
3.2.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variables)	15
3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)	17
3.3 สมมติฐานของงานวิจัย	17
3.3.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	17

## สารบัญ

	หน้า
3.3.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำคัญ	17
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	18
3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Secondary Data)	19
3.5.2 การศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	19
3.6 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	20
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)	20
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)	20
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล</b>	<b>22</b>
4.1 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)	22
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์	26
4.2.1 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด	26
4.2.2 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด	27
4.2.3 ความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์	27
4.2.4 ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ยินดีจะจ่ายต่อคน	28
4.2.5 ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์	29
4.2.6 อยากให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง	29
4.2.7 การไปเที่ยวชมสวนสัตว์คาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด	30
4.2.8 อยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง	31
4.2.9 อยากมีส่วนร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง	31
4.2.10 อยากให้ภายในสวนสัตว์มีสิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้างเพิ่มเติมจากการ แสดงสัตว์	32
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์	33

## สารบัญ

	หน้า
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	37
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความสำคัญกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว สวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	46
<b>บทที่ 5</b> <b>สรุปผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>51</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	51
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	55
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	55
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>56</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>58</b>
ภาคผนวก ก    แบบสอบถาม	59
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>66</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านเพศ	23
4.2	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านอายุ	23
4.3	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านสถานภาพ.	24
4.4	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24
4.5	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านระดับการศึกษาสูงสุด	25
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น – ปัจจัยความสำคัญ	33
4.7	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	37
4.8	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอายุ	39
4.9	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	39
4.10	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านสถานภาพ	41
4.11	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านสถานภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์.	41
4.12	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43
4.13	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	43
4.14	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านระดับการศึกษาสูงสุด	45
4.15	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	45



## สารบัญญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 กราฟแสดงผลผู้เข้าชมสวนสัตว์จำนวน 7 แห่งภายใต้กำกับดูแล ขององค์การสวนสัตว์	2
2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย	13
4.1 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด	26
4.2 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด	27
4.3 ความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์	27
4.4 ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ยินดีจะจ่ายต่อคน	28
4.5 ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์	29
4.6 อยากให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง	29
4.7 การไปเที่ยวชมสวนสัตว์คาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด	30
4.8 อยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง	31
4.9 อยากมีส่วนร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง	31
4.10 อยากให้ภายในสวนสัตว์มีสิ่งสนทนาการใดบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์	32
4.11 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ความสำคัญมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Model Summary	47
4.12 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ความสำคัญมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - ANOVA	47
4.13 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ความสำคัญมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Coefficients	47
4.14 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ความสำคัญมีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Model Summary	49

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
4.15	การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ความสำคัญมีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - ANOVA	49
4.16	การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ความสำคัญมีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Coefficients	49



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สวนสัตว์ถือเป็นแหล่งเรียนรู้ชีวิตสัตว์ป่าและธรรมชาติที่ใกล้ชิดตัวมากที่สุด แต่เมื่อเวลาผ่านไป สวนสัตว์ต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาตามวัตถุประสงค์ในแต่ละยุค เริ่มตั้งแต่สมัยยุคล่าอาณานิคม จากเดิมสวนสัตว์คือสถานที่ที่เก็บสมบัติของประเทศเจ้าอาณานิคมที่ไปล่ามาได้ และใช้เก็บสิ่งของมีค่า โดยเฉพาะสัตว์ป่าต่าง ๆ ที่ประเทศราชได้ส่งมาเป็นของบรรณาการ ซึ่งนำมาจัดแสดงรวมกันไว้ในที่เดียว อาทิ สิงโตและเสือโคร่งที่มาจากคนละทวีป รวมทั้งนำคนป่าหรือชนเผ่ามาโชว์ในที่แห่งเดียวกัน ซึ่งในเวลานั้นคุณค่าของสัตว์ป่าและคนป่าที่มีชีวิตเป็นแค่ของแปลก ต่อมาเมื่อมนุษย์เริ่มมองเห็นคุณค่าของสัตว์ป่ามากขึ้น จึงเริ่มแยกสัตว์แต่ละทวีป แต่ละสายพันธุ์ออกจากกันตามถิ่นที่อยู่ด้านภูมิศาสตร์ (Geographical Zoning) หลังจากนั้นไม่นานสวนสัตว์ที่เป็นแค่การจัดแสดงก็เริ่มเปลี่ยนแปลง และเพิ่มภารกิจหน้าที่มากขึ้น เมื่อสัตว์บางชนิดเริ่มสูญพันธุ์ด้วยภัยธรรมชาติ โรคระบาด แต่ยังมีสัตว์บางชนิดเหลือรอดอยู่ภายในสวนสัตว์ สวนสัตว์จึงกลายเป็นสถานที่เก็บรักษาพันธุ์สัตว์ป่าไปโดยปริยาย

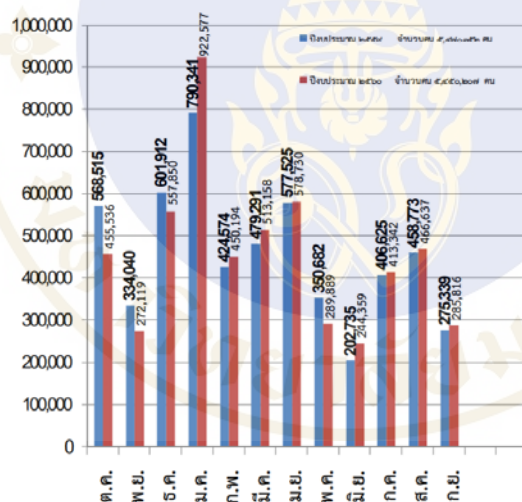
จนกระทั่งมาถึงการเป็นสวนสัตว์สมัยใหม่ (Modern Zoo) ที่มีข้อกำหนดหลักสำคัญ 4 เรื่องคือ อนุรักษ์ ให้การศึกษา วิจัย และพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อให้ผู้คนได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติในเมืองมากขึ้น รวมทั้ง Zoological Park หรือสวนสัตว์และสวนสาธารณะที่มีสัตว์ป่าให้ชม มีพันธุ์ไม้ให้ศึกษา มีประวัติศาสตร์ให้เรียนรู้ ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของสวนสัตว์ที่มีอยู่ในทุกประเทศทั่วโลก

ภารกิจหลักของสวนสัตว์สมัยใหม่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้หนึ่งในสังคม มีหน้าที่บริการความรู้ และการพักผ่อนหย่อนใจควบคู่กัน การเรียนรู้ในสวนสัตว์ไม่ได้มีแค่เรื่องของสัตว์ป่า พืชพันธุ์ แต่ยังเป็นหน่วยย่อยของการสื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมรอบด้าน นอกจากนี้ยังสามารถสอนถึงต้นทางของธรรมชาติ สรรพสิ่ง และทำหน้าที่เป็นแหล่งเพิ่มพูนและเผยแพร่ความรู้ให้กับมนุษยชาติ

ดังนั้นการย้ายสวนสัตว์คูสิต (สวนคูสิต หรือ เขาดินวนา) จึงถือเป็นโอกาสที่ดีในการตั้งต้นสวนสัตว์สมัยใหม่ตั้งแต่ต้นกระบวนการอีกครั้ง ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นสวนสัตว์ที่มีระบบจัดการและการออกแบบโครงสร้างที่ดียิ่งขึ้น จากเดิมอาจมีข้อจำกัดในการขยาย การจัดการระบบภายในสวนสัตว์อันเนื่องมาจากขนาดของสถานที่ การย้ายไปที่ใหม่จึงถือว่าเป็นโอกาสสำหรับองค์การสวน

สัตว์ที่มีประสบการณ์กว่า 80 ปี ในการทำสวนสัตว์มา 7 แห่ง ที่จะถ่ายทอดออกมาเป็นการสร้างสวนสัตว์ระดับชาติหรือระดับโลก และเป็นโอกาสให้องค์กรได้เริ่มดีไซน์จากศูนย์ ตั้งแต่พื้นที่ว่างๆ ได้ คิด เนรมิต วางผัง มีสถาปนิกและวิศวกรดูแลในเรื่องกฎหมายและการออกแบบ และนับว่าเป็นครั้งแรกที่จะได้เริ่มทำโดยปราศจากแรงกดดันด้านเวลา

นอกจากนี้สวนสัตว์ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวของทุกเพศ ทุกวัย ที่นอกจากจะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ยังได้รับความรู้อีกด้วย จากรายงานประจำปีขององค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่ามีรายได้ประจำปี พ.ศ. 2558 - 2560 อยู่ที่ 641.63, 581.403 และ 557.661 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นมูลค่าจำนวนมาก แต่จะเห็นได้ว่ามีรายได้รวมลดลงเรื่อย ๆ เมื่อพิจารณาสถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมสวนสัตว์จำนวน 7 แห่งภายใต้การกำกับดูแลขององค์การสวนสัตว์มีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าสวนสัตว์ขององค์การสวนสัตว์ในแต่ละภูมิภาคจะมีการจัดงานตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมและเพิ่มรายได้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปที่ท่องเที่ยวสวนสัตว์แล้วก็ตาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าอาจจะมียุทธศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการสร้างความพึงพอใจและการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์อีกครั้ง



ภาพที่ 1.1 กราฟแสดงผลผู้เข้าชมสวนสัตว์จำนวน 7 แห่งภายใต้กำกับดูแลขององค์การสวนสัตว์

สำหรับประเทศไทยนั้นไม่เคยทำสวนสัตว์แบบเฉพาะตัวมาก่อน แต่เป็นการรับวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามา ซึ่งสวนสัตว์ดุสิต (สวนดุสิต หรือ เขาดินวนา) ถือเป็นสวนสัตว์ที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดของประเทศ โดยมีอายุ 80 ปีในปี 2561 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ได้เรียนรู้จากบุคคลากรที่จบจากต่างประเทศมาช่วยงาน มีการส่งบุคคลากรไปดูงานจากต่างประเทศเพื่อปรับปรุงและต่อยอดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำสวนสัตว์ให้ดีขึ้น ดังนั้นการปิดตัวของสวนสัตว์ดุสิตในครั้งนี้ คือความพร้อมที่จะพัฒนาสวนสัตว์ครั้งใหม่ โดยประเด็นและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสวนสัตว์แห่งใหม่

ในอนาคตจะช่วยสร้างคุณค่าให้กับผู้คน สัตว์ป่า สิ่งแวดล้อม และสังคมไทยได้อย่างไร ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานต่าง ๆ ในการพัฒนาสวนสัตว์แห่งใหม่ เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์การสวนสัตว์ในอนาคตที่จะนำไปสู่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในระหว่างการจัดทำสวนสัตว์ระดับชาติแห่งใหม่ ซึ่งคาดหวังให้เป็นสวนสัตว์ระดับเอเชีย โดยมุ่งเน้นการให้ข้อมูลและความรู้ การพักผ่อนหย่อนใจ และการรักษาสัตว์ จึงจำเป็นต้องศึกษาว่าสวนสัตว์แห่งใหม่ควรมุ่งเน้นในเรื่องใดบ้างและทำการออกแบบอย่างไร เพื่อส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

## 1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่นักท่องเที่ยวสวนสัตว์เห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และศึกษาปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยปัจจัยที่สนใจศึกษามีทั้งหมด 5 ด้าน คือ

1. การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์
2. ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์
3. การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์
4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์
5. การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

สำหรับการศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 เพื่อให้งานวิจัยได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือว่าเป็นตัวแทน

ของนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ จึงทำการสำรวจเชิงปริมาณด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 624 คน เป็นเพศชายจำนวน 182 คน เพศหญิงจำนวน 442 คน มีช่วงอายุครอบคลุมทุกช่วงวัยตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ไม่เกิน 15,000 บาท จนถึง 60,000 บาทขึ้นไป และมีระดับการศึกษาสูงสุดตั้งแต่ระดับประถมศึกษา จนถึงปริญญาโทหรือสูงกว่า (จากการทดสอบพบว่าปัจจัยทางด้านเพศ ช่วงอายุ รายได้ และการศึกษา มีความเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ)

#### 1.4 ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย

- 1.4.1 ได้ทราบถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวสวนสัตว์เห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 1.4.2 ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 1.4.3 ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 1.4.4 ได้ทราบถึงการออกแบบพื้นที่ภายในสวนสัตว์ควรประกอบไปด้วยโซนนี้ังอะไรบ้าง
- 1.4.5 ได้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการในปัจจัยต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวอยากให้มีภายในสวนสัตว์
- 1.4.6 ผู้ให้บริการสวนสัตว์หรือผู้ที่มีความสนใจในการบริหารจัดการสวนสัตว์สามารถนำผลจากการศึกษานี้ไปประกอบการตัดสินใจเพื่อที่จะกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจสวนสัตว์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัยของการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมากำหนดสมมติฐานของงานวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาของบทนี้เป็นส่วน ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจรรยาบรรณและการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดงานวิจัย

รายละเอียดในแต่ละแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีสาระสำคัญ ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ

ความคาดหวังและความพึงพอใจ เป็นแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของแต่ละบุคคล โดยถึงแม้จะเป็นการศึกษาในเรื่องเดียวกัน แต่แต่ละงานวิจัยมีแนวคิดแตกต่างกัน

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2005) มีแนวคิดว่าความคาดหวังของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ความต้องการของผู้บริโภคแต่ละบุคคล โดยความคาดหวังของแต่ละบุคคลนั้นมีลักษณะเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและสถานการณ์ที่พบที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความต้องการพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังที่จะได้รับการบริการต่างๆ
2. ประสบการณ์ในอดีต โดยความคาดหวังของผู้บริโภคจะถูกกำหนดจากประสบการณ์ที่เคยได้รับ ซึ่งถ้าเคยได้รับบริการเช่นไร ผู้บริโภคจะคาดหวังว่าจะได้รับบริการเช่นนั้น ซึ่งการบริการที่แตกต่างจากเดิมจะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังที่จะได้รับ
3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ โดยความคาดหวังของผู้บริโภคจะถูกกำหนดด้วยสิ่งที่ยังสื่อสารไปยังผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารทางการตลาด หรือ การสื่อสารจาก



องค์ประกอบภายในองค์กร ซึ่งสิ่งที่สื่อสารไปยังผู้บริโภคเป็นเหมือนปัจจัยหรือข้อกำหนดที่ผู้บริโภคความคาดหวังว่าจะได้รับ

4. ปัจจัยทางสภาวะการณ์ โดยระดับความคาดหวังของผู้บริโภคจะถูกกำหนดโดยสถานการณ์หรือจังหวะโอกาสที่ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ ซึ่งผู้บริโภคจะมีระดับความคาดหวังในใจต่อสถานการณ์หรือจังหวะโอกาสที่แตกต่างกันถึงแม้จะเป็นสถานที่เดียวกันที่ได้รับบริการ

5. Word of mouth (การบอกเล่าแบบปากต่อปาก) โดยการบอกเล่าแบบปากต่อปากเป็นอีกหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค เพราะเป็นการบอกเล่าในสิ่งที่ดีและไม่ดีขององค์กรจากที่ผู้บอกต่อเคยได้รับและสื่อสารไปยังผู้รับการบอกต่อ ซึ่งจะตัวกำหนดความคาดหวังจากสิ่งที่ได้รับฟังมา

Victor Vroom (1964) มีแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) หรือทฤษฎี V.I.E เนื่องจากองค์ประกอบของทฤษฎีขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัย ดังนี้

1. V: Valence หมายถึง ความพึงพอใจ
2. I: Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือที่ส่งผลไปสู่ความพึงพอใจ
3. E: Expectation หมายถึง ความคาดหวังของแต่ละบุคคล

โดยแต่ละบุคคลมีความคาดหวังเฉพาะตัวและมีความคาดหวังที่หลากหลาย ซึ่งจะกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อให้ได้รับการตอบสนองความคาดหวัง และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในที่สุด ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom มีความเห็นว่าแต่ละบุคคลจะพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่ที่จะสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังที่ตั้งไว้ได้ และจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของแต่ละบุคคลสูงที่สุด

Oliver (1980) มีแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจคือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์โดยรวมที่รับรู้ได้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการบริโภคและการรับรู้ผลหลังการบริโภค

Kotler and Armstrong (2002) มีแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของผู้บริโภคที่ตั้งไว้ก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยถ้าสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นต่ำกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้จะส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งถ้าสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นมีมากกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

จากการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคสามารถสรุปความหมายของ ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดถึงความเป็นไปได้

อย่างไรอย่างหนึ่งของแต่ละบุคคลบนพื้นฐานของประสบการณ์ที่เคยได้รับ ส่วนความพึงพอใจ หมายถึง การมีเจตคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการต่อความคาดหวังของแต่ละบุคคล ต่อการใช้สินค้าหรือบริการ งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่ผู้บริโภครู้จักให้ความสำคัญในการเข้าชม

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจงรักภักดีและการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค

Sharp & Sharp (1997) มีแนวคิดที่ว่าความจงรักภักดีนั้นเป็นความจงรักภักดีในเชิงพฤติกรรม กล่าวคือต้องมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ (Repeat-Purchase) เพื่อให้แบรนด์ได้รับรู้ถึงความจงรักภักดีและสามารถให้ผลตอบแทนกับผู้บริโภคได้ ไม่ใช่เป็นเพียงการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีหรือเป็นเพียงพฤติกรรมที่มีความชื่นชอบในแบรนด์ แต่ไม่ได้เกิดการซื้อซ้ำ ซึ่ง Sharp & Sharp (1997) วัดผลความจงรักภักดีจากการมีอัตราการซื้อซ้ำในเชิงปริมาณที่เพิ่มขึ้นและถี่ขึ้น ความมั่นคงในแบรนด์ และลดการเปลี่ยนแปลงในแบรนด์

ซึ่งแนวคิดของ Oliver (1999) จะแตกต่างจากแนวคิดของ Sharp & Sharp (1997) กล่าวคือความจงรักภักดีนั้นเป็นความจงรักภักดีในเชิงทัศนคติและพฤติกรรมที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีกับแบรนด์และมีค่านิยมสัญญาในการใช้แบรนด์เดิม ที่ถึงแม้จะถูกดึงดูดความสนใจด้วยกิจกรรมการตลาดจากแบรนด์อื่น ซึ่ง Oliver (1999) มีมุมมองว่าทัศนคติและพฤติกรรมที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อแบรนด์นั้นมีทั้งหมด 4 ระดับ คือ 1. Cognitive - การรับรู้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและพึงพอใจในแบรนด์ 2. Affective - การรู้สึกรักและชื่นชอบในแบรนด์ 3. Conative - พฤติกรรมหรือแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการซื้อ โดยสิ่งที่วัดความจงรักภักดีคือ ระดับที่ 4 And finally in a behavioral manner, which is described as “action inertia” (Oliver, 1999, p. 36) พฤติกรรมที่เกิดการซื้อ ซื้อซ้ำในแบรนด์ และไม่เปลี่ยนใจในแบรนด์

โดยแนวคิดของ Yi & Jeon (2003) จะคล้ายกับแนวคิดของ Oliver (1999) กล่าวคือความจงรักภักดีนั้นมองในมุมมองทั้งในเชิงทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ มีความรักและชื่นชอบในแบรนด์ จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและซื้อซ้ำในแบรนด์ แต่จะมีการคำนึงถึง High & Low Involvement เพื่อใช้เป็นแรงจูงใจในการมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ โดยสิ่งที่วัดความจงรักภักดีคือ อัตราการเข้าถึงแบรนด์บ่อยครั้งของผู้บริโภค (High-Repeat Visits) และก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ซึ่งจะทำให้รู้อัตราการซื้อซ้ำ (repeat-purchase) และปริมาณการซื้อ เพื่อที่จะใช้ในการออกแบบการตอบสนองที่มีประสิทธิภาพต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

และแนวคิดของ Anderson, et al. (1994) มีความคิดเห็นว่าการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat-Purchase) เป็นเรื่องของทัศนคติของแต่ละบุคคลที่อาจมาจากประสบการณ์ในอดีตจากการซื้อสินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจจนทำให้เกิดการตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำอีก

จากแนวคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดีและการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคที่ได้ศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าควรทำการศึกษาว่าสวนสัตว์ควรสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคให้มีทัศนคติที่ดี มีความเชื่อมั่น และเกิดความชื่นชอบในสวนสัตว์ได้อย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมมารมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ในที่สุด โดยเมื่อผู้บริโภคได้สัมผัสกับสินค้าหรือบริการของสวนสัตว์แล้ว สวนสัตว์ต้องสามารถทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดการบอกต่อในเชิงบวกกับผู้อื่น และยิ่งไปกว่านั้นสวนสัตว์ควรต้องสามารถออกแบบรูปแบบของสวนสัตว์ที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคได้อย่างตรงเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการรักษาความจงรักภักดีและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกับผู้บริโภครายเดิม และเริ่มก่อให้เกิดการสร้างความจงรักภักดีและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกับผู้บริโภค รายใหม่ที่ได้มาจากการบอกต่อ จะเห็นได้ว่าการสร้างความจงรักภักดีและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนั้นจำเป็นมุ่งเน้นทั้งในเชิงทัศนคติและพฤติกรรม เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี และพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ ไม่เช่นนั้นจะไม่ก่อให้เกิดความจงรักภักดีและการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำที่มั่นคงได้

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Solomon (2002) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้า การใช้สินค้า หรือการได้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายในสินค้าและบริการนั้นๆ โดยคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2007) กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล จะสามารถช่วยให้นักการตลาดจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ Philip Kotler and Gary Armstrong (1990) ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ที่เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการ

ตัดสินใจซื้อสินค้า โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้บริโภค แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) หรือเรียกว่า S-R Theory ซึ่งทฤษฎีนี้ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

### 1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นสามารถเกิดขึ้นได้เองภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งสิ่งที่ควรสนใจศึกษาคือสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) โดยสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่องค์กรสามารถควบคุมและจัดทำขึ้นได้ ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านสินค้า (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย (Place) และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดจากภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) สิ่งกระตุ้นด้านกฎหมายและการเมือง (Law's Black Political) และสิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม (Cultural)

### 2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's black box)

ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงจำเป็นต้องศึกษาและค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภค (Buyer characteristic) และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's decision process) ดังนี้

2.1. ลักษณะของผู้บริโภค (Buyer characteristic) โดยลักษณะของผู้บริโภคจะมีอิทธิพลมาจากปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) และ ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychology characteristic)

2.2. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's decision process) โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้ การรับรู้ปัญหา (Problem



Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) และการตัดสินใจซื้อ (Post-purchase Behavior)

ซึ่งทั้งสองปัจจัย สิ่งกระตุ้น (Stimulus) และ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's black box) จะส่งผลต่อ การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) ซึ่งเป็นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) การเลือกตราสินค้า (Brand choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) และการเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จะพบว่าผู้ผลิตหรือผู้ขายซึ่งในงานวิจัยนี้คือ ผู้ให้บริการสวนสัตว์ ต้องทำความเข้าใจว่าการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ของผู้บริโภคนั้นมีขั้นตอนตั้งแต่ การค้นหาข้อมูล การเลือกรูปแบบและสถานที่ของสวนสัตว์ที่ต้องการของแต่ละบุคคล การเปรียบเทียบสวนสัตว์ที่มีอยู่ที่ตรงกับความต้องการ จนกระทั่งการตัดสินใจเลือกสถานที่ของสวนสัตว์ที่จะไป ดังนั้นผู้ให้บริการสวนสัตว์ควรต้องเตรียมความพร้อมและมีข้อมูลในทุกจุดตัดสินใจที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะมาใช้บริการสวนสัตว์ของผู้ให้บริการได้

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และศึกษาปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ทบทวนวรรณกรรม) เกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ (Public Zoos) ทั้งหมด 6 สวนสัตว์ในประเทศไทย ซึ่งทำการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจจากคุณลักษณะของสวนสัตว์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีภายในสวนสัตว์ โดยการใช้เทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) เพื่อวัดผลหรือประเมินคุณลักษณะของธุรกิจและการให้ความสำคัญในตัวสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถก่อให้เกิดการพัฒนาในด้านการตลาดของธุรกิจจากข้อมูลเชิงลึกสำคัญที่ได้จากการศึกษา โดยเจ้าของธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจในด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น ทำการพิจารณาในส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น และพัฒนาในส่วนที่ได้อยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพที่ก้าวหน้าไปอีกขั้น (Hyung-Sook Lee, 2014) กล่าวว่า ผู้ให้บริการสวนสัตว์ควรทำความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวสวนสัตว์ และศึกษาว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสวนสัตว์ขึ้นอยู่กับปัจจัยใด เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำ

ให้การท่องเที่ยวสวนสัตว์เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทอื่นได้ โดย Hyung-Sook Lee (2014) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจทั้งหมด 5 ปัจจัย (23 ปัจจัยย่อย) ดังนี้

1. ด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์
2. ด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์
3. ด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์
5. ด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

พบว่าความสะดวกสบายภายในสวนสัตว์และความปลอดภัยในการเข้าชมสัตว์เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ และเด็ก ๆ จะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์ นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ให้บริการสวนสัตว์มองข้ามไม่ได้คือ การเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยถึงแม้ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์และการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์จะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญไม่มากนักแต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม อีกทั้งการจัดการแผนผังและบรรยากาศโดยรอบสวนสัตว์ที่น่าสนใจและการจัดโปรแกรมสำหรับการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์จะส่งผลให้สวนสัตว์เป็นสวนสัตว์ที่มีคุณภาพมากขึ้นและนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

งานวิจัยถัดมาที่ผู้วิจัยศึกษาเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ในประเทศไทย โดย สุริยา แสงพงค์ (2560) ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อชื่นชมธรรมชาติ และเพื่อการศึกษา เนื่องจากสวนสัตว์เปิดเขาเขียวได้มีการวางโครงสร้างและผังหลักของเส้นทางและส่วนแสดงสัตว์ที่อำนวยความสะดวกและมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติ ในส่วนของกิจกรรมที่ทางสวนสัตว์จัดไว้ นักท่องเที่ยวชื่นชอบการเข้าชมบริเวณแสดงช้าง การเข้าชมบริเวณแสดงสัตว์แอฟริกา การเข้าชมบริเวณแสดงเพนกวิน และเกิดความประทับใจในการแสดงป้อนอาหารสัตว์ สำหรับความความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นสาเหตุสืบเนื่องมาจากสวนสัตว์เปิดเขาเขียวได้มีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพ ทั้งด้านบริการ พนักงานสถานที่ และกิจกรรมภายในสวนสัตว์เขาเขียวอย่างต่อเนื่อง โดยนักท่องเที่ยวต้องการให้สวนสัตว์เปิดเขาเขียวปรับปรุงในเรื่องการเดินทางมายังสวนสัตว์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในเอกสารการ

ท่องเที่ยว และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ในท้ายที่สุดแล้วความพึงพอใจในภาพรวมส่งผลให้นักท่องเที่ยวคาดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียวอีกแน่นอน

เมื่อได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศแล้ว ผู้วิจัยสนใจศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวว่ามาท่องเที่ยวสวนสัตว์เพื่ออะไร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและออกแบบพื้นที่ภายในสวนสัตว์ โซนนิ่ง กิจกรรมต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรมี โดย Cleveland Metroparks (Holzer, Scott, & Bixler, 1998) กล่าวว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์นั้นมีทั้งหมด 5 แบบ ดังนี้

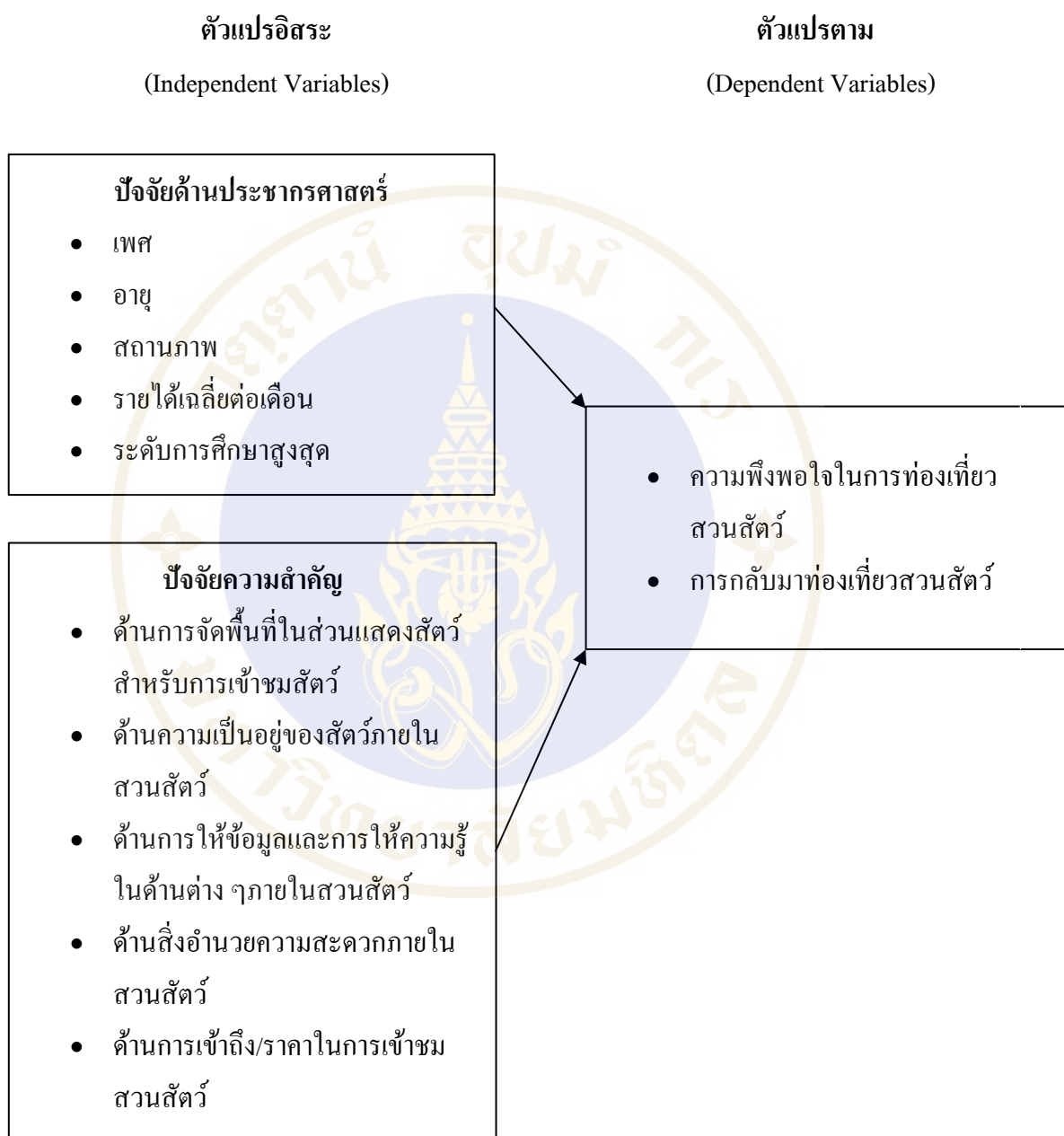
1. Enjoyment การที่นักท่องเที่ยวรู้สึกสนุกสนานไปกับสิ่งต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ รวมไปถึงการทำกิจกรรมร่วมกับสัตว์
2. Education การที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ ธรรมชาติ และได้ตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสัตว์ได้
3. Family togetherness การที่นักท่องเที่ยวสนุกที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว ได้ใช้เวลาด้วยกันภายในครอบครัว
4. Escape การที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นช่วงเวลาที่ได้หลบหนีจากหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบประจำวัน หรือได้ผ่อนคลายความเครียดที่ต้องเผชิญทุกวัน
5. Novelty seeking การที่นักท่องเที่ยวได้ไปที่ที่แปลกใหม่ ได้พบสัตว์ใหม่ๆ กิจกรรมใหม่ๆ

จากงานวิจัยที่ผู้วิจัยทำการศึกษาทำให้ผู้วิจัยทราบว่าปัจจัยด้านใดบ้างที่ควรเห็นถึงความสำคัญ ส่งผลต่อความพึงพอใจ และส่งผลเชิงบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เพื่อศึกษาว่าสวนสัตว์ระดับชาติแห่งใหม่ ซึ่งคาดหวังให้เป็นสวนสัตว์ระดับเอเชียควรมุ่งเน้นในเรื่องใดบ้าง และทำการออกแบบอย่างไร ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ต่างประเทศให้ความสำคัญและมีผลต่อความพึงพอใจจะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับสวนสัตว์ในประเทศไทยเหมือนหรือต่างกันอย่างไร



## 2.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่า มีปัจจัยด้านใดบ้างที่ควรเห็นถึงความสำคัญ และส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ผู้วิจัยจึงนำปัจจัยดังกล่าวมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ ดังนี้



รูปภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม และได้กำหนดรูปแบบวิธีดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. การออกแบบงานวิจัย
2. ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
3. สมมติฐานของงานวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

### 3.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และศึกษาปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ จึงเลือกใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 3.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยศึกษาว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในด้านปัจจัยด้านต่าง ๆ หรือไม่ อย่างไร และนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้าน

ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ อย่างไร

### 3.1.2 ปัจจัยความสำคัญ

ปัจจัยความสำคัญที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและสนใจศึกษา ได้แก่

- 3.1.2.1 การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์
- 3.1.2.2 ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์
- 3.1.2.3 การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์
- 3.1.2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์
- 3.1.2.5 การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

## 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” สามารถกำหนดตัวแปรต้น (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

### 3.2.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variables)

#### 3.2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) สถานภาพ
- (4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- (5) ระดับการศึกษา

#### 3.2.1.2 ปัจจัยความสำคัญ

- (1) การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์
  1. ความสะดวกในการเดินชมสัตว์
  2. ความสะดวกสบายของเส้นทางท่องเที่ยวสวนสัตว์
  3. คู่มือคำอธิบายที่ชัดเจนของแผนผังสวนสัตว์

4. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการในการเข้าชมสัตว์
5. การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์เหมาะสมกับเด็ก ๆ
6. ความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์

(2) ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์

1. สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ตามธรรมชาติของสัตว์แต่ละชนิด
2. สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี
3. กรงสัตว์มีลักษณะรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ
4. กรงสัตว์กว้างขวางพอเหมาะกับสัตว์แต่ละชนิด
5. สวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ที่เหมาะสม

(3) การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์

1. การบริการ/มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานสวนสัตว์
2. ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์
3. สัญลักษณ์/ป้ายบอกเส้นทางภายในสวนสัตว์ที่ชัดเจน
4. การให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสัตว์
5. การจัดกิจกรรม/นิทรรศการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์

(4) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์

1. มีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพัก/นั่งเล่นภายในสวนสัตว์
2. ร้านอาหารที่ดีมีคุณภาพภายในสวนสัตว์
3. จำนวนและที่ตั้งของห้องน้ำภายในสวนสัตว์
4. การจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรวมภายในสวนสัตว์

(5) การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

1. ความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยวสวนสัตว์

2. ขนาด/พื้นที่ของสวนสัตว์
3. ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

### 3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

3.2.2.1 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

3.2.2.2 การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

## 3.3 สมมติฐานของงานวิจัย

### 3.3.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 (H1): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 (H2): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 (H3): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 (H4): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 (H5): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 (H6): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 (H9): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 (H10): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 9 (H11): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 10 (H12): ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

### 3.3.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำคัญ

สมมติฐานที่ 11 (H11): ปัจจัยความสำคัญด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

สมมติฐานที่ 12 (H12): ปัจจัยความสำคัญด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

## 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยครั้งนี้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งทำให้ทราบว่ามียังปัจจัยด้านใดบ้างที่ควรเห็นถึงความสำคัญและส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยรายละเอียดของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์) ได้แก่ ข้อมูลด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อหาความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ได้แก่ ด้าน การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าน้ำหนักการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five Point Likert Scales) ดังนี้

ระดับ 5 คะแนน = การเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด



- ระดับ 4 คะแนน = การเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก  
 ระดับ 3 คะแนน = การเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง  
 ระดับ 2 คะแนน = การเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อย  
 ระดับ 1 คะแนน = การเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลของพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ได้แก่ สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด ไปท่องเที่ยวสวนสัตว์บ่อยแค่ไหน ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ยินดีจะจ่ายต่อคน ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ อยากให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง ในการไปเที่ยวชมสวนสัตว์คาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด อยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง อยากมีส่วนร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง และอยากให้ภายในสวนสัตว์มีสิ่งอำนวยความสะดวกบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์ โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และมีลักษณะเป็นแบบให้ตัวเลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices)

### 3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งข้อมูล ดังนี้

#### 3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Secondary Data)

ทำการเก็บข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านใดบ้างที่ควรเห็นถึงความสำคัญและส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

#### 3.5.2 การศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การศึกษาข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Network เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 624 คน ถึงแม้จะเป็นช่องทางที่ให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงแบบสอบถามได้ง่ายที่สุด แต่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ ทั้งด้านเพศ ระดับอายุ ระดับการศึกษา ความแตกต่างของสถานภาพ และความ



แตกต่างของรายได้ โดยผู้วิจัยทำการคัดกรองข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามที่ไม่มีความสอดคล้องกันของข้อมูลและจะไม่เก็บข้อมูลในส่วนนี้มาทำการศึกษา ซึ่ง ดำเนินการเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561

### 3.6 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์(Online Questionnaire) และคัดกรองข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อศึกษาปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.6.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ดังนี้

3.6.2.1 การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ หรือไม่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95%

3.6.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้าน

ประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ หรือไม่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95%

3.6.2.3 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ กับตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95%



## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ จากการรวบรวมข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้คัดกรองข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามที่ไม่มีความสอดคล้องกันของข้อมูลจำนวน 27 คน ซึ่งสุดท้ายแล้วผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 624 คน โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลเป็นส่วนๆ ดังนี้

- 4.1 การนำเสนอข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความสำคัญกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

#### 4.1 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)

การเก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยในครั้งนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2561 โดยได้รับแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนของข้อมูลทั้งหมด 624 คน ซึ่งมีรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านเพศ

1.เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	182	29.20
หญิง	442	70.80
รวม	624	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านเพศ ผู้วิจัยได้จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศหญิง และ เพศชาย จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 442 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 และเป็นเพศชายจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านอายุ

2.อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 ปี	105	16.80
15 - 24 ปี	268	42.95
25 -34 ปี	130	20.85
35 - 44 ปี	75	12.00
45 ปีขึ้นไป	46	7.40
รวม	624	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านอายุ ผู้วิจัยได้จำแนกอายุของกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุไม่เกิน 15 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 15 - 24 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 25 - 34 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 35 - 44 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 15 - 24 ปี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 42.95 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 25 - 34 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 20.85 กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุไม่เกิน 15 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 35 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 และกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านสถานภาพ

3.สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	514	82.40
มีแฟน	14	2.20
สมรส	90	14.40
หย่าร้าง	6	1.00
รวม	624	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านสถานภาพ ผู้วิจัยได้จำแนกสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ สถานภาพโสด สถานภาพมีแฟน สถานภาพสมรส และสถานภาพหย่าร้าง จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 514 คน คิดเป็นร้อยละ 82.40 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 มีสถานภาพมีแฟน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 และมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	378	60.60
15,001 - 30,000 บาท	113	18.10
30,001 - 45,000 บาท	46	7.40
45,001 - 60,000 บาท	30	4.80
60,000 บาท ขึ้นไป	57	9.10
รวม	624	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้วิจัยได้จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท รายได้ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาท รายได้ระหว่าง 45,001 - 60,000 บาท และรายได้ 60,000 บาท ขึ้นไป จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 60.60 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 กลุ่ม

ตัวอย่างที่มีรายได้ 60,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 45,001 - 60,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด

6.ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	25	4.00
มัธยมศึกษา	262	42.00
ปริญญาตรี	271	43.40
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	66	10.60
รวม	624	100.00

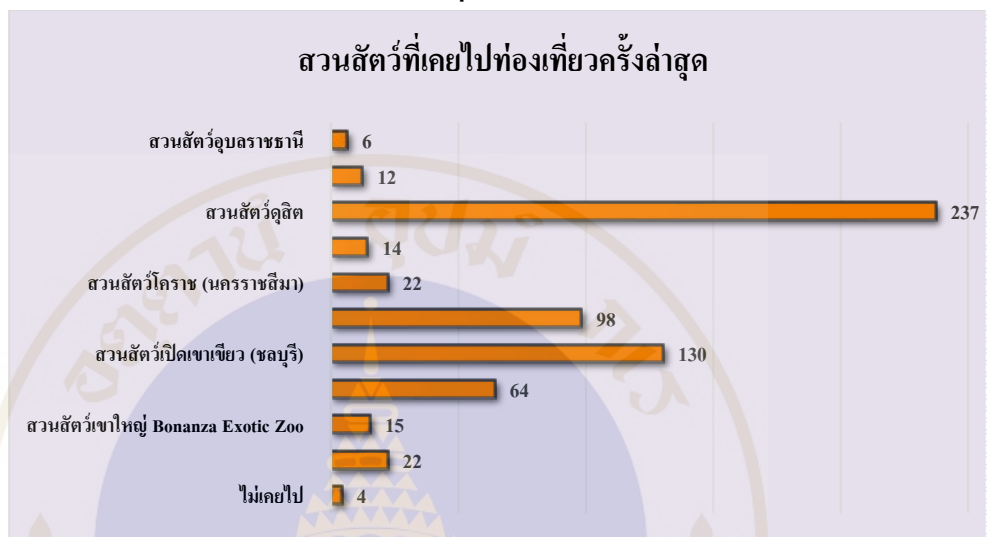
จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ผู้วิจัยได้จำแนกระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 และประถมศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00



## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์

การเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อทำการศึกษารายละเอียดพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ซึ่งมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้

### 4.2.1 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด

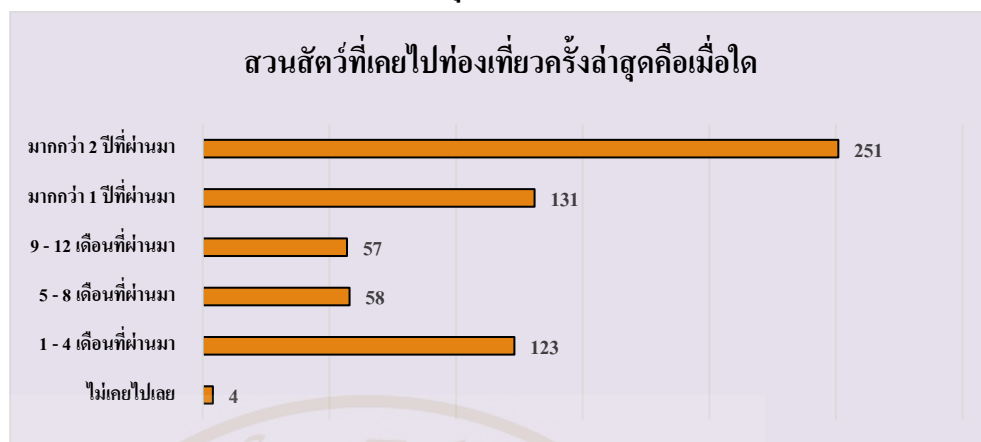


ภาพที่ 4.1 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด

จากภาพที่ 4.1 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด ได้ว่า สวนสัตว์ที่นักท่องเที่ยวเคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดมากที่สุดคือ สวนสัตว์คูสิต จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 37.98 รองลงมาคือ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว (ชลบุรี) จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 สวนสัตว์เปิดเขาเขียว (ชลบุรี) จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 สวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 10.26 สวนสัตว์อื่น ๆ เช่น สวนสัตว์สงขลา และ สวนสัตว์ลพบุรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 3.53 สวนสัตว์สวนสัตว์โคราช (นครราชสีมา) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 3.53 สวนสัตว์เขาใหญ่ Bonanza Exotic Zoo จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 สวนสัตว์ขอนแก่น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 สวนสัตว์ต่างประเทศ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.92 สวนสัตว์อุบลราชธานี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปสวนสัตว์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64



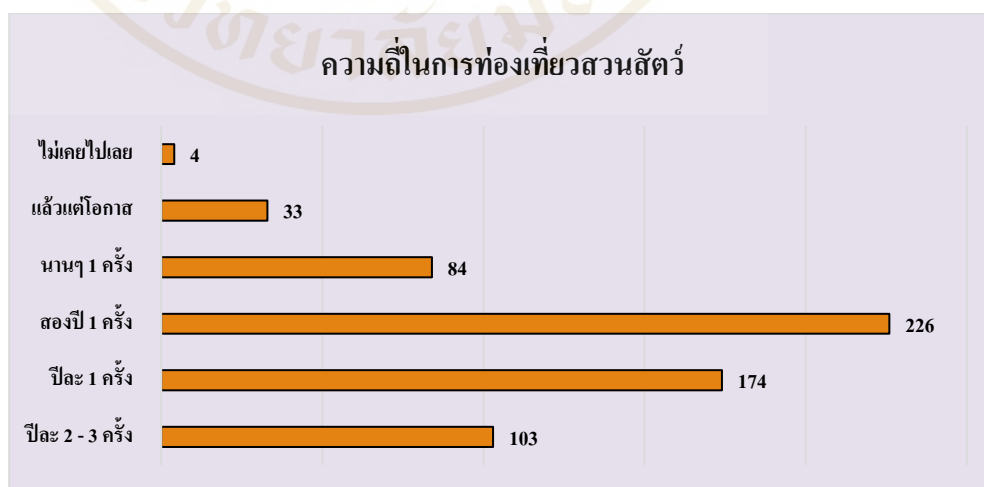
#### 4.2.2 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด



ภาพที่ 4.2 สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด

จากภาพที่ 4.2 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - สวนสัตว์ที่เคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด ได้ว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเคยไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ครั้งล่าสุดมากที่สุดคือ มากกว่า 2 ปีที่ผ่านมา จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 40.22 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 20.99 เมื่อ 1-4 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 19.71 เมื่อ 5-8 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 9.29 เมื่อ 9-12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 9.13 และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปสวนสัตว์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64

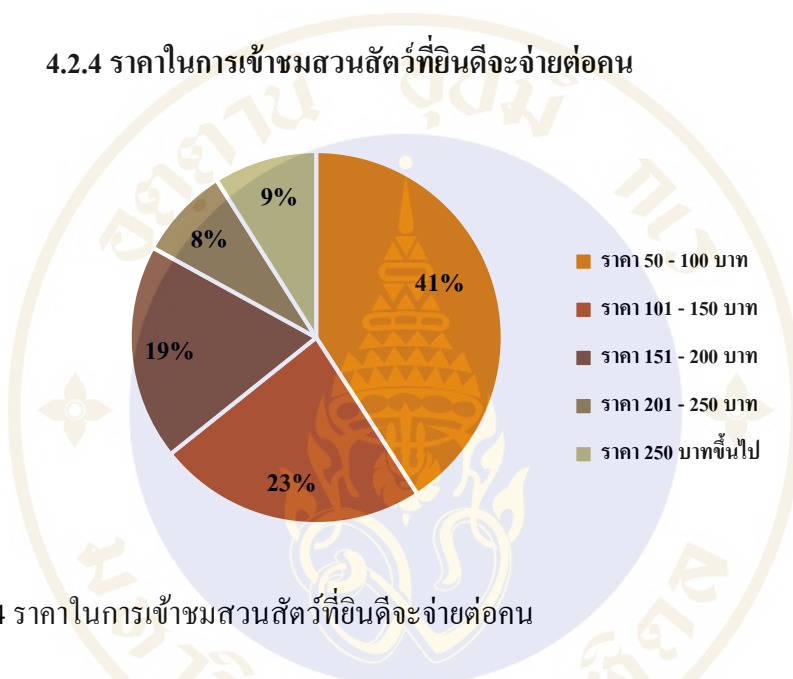
#### 4.2.3 ความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์



ภาพที่ 4.3 ความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

จากภาพที่ 4.3 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - ความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์มากที่สุดคือ สองปีไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ 1 ครั้ง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 36.22 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ปีละ 1 ครั้ง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 27.88 ไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ปีละ 2-3 ครั้ง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 16.51 ไปท่องเที่ยวสวนสัตว์นาน ๆ 1 ครั้งจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 13.46 ไปท่องเที่ยวสวนสัตว์แล้วแต่โอกาส จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 5.29 และไม่เคยไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64

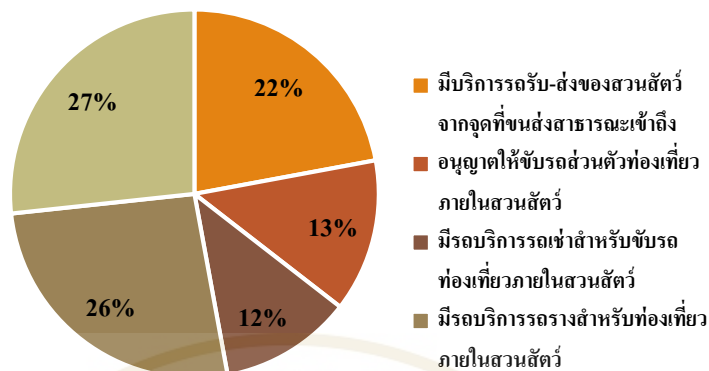
#### 4.2.4 ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ยินดีจะจ่ายต่อคน



ภาพที่ 4.4 ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ยินดีจะจ่ายต่อคน

จากภาพที่ 4.4 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ยินดีจะจ่ายต่อคน ได้ว่า ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่นักท่องเที่ยวยินดีจะจ่ายต่อคนมากที่สุดคือ ราคา 50 - 100 บาท จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ ราคา 101 - 150 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ราคา 151 - 200 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ราคา 250 บาทขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และราคา 201 - 250 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 8

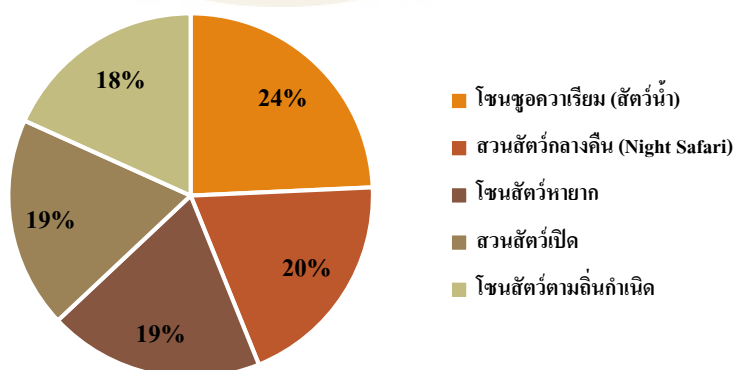
#### 4.2.5 ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์



ภาพที่ 4.5 ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์

จากภาพที่ 4.5 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ ได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ในเรื่องใดมากที่สุดคือ มีที่บริการจอดรถเพียงพอ จำนวน 416 คน คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือ มีบริการรถรางสำหรับท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์ จำนวน 408 คน คิดเป็นร้อยละ 26 มีบริการรถรับ-ส่งของสวนสัตว์จากจุดที่ขนส่งสาธารณะเข้าถึง จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อนุญาตให้ขับรถส่วนตัวท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และมีรถบริการรถเช่าสำหรับขับรถท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 12

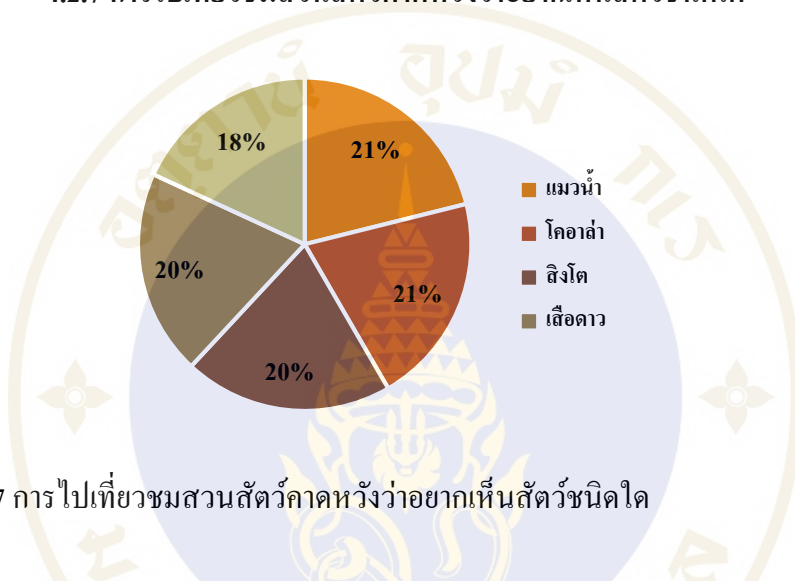
#### 4.2.6 อยากให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง



ภาพที่ 4.6 อยากให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง

จากภาพที่ 4.6 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - อยากรให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง ได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะในเรื่องเหล่านี้มากที่สุดคือ มีโซนชูกวารียม (สัตว์น้ำ) จำนวน 427 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ มีสวนสัตว์กลางคืน (Night Safari) จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีโซนสัตว์หายาก จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 19 มีโซนสวนสัตว์เปิด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และมีโซนสัตว์ตามถิ่นกำเนิด จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 18

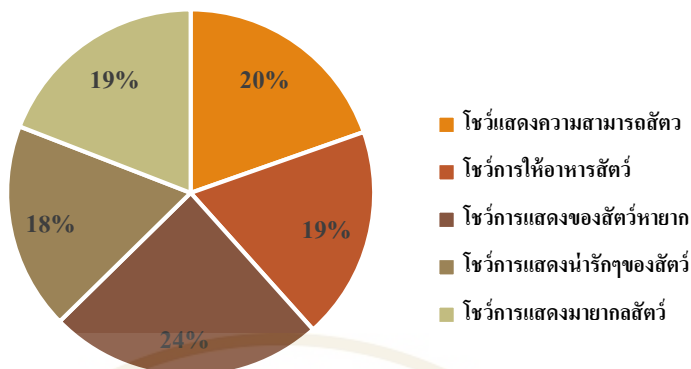
#### 4.2.7 การไปเที่ยวชมสวนสัตว์คาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด



ภาพที่ 4.7 การไปเที่ยวชมสวนสัตว์คาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด

จากภาพที่ 4.7 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - การไปเที่ยวชมสวนสัตว์คาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด ได้ว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใดมากที่สุดคือ แมวน้ำ จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือ โคอาล่า จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 21 สิงโต จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มี เสือดาว จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และหมี จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 18

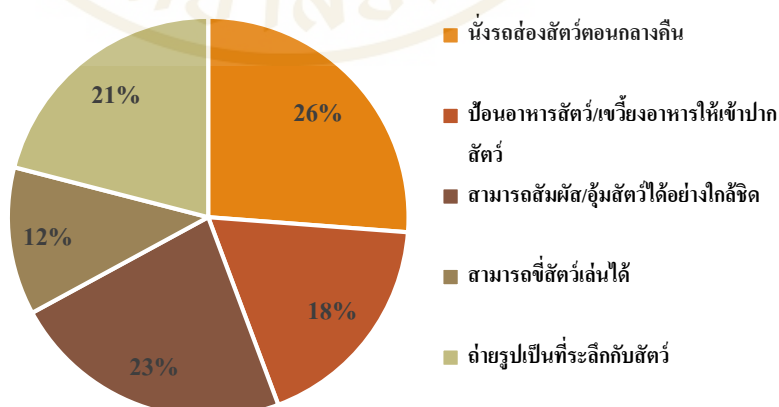
#### 4.2.8 อยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง



ภาพที่ 4.8 อยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง

จากภาพที่ 4.8 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - อยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง ได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้างมากที่สุดคือ โชว์การแสดงของสัตว์หายาก จำนวน 427 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ โชว์แสดงความสามารถสัตว์ จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 20 โชว์การแสดงมายากลสัตว์ จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 19 โชว์การให้อาหารสัตว์ จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และ โชว์การแสดงน่ารักๆของสัตว์ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 18

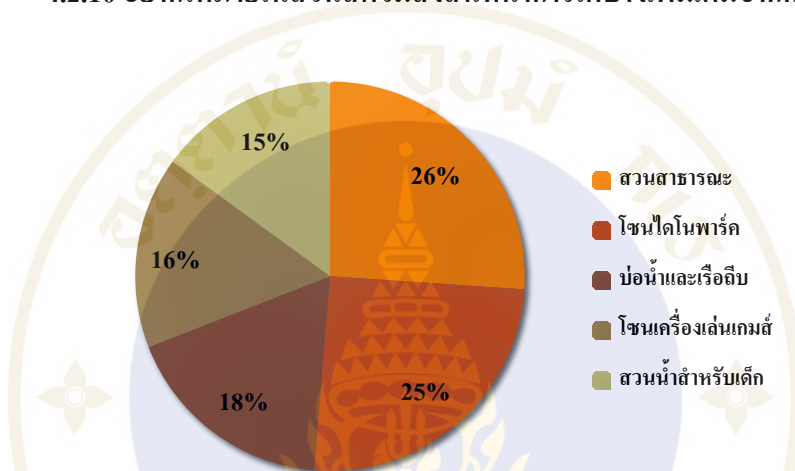
#### 4.2.9 อยากมีส่วนร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง



ภาพที่ 4.9 อยากมีส่วนร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง

จากภาพที่ 4.9 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - อยากร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง ได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการอยากร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้างมากที่สุดคือ นั่งรถส่องสัตว์ตอนกลางคืน จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือ สามารถสัมผัส/อุ้มสัตว์ได้อย่างใกล้ชิด จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ถ้ายรูปเป็นที่ระลึกกับสัตว์ จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ป้อนอาหารสัตว์/เขี่ยอาหารให้เข้าปากสัตว์ จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และสามารถขี่สัตว์เล่นได้ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 12

#### 4.2.10 อยากรู้อยากเห็นในสวนสัตว์มีสิ่งสันทนการใดบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์



ภาพที่ 4.10 อยากรู้อยากเห็นในสวนสัตว์มีสิ่งสันทนการใดบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์

จากภาพที่ 4.10 สามารถสรุปข้อมูลพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ - อยากรู้อยากเห็นในสวนสัตว์มีสิ่งสันทนการใดบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์ ได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการอยากรู้อยากเห็นในสวนสัตว์มีสิ่งสันทนการใดบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์มากที่สุดคือ สวนสาธารณะ จำนวน 402 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือ โซนไดโนพาร์ค จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ป้อนน้ำและเรื่อถีบ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 18 โซนเครื่องเล่นเกมส์ จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และสวนน้ำสำหรับเด็ก จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 15



### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์

การเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลให้ทราบถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยสามารถวิเคราะห์ได้จากการสรุปข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยความสำคัญในด้านต่าง ๆ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น - ปัจจัยความสำคัญ

Variable	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Std. Deviation)	การแปลค่า	อันดับ
<b>1. ปัจจัยด้าน การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์</b>				
1.1 ความสะดวกในการเดินชมสัตว์	4.06	0.78	มาก	4
1.2 ความสะดวกสบายของเส้นทาง ท่องเที่ยวสวนสัตว์	4.01	0.80	มาก	5
1.3 คู่มือคำอธิบายที่ชัดเจนของแผนผัง สวนสัตว์	3.99	0.90	มาก	6
1.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการ เข้าชมสัตว์	4.33	0.78	มากที่สุด	1
1.5 การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์ เหมาะสมกับเด็ก ๆ	4.09	0.82	มาก	3
1.6 ความหลากหลายของสัตว์ที่มีใน สวนสัตว์	4.23	0.81	มากที่สุด	2
ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์ สำหรับการเข้าชมสัตว์ (รวม)	4.12	0.82	มาก	
<b>2. ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์</b>				

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น - ปัจจัยความสำคัญ

Variable	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Std. Deviation)	การแปลค่า	อันดับ
2.1 สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ตามธรรมชาติ ของสัตว์แต่ละชนิด	4.06	0.92	มาก	4
2.2 สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี	4.12	0.92	มาก	2
2.3 กรงสัตว์มีลักษณะรูปแบบที่เป็น ธรรมชาติ	3.86	1.02	มาก	5
2.4 กรงสัตว์กว้างขวางพอเหมาะกับสัตว์ แต่ละชนิด	4.11	0.97	มาก	3
2.5 สวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ ที่เหมาะสม	4.16	0.89	มาก	1
ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายใน สวนสัตว์ (รวม)	4.01	0.94	มาก	
<b>3. ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการให้ ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์</b>				
3.1 การบริการ/มนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานสวนสัตว์	3.98	0.84	มาก	4
3.2 ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์	3.98	0.84	มาก	3
3.3 สัญลักษณ์/ป้ายบอกเส้นทางภายใน สวนสัตว์ที่ชัดเจน	4.14	0.80	มาก	1
3.4 การให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสัตว์	4.05	0.84	มาก	2
3.5 การจัดกิจกรรม/นิทรรศการเพื่อให้ ความรู้เกี่ยวกับสัตว์	3.82	0.87	มาก	5
ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (รวม)	4.00	0.84	มาก	

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น - ปัจจัยความสำคัญ

Variable	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Std. Deviation)	การแปลค่า	อันดับ
<b>4. ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก</b>				
<b>ภายในสวนสัตว์</b>				
4.1 มีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพัก/นั่งเล่น	4.02	0.86	มาก	1
<b>ภายในสวนสัตว์</b>				
4.2 ร้านอาหารที่ดีมีคุณภาพภายในสวนสัตว์	3.78	0.98	มาก	4
4.3 จำนวนและที่ตั้งของห้องน้ำภายในสวนสัตว์	3.89	0.98	มาก	3
4.4 การจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรอบภายในสวนสัตว์	4.00	0.87	มาก	2
ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (รวม)	3.92	0.92	มาก	
<b>5. ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์</b>				
5.1 ความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยวสวนสัตว์	3.93	0.89	มาก	2
5.2 ขนาด/พื้นที่ของสวนสัตว์	4.05	0.82	มาก	1
5.3 ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์	3.74	0.89	มาก	3
ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (รวม)	3.91	0.87	มาก	

จากตาราง 4.6 การวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น - ปัจจัยความสำคัญ พิจารณาจากปัจจัยความสำคัญ 5 ด้าน โดยมีปัจจัยย่อยจำนวน 23 ปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นสูงสุด 5 อันดับแรก ที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการเข้าชมสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 4.33 - เห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยด้านความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 -

เห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยด้านสวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.16 - เห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านป้ายบอกเส้นทางภายในสวนสัตว์ที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.14 - เห็นด้วยมาก และปัจจัยด้านสัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 - เห็นด้วยมาก

สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้าย ที่นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านจำนวนและที่ตั้งของห้องน้ำภายในสวนสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 3.89 - เห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านกรงสัตว์มีลักษณะรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.86 - เห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรม/นิทรรศการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 - เห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านร้านอาหารที่ดีมีคุณภาพภายในสวนสัตว์ 3.78 - เห็นด้วยมาก และปัจจัยด้านราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 3.74 - เห็นด้วยมาก

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในปัจจัยสำคัญแต่ละด้าน สามารถวิเคราะห์ผลของแต่ละปัจจัยย่อยได้ว่านักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยใดบ้างและปัจจัยใดบ้างมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นในปัจจัยด้านความปลอดภัยในการเข้าชมสัตว์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 - เห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 - เห็นด้วยมากที่สุด

ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นในปัจจัยด้านสวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.16 - เห็นด้วยมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 - เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นในปัจจัยด้านสัญลักษณ์/ป้ายบอกเส้นทางภายในสวนสัตว์ที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.14 - เห็นด้วยมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 - เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นในปัจจัยด้านมีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพัก/นั่งเล่นภายในสวนสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 4.02 - เห็นด้วยมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรอบภายในสวนสัตว์ 4.00 - เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของระดับคิดเห็นในปัจจัยด้านขนาด/พื้นที่ของสวนสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 - เห็นด้วยมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว 3.93 - เห็นด้วยมาก

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

การเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อทำการวิเคราะห์ว่าความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ หรือไม่ อย่างไร โดยวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ซึ่งจะทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ Independent Sample T-Test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านเพศ และทำการวิเคราะห์ One-Way ANOVA สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1 (H1):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2 (H2):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Std. Deviation)	P-Value
ปัจจัยด้าน การจัดพื้นที่ในส่วน แสดงสัตว์สำหรับการเข้าชม สัตว์	ชาย	182	4.03	0.69	0.025
	หญิง	422	4.16	0.59	
ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ ภายในสวนสัตว์	ชาย	182	3.98	0.89	0.136
	หญิง	422	4.09	0.83	
ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการ ให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายใน สวนสัตว์	ชาย	182	3.94	0.76	0.239
	หญิง	422	4.02	0.66	
ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกภายในสวนสัตว์	ชาย	182	3.79	0.87	0.011
	หญิง	422	3.97	0.79	

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Std. Deviation)	P-Value
ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคาใน	ชาย	182	3.80	0.72	0.014
การเข้าชมสวนสัตว์	หญิง	422	3.95	0.70	
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว สวนสัตว์	ชาย	182	4.02	0.84	0.555
	หญิง	422	3.98	0.75	
การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	ชาย	182	3.69	0.99	0.054
	หญิง	422	3.85	0.89	

จากตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ด้วยการวิเคราะห์ Independent Sample T-Test พบว่าความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ (p-value = 0.025) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.011) และปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (p-value = 0.014)

แต่ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.136)

ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.239)

ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.555)

ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ไม่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.554)

**สมมติฐานที่ 3 (H3):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน



**สมมติฐานที่ 4 (H4):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านอายุ

2.อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 ปี	105	16.80
15 - 24 ปี	268	42.95
25 -34 ปี	130	20.85
35 - 44 ปี	75	12.00
45 ปีขึ้นไป	46	7.40
รวม	624	100.00

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

ANOVA						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
ปัจจัยด้าน การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์	Between Group	3.115	4	0.779	2.023	0.090
	Within Group	238.197	619	0.385		
	Total	241.312	623			
ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์	Between Group	9.049	4	2.262	3.205	0.013
	Within Group	436.938	619	0.706		
	Total	445.987	623			
ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์	Between Group	2.818	4	0.705	1.487	0.205
	Within Group	293.363	619	0.474		
	Total	296.181	623			
ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์	Between Group	3.551	4	0.888	1.338	0.254
	Within Group	410.772	619	0.664		
	Total	414.323	623			

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

		ANOVA				
		Sum of	Df	Mean	F	P-Value
		Squares		Square		
ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคา ในการเข้าชมสวนสัตว์	Between Group	5.370	4	1.343	2.682	0.031
	Within Group	309.829	619	0.501		
	Total	315.199	623			
ความพึงพอใจในการ ท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	7.898	4	1.975	3.348	0.010
	Within Group	365.062	619	0.590		
	Total	372.960	623			
การกลับมาท่องเที่ยว สวนสัตว์	Between Group	7.475	4	1.869	2.219	0.660
	Within Group	521.280	619	0.842		
	Total	528.755	623			

จากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.013) ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (p-value = 0.031) และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.010)

แต่ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ (p-value = 0.090)

ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.205)

ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุ ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.254)

ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ ไม่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.660)

**สมมติฐานที่ 5 (H5):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 6 (H6):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านสถานภาพ

3.สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	514	82.40
มีแฟน	14	2.20
สมรส	90	14.40
หย่าร้าง	6	1.00
รวม	624	100.00

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านสถานภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

ANOVA						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
ปัจจัยด้าน การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์	Between Group	0.354	3	0.118	0.303	0.823
	Within Group	240.958	620	0.389		
	Total	241.31	623			
ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์	Between Group	0.798	3	2.266	0.371	0.774
	Within Group	445.189	620	0.718		
	Total	445.987	623			
ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์	Between Group	1.825	3	0.608	1.282	0.280
	Within Group	294.356	620	0.475		
	Total	296.181	623			
ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์	Between Group	1.033	3	0.344	0.517	0.671
	Within Group	413.290	620	0.667		
	Total	414.323	623			
ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์	Between Group	0.158	3	0.053	0.104	0.958
	Within Group	315.041	620	0.508		

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านสถานภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

		ANOVA				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
Total		315.199	623			
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	0.669	3	0.223	0.371	0.774
	Within Group	372.291	620	0.600		
	Total	315.199	623			
การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	1.448	3	0.483	0.568	0.636
	Within Group	527.306	620	0.850		
	Total	528.755	623			

จากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านสถานภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านสถานภาพ ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ (p-value = 0.823) ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.774) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.280) ปัจจัยด้านความถี่อำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.671) ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (p-value = 0.958) รวมทั้งไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.774) และไม่ผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.636)

**สมมติฐานที่ 7 (H7):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 8 (H8):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	378	60.60
15,001 - 30,000 บาท	113	18.10
30,001 - 45,000 บาท	46	7.40
45,001 - 60,000 บาท	30	4.80
60,000 บาท ขึ้นไป	57	9.10
รวม	624	100.00

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ – ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

		ANOVA				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
ปัจจัยด้าน การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์	Between Group	1.263	4	0.316	0.814	0.516
	Within Group	240.049	619	0.388		
	Total	241.312	623			
ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์	Between Group	8.954	4	2.239	3.171	0.014
	Within Group	437.033	619	0.706		
	Total	445.987	623			
ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์	Between Group	0.567	4	0.142	0.297	0.880
	Within Group	295.615	619	0.478		
	Total	296.181	623			
ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์	Between Group	0.803	4	0.201	0.300	0.878
	Within Group	413.521	619	0.668		
	Total	414.323	623			
ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์	Between Group	0.950	4	0.237	0.468	0.759
	Within Group	314.249	619	0.508		
	Total	315.199	623			

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ – ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

		ANOVA				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	4.02053	4	1.005	1.686	0.151
	Within Group	368.939	619	0.596		
	Total	372.960	623			
การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	4.645	4	1.161	1.371	0.242
	Within Group	524.110	619	0.847		
	Total	528.755	623			

จากตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ – รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.014$ )

แต่ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.516$ ) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.880$ ) ปัจจัยด้านความถี่อำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.878$ ) ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.759$ ) รวมทั้งไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.151$ ) และไม่ผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.242$ )

**สมมติฐานที่ 9 (H9):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 10 (H10):** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.14 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด

6.ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	25	4.00
มัธยมศึกษา	262	42.00
ปริญญาตรี	271	43.40
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	66	10.60
รวม	624	100.00

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

		ANOVA				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
ปัจจัยด้าน การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์	Between Group	0.687	3	0.229	0.590	0.622
	Within Group	240.625	620	0.388		
	Total	241.312	623			
ปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์	Between Group	5.146	3	1.715	2.413	0.066
	Within Group	440.841	620	0.711		
	Total	445.987	623			
ปัจจัยด้าน การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์	Between Group	0.926	3	0.309	0.648	0.584
	Within Group	295.255	620	0.476		
	Total	296.181	623			
ปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์	Between Group	4.640	3	1.547	2.341	0.072
	Within Group	409.684	620	0.661		
	Total	414.323	623			
ปัจจัยด้าน การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์	Between Group	4.640	3	0.827	1.639	0.179
	Within Group	409.684	620	0.504		
	Total	414.323	623			
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	4.365	3	1.455	2.447	0.063
	Within Group	368.595	620	0.595		

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

ANOVA						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
	Total	372.960	623			
การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์	Between Group	5.356	3	1.785	2.115	0.097
	Within Group	523.398	620	0.844		
	Total	528.755	623			

จากตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ไม่มีผลต่อการเห็นถึงความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ (p-value = 0.622) ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.066) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.584) ปัจจัยด้านความสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (p-value = 0.72) ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (p-value = 0.179) รวมทั้งไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.063) และไม่ผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ (p-value = 0.097)

#### 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความสำคัญกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

การเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อทำการวิเคราะห์ว่าปัจจัยความสำคัญมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

**สมมติฐานที่ 11 (H11):** ปัจจัยความสำคัญด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ใน

ด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.570 <sup>a</sup>	.325	.319	.63832	.325	59.466	5	618	.000

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านการเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์, ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์, ปัจจัยการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในแต่ละด้านภายในสวนสัตว์, ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์, ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์

รูปภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Model Summary

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.151	5	24.230	59.466	.000 <sup>a</sup>
	Residual	251.809	618	.407		
	Total	372.960	623			

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านการเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์, ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์, ปัจจัยการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในแต่ละด้านภายในสวนสัตว์, ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์, ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์

b. Dependent Variable: ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

รูปภาพที่ 4.12 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - ANOVA

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.181	.180		6.576	.000
	ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์	.175	.068	.141	2.570	.010
	ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์	-.005	.051	-.006	-.108	.914
	ปัจจัยการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในแต่ละด้านภายในสวนสัตว์	.219	.064	.195	3.425	.001
	ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์	.155	.058	.164	2.698	.007
	ปัจจัยด้านการเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์	.161	.057	.148	2.826	.005

a. Dependent Variable: ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

รูปภาพที่ 4.13 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Coefficients

จากรูปภาพที่ 4.11 4.12 และ 4.13 คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ พบว่าปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ มีความสัมพันธ์กันที่ไปในทิศทางเดียวกัน ( $R = 0.57$ ) กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และปัจจัยความสำคัญในด้านต่าง ๆ สามารถร่วมกันอธิบายเรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ได้ 32.5% โดยเมื่อพิจารณาจากค่า p-value ( $p\text{-value} = 0.000$ ) สามารถสรุปได้ว่ามีปัจจัยความสำคัญในด้านต่าง ๆ อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาจากรูปภาพที่ 4.13 จะพบว่า มีทั้งหมด 4 ปัจจัยความสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เรียงลำดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.001$   $B = 0.195$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.007$   $B = 0.164$ ) ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.005$   $B = 0.148$ ) และปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.010$   $B = 0.141$ ) โดยปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.914$   $B = -0.006$ ) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ก็ตาม และเมื่อพิจารณาในเรื่องค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficients) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (ปัจจัยความสำคัญทั้ง 5 ด้าน) และตัวแปรตาม (ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์) โดยถ้าตัวแปรอิสระตัวใดมีค่า Beta Coefficients สูงแสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นส่งผลกับตัวแปรตามมาก จากผลการวิเคราะห์พบว่าสามารถเรียงลำดับปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์จากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (Beta Coefficients = 0.219) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ (Beta Coefficients = 0.175) ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (Beta Coefficients = 0.161) และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (Beta Coefficients = 0.155)

**สมมติฐานที่ 12 (H12):** ปัจจัยความสำคัญด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ใน

ด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.535 <sup>a</sup>	.286	.281	.78132	.286	49.630	5	618	.000

a. Predictors: (Constant), บัญชีด้านการเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์, บัญชีด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์, บัญชีการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในแต่ละด้านภายในสวนสัตว์, บัญชีด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์, บัญชีด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์

รูปภาพที่ 4.14 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Model Summary

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.486	5	30.297	49.630	.000 <sup>a</sup>
	Residual	377.269	618	.610		
	Total	528.755	623			

a. Predictors: (Constant), บัญชีด้านการเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์, บัญชีด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์, บัญชีการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในแต่ละด้านภายในสวนสัตว์, บัญชีด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์, บัญชีด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์

b. Dependent Variable: การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์อีกครั้งหนึ่ง

รูปภาพที่ 4.15 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - ANOVA

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.713	.220		3.247	.001
	บัญชีด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์	.132	.083	.089	1.582	.114
	บัญชีด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์	-.024	.062	-.022	-.390	.697
	บัญชีการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในแต่ละด้านภายในสวนสัตว์	.278	.078	.208	3.553	.000
	บัญชีด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์	.183	.070	.162	2.595	.010
	บัญชีด้านการเข้าถึงและราคาในการเข้าชมสวนสัตว์	.209	.070	.161	3.001	.003

a. Dependent Variable: การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์อีกครั้งหนึ่ง

รูปภาพที่ 4.16 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ - Coefficients



จากกราฟที่ 4.14 4.15 และ 4.16 คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยความสำคัญมีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์หรือไม่ พบว่าปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ มีความสัมพันธ์กันที่ไปในทิศทางเดียวกัน ( $R = 0.54$ ) กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ และปัจจัยความสำคัญในด้านต่าง ๆ สามารถร่วมกันอธิบายเรื่องการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ได้ 28.6% เมื่อพิจารณาจากค่า p-value ( $p\text{-value} = 0.000$ ) สามารถสรุปได้ว่ามีปัจจัยความสำคัญในด้านต่าง ๆ อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาจากกราฟที่ 4.16 จะพบว่ามีทั้งหมด 3 ปัจจัยความสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เรียงลำดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.000$   $B = 0.208$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.010$   $B = 0.162$ ) และปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.003$   $B = 0.161$ ) โดยปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.697$   $B = -0.022$ ) และปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ( $p\text{-value} = 0.114$   $B = 0.089$ ) ไม่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ถึงแม้นักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์และด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ก็ตาม และเมื่อพิจารณาในเรื่องค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficients) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (ปัจจัยความสำคัญทั้ง 5 ด้าน) และตัวแปรตาม (การกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์) โดยถ้าตัวแปรอิสระตัวใดมีค่า Beta Coefficients สูงแสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นส่งผลกับตัวแปรตามมาก จากผลการวิเคราะห์พบว่าสามารถเรียงลำดับปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์จากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ (Beta Coefficients = 0.278) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ (Beta Coefficients = 0.209) และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ (Beta Coefficients = 0.183)



## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้กับองค์กรสวนสัตว์ ผู้ให้บริการสวนสัตว์ หรือผู้ที่สนใจ ได้นำผลงานวิจัยนี้ไปใช้ในการออกแบบสวนสัตว์ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และปัจจัยความสำคัญในด้านต่าง ๆ เป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยทำการทบทวนวรรณกรรม เพื่อหาปัจจัยความสำคัญที่สนใจทำการศึกษา และใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ รวมทั้งสิ้น 624 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สรุปผลวิจัยได้ดังต่อไปนี้

##### 5.1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 624 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 442 คน (คิดเป็นร้อยละ 70.80) และเพศชายมีจำนวน 182 คน (คิดเป็นร้อยละ 29.20) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15 - 24 ปี รองลงมาคือช่วงอายุ 25 - 34 ปี มีทั้งสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมาคือมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และระดับมัธยมศึกษา ตามลำดับ

##### 5.1.2 พฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์ สามารถสรุปพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

สวนสัตว์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยไปครั้งล่าสุดคือ สวนสัตว์ดุสิต สวนสัตว์เปิดเขาเขียว และสวนสัตว์เปิดซาฟารีเวิลด์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ครั้งล่าสุดเมื่อมากกว่า 2 ปีที่ผ่านมามากที่สุด รองลงมาคือมากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา และเมื่อ 1-4 เดือนที่ผ่านมา เป็นลำดับถัดมา โดยมีลักษณะความถี่ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์คือ ในระหว่าง 2 ปีไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ 1 ครั้ง ในระหว่าง 1 ปีมีการท่องเที่ยวสวนสัตว์ 1 ครั้ง และไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ปีละ 2-3 ครั้ง ซึ่งราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจะจ่ายค่าเข้าสวนสัตว์ต่อคนคือ ราคา 50 - 100 บาท ราคา 101 - 150 และราคา 151 - 200 บาท ตามลำดับ ซึ่งความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการคือ การ

ที่มีที่จอดรถเพียงพอ มีบริการรถรางสำหรับท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์ และมีบริการรถรับ-ส่งของสวนสัตว์จากจุดที่ขนส่งสาธารณะเข้าถึง ในเรื่องถัดมาคือ การจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจคือ การมีโซนชอว์ควาเรียม (สัตว์น้ำ) มีสวนสัตว์กลางคืน (Night Safari) และมีโซนสัตว์หายาก รวมทั้งการที่มีแม่น้ำ โคอาล่า สิงโต เสือดาว และหมี อยู่ภายในสวนสัตว์ก็เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าจะได้เห็นเช่นกัน ในส่วนของการจัดแสดงโชว์สัตว์ที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มตัวอย่างได้ คือ โชว์การแสดงของสัตว์หายาก โชว์แสดงความสามารถสัตว์ และโชว์การแสดงมายากลสัตว์ ซึ่งการนั่งรถส่องสัตว์ตอนกลางคืน การสัมผัส/อุ้มสัตว์ได้อย่างใกล้ชิด และการที่ได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึกกับสัตว์ เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างอยากมีส่วนร่วมด้วยสัตว์เมื่อได้ไปท่องเที่ยว และสิ่งที่สวนสัตว์ควรมีเพื่อเพิ่มสันถนาการคือ การมีสวนสาธารณะ มีโซนไดโนพาร์ค และมีบ่อน้ำและเรือถีบสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์จะทำให้ทราบว่าสวนสัตว์ควรมีการออกแบบอย่างไร พื้นที่ภายในสวนสัตว์ควรประกอบไปด้วย zoning การแสดงโชว์สัตว์ และกิจกรรมอะไรบ้าง และควรบริหารจัดการอย่างไร ที่จะสามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ และกลายเป็นสวนสัตว์ที่ยั่งยืนที่สุด

5.1.3. การเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์

จากการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยความสำคัญ 5 ด้าน โดยมีปัจจัยย่อยจำนวน 23 ปัจจัย สามารถสรุปความสำคัญของปัจจัยย่อยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนสัตว์ ดังนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่านักท่องเที่ยวคนเกาหลีเห็นถึงความสำคัญของการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์เหมาะสมกับเด็ก ๆ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าชมสัตว์มากที่สุด รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินชมสัตว์ ความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์ และมีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพัก/นั่งเล่นภายในสวนสัตว์ ตามลำดับ แต่เห็นถึงความสำคัญของขนาด/พื้นที่ของสวนสัตว์และร้านอาหารที่ดีมีคุณภาพภายในสวนสัตว์ น้อยที่สุด

ในขณะที่นักท่องเที่ยวคนไทยเห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าชมสัตว์มากที่สุดเช่นกัน รองลงมาคือเห็นถึงความสำคัญของความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์ สวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ที่เหมาะสม มีป้ายบอกเส้นทางภายในสวนสัตว์ที่ชัดเจน และสัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ตามลำดับ ปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ ในขณะที่เห็นถึงความสำคัญของในเรื่องที่ตั้งของห้องน้ำภายในสวนสัตว์ กรงสัตว์มีลักษณะรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ การจัดกิจกรรม/นิทรรศการ

เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ ร้านอาหารที่ดีมีคุณภาพภายในสวนสัตว์ และปัจจัยด้านราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ น้อยที่สุด

โดยเมื่อพิจารณาจากปัจจัยความสำคัญทั้ง 5 ด้าน จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านต่าง ๆ จากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าชมสัตว์ ความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์ และการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์เหมาะสมกับเด็ก ๆ

ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 คือ ความสำคัญด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากเรื่องสวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ที่เหมาะสม สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และกรงสัตว์กว้างขวางพอเหมาะกับสัตว์แต่ละชนิด ๆ

ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 คือ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากเรื่องสัญลักษณ์/ป้ายบอกเส้นทางภายในสวนสัตว์ที่ชัดเจน การให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสัตว์ และความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์

ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญเป็นลำดับที่ 4 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากการมีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพัก/นั่งเล่นภายในสวนสัตว์ และการจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรวมภายในสวนสัตว์

และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญเป็นลำดับที่ 5 คือ การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากขนาด/พื้นที่ของสวนสัตว์และความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยวสวนสัตว์

5.1.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ แต่ไม่มีผลต่อปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านการเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ แต่ไม่มีผลต่อปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยความสำคัญทั้ง 5 ด้าน ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ที่ได้ ถ้าผู้ให้บริการสวนสัตว์จะวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดพัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงานที่มุ่งเน้นในเรื่องปัจจัยด้านการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ และปัจจัยด้านความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 และลำดับที่ 2 ผู้ให้บริการสวนสัตว์ควรพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ - ด้านเพศ และด้านอายุ เพราะปัจจัยสองด้านนี้มีผลต่อการตัดสินใจการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

5.1.5 ปัจจัยความสำคัญกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนเกาหลีในการท่องเที่ยวสวนสัตว์สูงสุดได้แก่ ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ รองลงมาคือ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าชมสัตว์ ความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยวสวนสัตว์ และการจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรอบภายในสวนสัตว์ ตามลำดับ แต่ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนเกาหลีในการท่องเที่ยวสวนสัตว์น้อยสุดเรียงตามลำดับดังนี้ สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ตามธรรมชาติของสัตว์แต่ละชนิด การจัดกิจกรรม/นิทรรศการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์ โดยการจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรอบภายในสวนสัตว์ และความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนเกาหลีในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ในภาพรวม

ในขณะที่ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในการท่องเที่ยวสวนสัตว์สูงสุดได้แก่ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ การเข้าถึงราคาในการเข้าชมสัตว์ และการจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์สำหรับการเข้าชมสัตว์ โดยความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญ

เป็นลำดับที่ 2 แต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

## 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์สูงสุดได้แก่ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ ดังนั้นผู้ให้บริการสวนสัตว์ควรจัดทำสัญลักษณ์และป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน มีการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพักผ่อน และมีการจัดแผนผังและบรรยากาศโดยรอบสวนสัตว์ที่น่าสนใจ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์ และ การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ ดังนั้นผู้ให้บริการสวนสัตว์ควรจัดทำสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพักผ่อน มีการจัดแผนผังและบรรยากาศโดยรอบสวนสัตว์ที่น่าสนใจ มีขนาดพื้นที่ของสวนสัตว์ที่เหมาะสม และจัดให้มีการความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์

## 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความสำคัญของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์สำหรับสวนสัตว์แต่ละแห่งหลังจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยในด้านใด และผู้ให้บริการสวนสัตว์สามารถจัดทำหรือบริหารสวนสัตว์ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หรือไม่

2. ศึกษาปัจจัยในด้านอื่น เช่น ข้อมูลระยะเวลา การใช้จ่าย การบริการ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสวนสัตว์ และจัดทำ Heat Map

3. ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์ เพื่อนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ในการออกแบบสวนสัตว์และการจัดการการให้บริการที่เหมาะสม



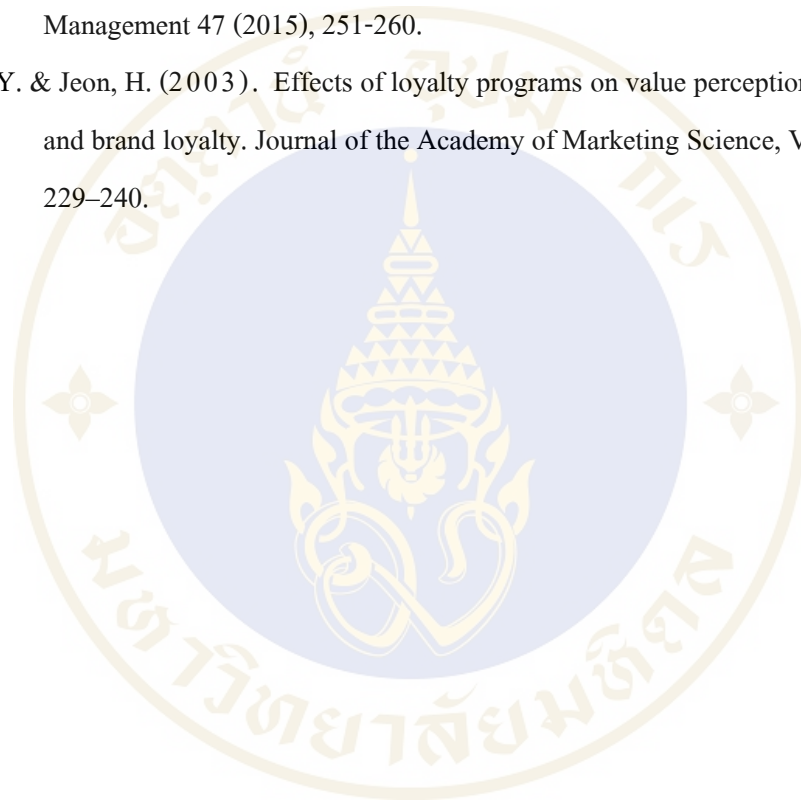
## บรรณานุกรม

- จตุปาโล, ส. (2013). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา. *สุทธิปริทัศน์*, 28-54.
- ทรรส นหาญเรื่องเกียรติ, พัชรมน วงษ์รัตนะ, ศรีญา อ่าวสมบัติกุล. (2018). 80 ปี เขาดินวนา จากจุดเริ่มต้นชวนถวิลหา เปลี่ยนแปลงสู่สวนสัตว์ในโลกสมัยใหม่. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://adaybulletin.com/life-feature-dusit-zoo/20637>. [สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2019].
- ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom. (2012). [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://kantacandidate.blogspot.com/2012/02/vroom.html> [สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2019].
- แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (model of consumer behavior). (ม.ป.ป.). [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch4.htm> [สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2019]
- ศาสตราจารย์ ดร.เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฎ์. (2010). HR กับพฤติกรรมผู้บริโภค. [ออนไลน์]. ได้จาก: [http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/QM153\\_p100-104.pdf](http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/QM153_p100-104.pdf) [สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2019].
- แสงพงศ์, ส. (2017). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมืองปีที่ 6 ฉบับที่ 2*, 99-133.
- องค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2015). รายงานประจำปีสวนสัตว์ 2558 องค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ (Zpo Annual Report 2015). กรุงเทพมหานคร: องค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. [สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2019].
- องค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2016). รายงานประจำปีสวนสัตว์ 2559 องค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ (Zpo Annual Report 2016). กรุงเทพมหานคร: องค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. [สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2019].
- Anderson, et al. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 53-66.
- Holzer, D., Scott, D., & Bixler, R. (1998). Socialization influences on adult zoo visitation. *Journal of Applied Recreation Research*, 23(1), 43-62.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-34.
- Sharp, B. & Sharp, A. (1997). Loyalty Programs and their Impact on Repeat-purchase Loyalty Patterns. *International Journal of Research in Marketing*, Vol 14, No. 5, 473-486.
- Sook Lee, H. (2014). Measurement of visitors' satisfaction with public zoos in Korea using. *Tourism Management* 47 (2015), 251-260.
- Youjae, Y. & Jeon, H. (2003). Effects of loyalty programs on value perception, program loyalty, and brand loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 31, 2003 (3), 229-240.





## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

เรื่อง: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวสวนสัตว์

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้เที่ยวสวนสัตว์

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ส่วนที่ 2 : ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

ส่วนที่ 3 : พฤติกรรมและข้อคิดเห็นต่อการเที่ยวสวนสัตว์

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
  - ชาย
  - หญิง
2. อายุ
  - ต่ำกว่า 15 ปี
  - 15-24 ปี
  - 25-34 ปี
  - 35-44 ปี
  - 45-54 ปี
  - 55 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
  - โสด
  - สมรส
  - อื่นๆ (โปรดระบุ)
4. บุตร (หากมีบุตร โปรดระบุว่ามีบุตรกี่คน)
  - ไม่มีบุตร
  - 1 คน
  - 2 คน
  - 3 คน
  - อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. อาชีพ
  - นักเรียน/นักศึกษา
  - ธุรกิจส่วนตัว
  - พนง.บริษัทเอกชน
  - ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
  - พ่อบ้าน/แม่บ้าน
  - อื่นๆ (โปรดระบุ)
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
  - ไม่เกิน 15,000 บาท
  - 15,001-30,000 บาท
  - 30,001 - 45,000 บาท
  - 45,001-60,000 บาท
  - 60,000 บาท ขึ้นไป
7. ระดับการศึกษาสูงสุด
  - ประถมศึกษา
  - มัธยมศึกษา
  - ปริญญาตรี
  - ปริญญาโทหรือสูงกว่า
8. ปกติท่านมักจะไปท่องเที่ยวสวนสัตว์กับใคร
  - คนเดียว
  - คนรัก
  - กลุ่มเพื่อน
  - ครอบครัว (ไม่มีเด็กน้อย)
  - ครอบครัว (มีเด็กน้อย)
  - อื่นๆ (โปรดระบุ)

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

9. การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์ สำหรับการเข้าชมสัตว์
- 9.1. ความสะดวกในการเดินชมสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 9.2. ความสะดวกสบายของเส้นทางการเที่ยวสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 9.3. คู่มือคำอธิบายที่ชัดเจนของแผนผังสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 9.4. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าชมสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 9.5. การจัดพื้นที่ในส่วนแสดงสัตว์เหมาะสมกับเด็ก ๆ  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 9.6. ความหลากหลายของสัตว์ที่มีในสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
10. ความเป็นอยู่ของสัตว์ภายในสวนสัตว์
- 10.1. สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ตามธรรมชาติของสัตว์แต่ละชนิด  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 10.2. สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 10.3. กรงสัตว์มีลักษณะรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 10.4. กรงสัตว์กว้างขวางพอเหมาะกับสัตว์แต่ละชนิด  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 10.5. สวนสัตว์มีอุปกรณ์เครื่องมือดูแลสัตว์ที่เหมาะสม  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด

11. การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์
- 11.1. การบริการ/มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 11.2. ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 11.3. สัญลักษณ์/ป้ายบอกเส้นทางภายในสวนสัตว์ที่ชัดเจน  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 11.4. การให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 11.5. การจัดกิจกรรม/นิทรรศการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
12. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์
- 12.1. มีสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนั่งพัก/นั่งเล่นภายในสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 12.2. ร้านอาหารที่ดีมีคุณภาพภายในสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 12.3. จำนวนและที่ตั้งของห้องน้ำภายในสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 12.4. การจัดแผนผัง (โซนนิ่ง) และบรรยากาศโดยรอบภายในสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
13. การเข้าถึง/ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์
- 13.1. ความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยวสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 13.2. ขนาด/พื้นที่ของสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด
- 13.3. ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์  
 มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด



## 14. ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

## 14.1. ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์

มากที่สุด       มาก       ปานกลาง       น้อย       น้อยที่สุด

## 14.2. ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์อีกครั้งหนึ่ง

มากที่สุด       มาก       ปานกลาง       น้อย       น้อยที่สุด

## 14.3. ทำต้องการบอกต่อให้คนอื่น ๆ (ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก) มาท่องเที่ยวสวนสัตว์

มากที่สุด       มาก       ปานกลาง       น้อย       น้อยที่สุด

## ส่วนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการในปัจจัยต่าง ๆ ที่อยากให้มีในสวนสัตว์

## 15. สวนสัตว์ที่ท่านเคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือสวนสัตว์ใด [เลือกได้ 1 ข้อ]

สวนสัตว์ดุสิต       สวนสัตว์เปิดเขาเขียว (ชลบุรี)       สวนสัตว์เชียงใหม่  
 สวนสัตว์เขาใหญ่       สวนสัตว์เปิดซาฟารีเวิลด์       สวนสัตว์ขอนแก่น  
 สวนสัตว์โคราช (นครราชสีมา)       สวนสัตว์อุบลราชธานี       อื่น ๆ (โปรดระบุ)

## 16. สวนสัตว์ที่ท่านเคยไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือเมื่อใด [เลือกได้ 1 ข้อ]

1 - 4 เดือนที่ผ่านมา       5 - 8 เดือนที่ผ่านมา       9 - 12 เดือนที่ผ่านมา  
 มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา       มากกว่า 2 ปีที่ผ่านมา       ไม่เคยไปเลย  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

## 17. ท่านไปท่องเที่ยวสวนสัตว์บ่อยแค่ไหน [เลือกได้ 1 ข้อ]

ปีละ 2-3 ครั้ง       ปีละ 1 ครั้ง       สองปี 1 ครั้ง  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

## 18. ราคาในการเข้าชมสวนสัตว์ที่ท่านยินดีจะจ่ายต่อคน [เลือกได้ 1 ข้อ]

ราคา 50 – 100 บาท  
 ราคา 101 – 150 บาท  
 ราคา 151 – 200 บาท  
 ราคา 201 – 250 บาท  
 ราคา 250 บาทขึ้นไป

19. ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์ [เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ]
- มีบริการรถรับ-ส่งของสวนสัตว์จากจุดที่ขนส่งสาธารณะเข้าถึง
  - มีบริการที่จอดรถเพียงพอ
  - อนุญาตให้ขับรถส่วนตัวท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์
  - มีรถบริการรถเช่าสำหรับขับรถท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์
  - มีรถบริการรถรางสำหรับท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์
  - อื่น ๆ โปรดระบุ
20. ท่านอยากให้สวนสัตว์มีการจัด zoning ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไรบ้าง [เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ]
- มีการจัดแสดงสัตว์แบบสวนสัตว์กลางคืน (Night Safari)
  - มีการจัดแสดงสัตว์แบบสวนสัตว์เปิด
  - มีการจัดแสดงสัตว์โซนชอุ่มควาเรียม (สัตว์น้ำ)
  - มีการจัดแสดงสัตว์โซนสัตว์ตามถิ่นกำเนิด เช่น แอฟริกัน ซาวันน่า ออสเตรเลีย
  - มีการจัดแสดงสัตว์โซนสัตว์หายาก เช่น ลิเมอร์แลนด์ กรอบคริวสิงโตขาว
  - อื่น ๆ โปรดระบุ
21. ในการไปเที่ยวชมสวนสัตว์ ท่านคาดหวังว่าอยากเห็นสัตว์ชนิดใด [เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ]
- |                                       |                                 |                                  |  |   |
|---------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> ช้าง         | <input type="checkbox"/> สิงโต  | <input type="checkbox"/> ยีราฟ   | <input type="checkbox"/> ลิงอุรังอุตัง | <input type="checkbox"/> เสือดาว/เสือดำ |
| <input type="checkbox"/> ละมั่ง       | <input type="checkbox"/> แรด    | <input type="checkbox"/> ม้าลาย  | <input type="checkbox"/> กวาง          | <input type="checkbox"/> นกกระเจอกเทศ   |
| <input type="checkbox"/> กระต๊อ       | <input type="checkbox"/> หมี    | <input type="checkbox"/> แมวน้ำ  | <input type="checkbox"/> นาก           | <input type="checkbox"/> ฮิปโปโปแตมัส   |
| <input type="checkbox"/> นกชนิดต่าง ๆ | <input type="checkbox"/> จิงโจ้ | <input type="checkbox"/> โคอาล่า | <input type="checkbox"/> แรคคูน        | <input type="checkbox"/> ควายป่าแอฟริกา |
- อื่น ๆ โปรดระบุ
22. ท่านอยากให้สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์สัตว์อย่างไรบ้าง [เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ]
- โชว์แสดงความสามารถสัตว์ เช่น แมวน้ำบินได้
  - โชว์การให้อาหารสัตว์ เช่น การให้อาหารเสือโคร่ง
  - โชว์การแสดงของสัตว์หายาก เช่น แคนซิ่งฟลามิงโก้
  - โชว์การแสดงน่ารักๆของสัตว์ เช่น ช้างว่ายน้ำ ฮิปโปสวิมมิ่ง
  - โชว์การแสดงมายากลสัตว์
  - อื่น ๆ โปรดระบุ

23. ท่านอยากให้มีส่วนร่วมกับสัตว์ในกิจกรรมใดบ้าง [เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ]
- นั่งรถส่องสัตว์ตอนกลางคืน
  - ป้อนอาหารสัตว์/เขี่ยอาหารให้เข้าปากสัตว์
  - สามารถสัมผัส/อุ้มสัตว์ได้อย่างใกล้ชิด
  - สามารถขี่สัตว์เล่นได้
  - ถ่ายรูปเป็นที่ระลึกกับสัตว์
  - อื่น ๆ โปรดระบุ
24. ท่านอยากให้ภายในสวนสัตว์มีสิ่งบันเทิงนการใดบ้างเพิ่มเติมจากการแสดงสัตว์ [เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ]
- สวนสาธารณะไว้สำหรับนั่งเล่น/ออกกำลังกาย/ขี่จักรยาน
  - บ่อน้ำและเรือถีบ
  - สวนน้ำสำหรับเด็ก (Kid Water Park)
  - โซนไดโนพาร์ค (สำหรับจัดแสดงความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์)
  - โซนเครื่องเล่นเกมส์ต่าง ๆ
  - อื่น ๆ โปรดระบุ