

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีของนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่สองเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี และ วัตถุประสงค์ที่สามเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี โดยผลการศึกษาที่ได้นำเสนอต่อไปนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี จำนวน 300 ราย พบว่าส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 5.33 ของกลุ่มตัวอย่าง

มีอายุมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 90.7 รองลงมาคือ มีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 45.7 ตามลำดับ

มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา คือมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาคือ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 23.7 และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.7 ตามลำดับ

มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.7 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	142	47.3
หญิง	158	52.7
รวม	300	100
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	28	9.3
20 ปีขึ้นไป	272	90.7
รวม	300	100
3.สถานภาพ		
โสด	163	54.3
สมรส	137	45.7
รวม	300	100
4.ภูมิภาค		
เชียงใหม่	184	61.3
ภาคเหนือตอนบน	73	24.3
ภาคอื่นๆ	43	14.3
รวม	300	100
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	77	25.7
พนักงานบริษัทเอกชน	51	17.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	68	22.7
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	71	23.7
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	16	5.3
อื่นๆ	17	5.7
รวม	300	100
6.รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	41	13.7
5,000 – 10,000 บาท	115	38.3
10,001 – 20,000 บาท	86	28.7
มากกว่า 20,000 บาท	58	19.3
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

### 4.2.1 วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี จำแนกตามภูมิภาค

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี อันดับที่ 1 คือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ อันดับที่ 2 คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิภาคมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ อันดับที่ 2 คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน ในขณะที่กลุ่มภาคเหนือตอนบนมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยว อันดับที่ 2 คือ มาดูความแตกต่างระหว่างสวนสัตว์กลางวันกับกลางคืน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละ วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยว		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัดเชียงใหม่	ภาคเหนือตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	จำนวน	113	40	24	177
	อันดับที่	1	1	1	1
ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์	จำนวน	17	7	5	29
	อันดับที่	4	3	4	4
สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน	จำนวน	31	7	8	46
	อันดับที่	2	3	2	2
มาดูความแตกต่างระหว่างสวนสัตว์กลางวันกับกลางคืน	จำนวน	18	17	6	41
	อันดับที่	3	2	3	3
อื่น ๆ	จำนวน	5	2	0	7
	อันดับที่	5	4	5	5

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.2 รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามภูมิลำเนา อันดับที่ 1 คือ เดินทางมาที่ครอบครัว อันดับที่ 2 คือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนามีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามภูมิลำเนาเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 เดินทางไปเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามครอบครัว อันดับที่ 2 คือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละ รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัดเชียงใหม่	ภาคเหนือตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
เดินทางมาคนเดียว	จำนวน	6	1	1	8
	อันดับที่	4	4	4	4
เดินทางมาที่ครอบครัว	จำนวน	97	40	20	157
	อันดับที่	1	1	1	1
เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ	จำนวน	58	22	18	98
	อันดับที่	2	2	2	2
เดินทางมาที่แฟน	จำนวน	23	10	4	37
	อันดับที่	3	3	3	3

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.3 ลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่ชาฟารีจำแนกตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่ชาฟารี อันดับที่ 1 คือ มาเที่ยวครั้งแรก อันดับที่ 2 มาเที่ยวซ้ำ

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนามีลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่ชาฟารีเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 มาเที่ยวครั้งแรก อันดับที่ 2 มาเที่ยวซ้ำ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ ลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์ จำแนกตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัด เชียงใหม่	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
มาครั้งแรก	จำนวน	119	56	28	203
	อันดับที่	1	1	1	1
มาเที่ยวซ้ำ	จำนวน	65	17	15	97
	อันดับที่	2	2	2	2

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.4 ยานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีแจ่มแถมตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใช้ยานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี แจ่มแถม อันดับที่ 1 คือ ใช้รถยนต์ส่วนตัว อันดับที่ 2 คือ ใช้รถบริษัทนำเที่ยว

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนา ส่วนใหญ่นิยมมียานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี แจ่มแถม เหมือนกันคือ อันดับที่ 1 ใช้รถยนต์ส่วนตัว อันดับที่ 2 คือ ใช้รถรับจ้าง ในขณะที่กลุ่มภาคอื่น ๆ มียานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี แจ่มแถม อันดับที่ 2 คือ ใช้รถบริษัทนำเที่ยว ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละ ยานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์ แจ่มแถมตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

ยานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัดเชียงใหม่	ภาคเหนือตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
รถยนต์ส่วนตัว	จำนวน	161	63	26	250
	อันดับที่	1	1	1	1
รถรับจ้าง	จำนวน	11	5	7	23
	อันดับที่	2	2	3	3
รถบริษัทนำเที่ยว	จำนวน	10	5	10	25
	อันดับที่	3	2	2	2
อื่นๆ	จำนวน	2	0	0	2
	อันดับที่	4	3	4	4

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.5 สื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีจำแนกตามภูมิภาค

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีสื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี อันดับที่ 1 คือ คำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ อันดับที่ 2 คือ ทั้งโทรทัศน์/วิทยุและหนังสือพิมพ์/นิตยสาร

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิภาค มีสื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 จากคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ ส่วนสื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีอันดับที่ 2 กลุ่มจังหวัดเชียงใหม่ คือ จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร กลุ่มภาคเหนือตอนบน คือ จากแผ่นป้าย และกลุ่มภาคอื่น ๆ คือ จากโทรทัศน์/วิทยุ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ทำให้รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี จำแนกตามภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการได้รับข่าวสาร		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัดเชียงใหม่	ภาคเหนือตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
คำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ	จำนวน	108	39	26	173
	อันดับที่	1	1	1	1
แผ่นป้าย	จำนวน	13	14	4	31
	อันดับที่	4	2	3	3
โทรทัศน์/วิทยุ	จำนวน	23	12	6	41
	อันดับที่	3	3	2	2
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	จำนวน	32	5	4	41
	อันดับที่	2	4	3	2
อินเทอร์เน็ต	จำนวน	5	2	2	9
	อันดับที่	5	5	4	4
อื่นๆ	จำนวน	3	1	1	5
	อันดับที่	6	6	5	5

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.6 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจำแนกตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี อันดับที่ 1 คือ ครอบครัว อันดับที่ 2 คือ ตัวเอง

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนา ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 ครอบครัว อันดับที่ 2 คือ ตัวเอง ในขณะที่กลุ่มจังหวัดเชียงใหม่ อันดับที่ 2 คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัด เชียงใหม่	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
ตัวเอง	จำนวน	39	18	12	69
	อันดับที่	3	2	2	2
ครอบครัว	จำนวน	89	35	23	147
	อันดับที่	1	1	1	1
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	จำนวน	44	16	8	68
	อันดับที่	2	3	3	3
แฟน	จำนวน	12	4	0	16
	อันดับที่	4	4	4	4

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.2.7 ช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์ จำแนกตามภูมิภาค

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี อันดับที่ 1 คือ ช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ อันดับที่ 2 คือ ช่วงวันจันทร์ – ศุกร์

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิภาคมีช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี เหมือนกันคือ อันดับที่ 1 ใช้เวลาช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ อันดับที่ 2 คือ ใช้เวลาช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์ จำแนกตามภูมิภาค

ช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัดเชียงใหม่	ภาคเหนือตอนบน	ภาคอื่นๆ	
วันจันทร์ – ศุกร์	จำนวน	62	16	11	89
	อันดับที่	2	2	2	2
วันเสาร์ – อาทิตย์	จำนวน	110	52	27	189
	อันดับที่	1	1	1	1
วันหยุดนักขัตฤกษ์	จำนวน	12	5	5	22
	อันดับที่	3	3	3	3

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.8 ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามอายุ

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในที่พักผ่อนอันดับที่ 1 คือ น้อยกว่า 200 บาท อันดับที่ 2 คือ 200 - 399 บาท ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 20 ปี มีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในที่พักผ่อนอันดับที่ 1 คือ 200 - 399 บาท อันดับที่ 2 คือ มากกว่า 400 บาท ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อน

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		อายุ		รวม
		< 20 ปี	≥ 20 ปี	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	13	43	56
	อันดับที่	1	3	3
200 – 399 บาท	จำนวน	11	139	150
	อันดับที่	2	1	1
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	4	90	94
	อันดับที่	3	2	2
Chi-square = 16.324 df = 2 (Sig = 0.001)				

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.9 ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามสถานภาพ

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อนตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในที่พักผ่อน อันดับที่ 1 คือ ระหว่าง 200 – 399 บาท อันดับที่ 2 คือ น้อยกว่า 200 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในที่พักผ่อน อันดับที่ 1 คือ 200 – 399 บาท อันดับที่ 2 คือ มากกว่า 400 บาท ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักผ่อน

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		สถานภาพ		รวม
		โสด	สมรส	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	46	10	56
	อันดับที่	2	3	3
200 – 399 บาท	จำนวน	72	78	150
	ร้อยละ	1	1	1
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	45	49	94
	อันดับที่	3	2	2
Chi-square = 21.461 df = 2 (Sig = 0.000)				

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.10 ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีแจ่มตามภูมิลำเนา

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีแจ่มตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนามีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในทิวเขาฟารีแจ่มเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ 200 – 399 บาท อันดับที่ 2 คือ มากกว่า 400 บาท ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีแจ่ม

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัด เชียงใหม่	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่น ๆ	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	42	11	3	56
	อันดับที่	3	3	3	3
200 – 399 บาท	จำนวน	99	33	22	150
	อันดับที่	1	1	1	1
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	43	29	18	94
	อันดับที่	2	2	2	2
Chi-square = 16.599 df = 4 (Sig = 0.017)					

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.11 ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักชาฟารีจําแนกตามรายได้

เมื่อจําแนกค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักชาฟารีตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกระดับรายได้ เสียค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในที่พักชาฟารีคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ เสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท อันดับที่ 2 คือ เสียค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท อันดับที่ 1 คือ เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับที่ 2 คือ เสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท อันดับที่ 1 คือ เสียค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 2 คือ เสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักชาฟารี

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		รายได้				รวม
		< 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	>20,000 บาท	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	19	23	10	4	56
	อันดับที่	1	3	3	3	3
200 – 399 บาท	จำนวน	17	60	50	23	150
	อันดับที่	2	1	1	2	1
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	5	29	26	31	94
	อันดับที่	3	2	2	1	2
Chi-square = 40.937 df = 6 (Sig = 0.000)						

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี

ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 คือ ปัจจัยที่ควบคุมได้ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มที่ 2 คือ ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ ซึ่งประกอบไปด้วย อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ และรายได้

##### กลุ่มที่ 1 ปัจจัยที่ควบคุมได้

4.3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี (ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี ประกอบไปด้วย ค่าเดินทาง ค่าเข้าชม ค่าของที่ระลึก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม)

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 187 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 2 ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท มีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพล		ค่าใช้จ่ายของกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนรวม	63	187	84
	อันดับที่	1	1	1
ปัจจัยด้านราคา	คะแนนรวม	57	74	43
	อันดับที่	2	5	3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	คะแนนรวม	52	102	36
	อันดับที่	3	3	4
ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	คะแนนรวม	40	76	27
	อันดับที่	4	4	5
ปัจจัยด้านบุคลากร	คะแนนรวม	16	25	8
	อันดับที่	6	6	6
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ	คะแนนรวม	27	130	58
	อันดับที่	5	2	2
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	คะแนนรวม	3	12	2
	อันดับที่	7	7	7

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักชาฟารีของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักชาฟารี

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน จำนวน 73 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 2 ปัจจัยด้านราคา ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท มีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักชาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างภาคเหนือตอนบน

ปัจจัยที่มีอิทธิพล		ค่าใช้จ่ายของกลุ่มภาคเหนือตอนบน		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนรวม	15	59	64
	อันดับที่	1	1	1
ปัจจัยด้านราคา	คะแนนรวม	12	29	40
	อันดับที่	2	4	2
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	คะแนนรวม	10	33	27
	อันดับที่	3	3	3
ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	คะแนนรวม	6	25	20
	อันดับที่	6	5	4
ปัจจัยด้านบุคลากร	คะแนนรวม	7	9	10
	อันดับที่	5	6	5
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ	คะแนนรวม	9	37	20
	อันดับที่	4	2	4
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	คะแนนรวม	1	3	6
	อันดับที่	7	7	6

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวภาคอื่น ๆ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวภาคอื่น ๆ จำนวน 43 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา ในกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท มีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างภาคอื่น ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล		ค่าใช้จ่ายของกลุ่มภาคอื่น ๆ		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนรวม	3	24	38
	อันดับที่	3	2	1
ปัจจัยด้านราคา	คะแนนรวม	4	15	19
	อันดับที่	2	4	4
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	คะแนนรวม	6	29	21
	อันดับที่	1	1	3
ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	คะแนนรวม	2	13	14
	อันดับที่	4	5	5
ปัจจัยด้านบุคลากร	คะแนนรวม	2	9	3
	อันดับที่	4	6	6
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ	คะแนนรวม	1	16	24
	อันดับที่	5	3	2
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	คะแนนรวม	0	2	1
	อันดับที่	6	7	7

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี สวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจแตกต่างจากที่อื่น อันดับที่ 2 คือ มีสัตว์หลากหลายประเภทนำเข้ามาจากต่างประเทศและที่อื่นไม่มี ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับที่ 1 คือ มีสัตว์หลากหลายประเภทนำเข้ามาจากต่างประเทศและที่อื่นไม่มี อันดับที่ 2 คือ สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี สวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจแตกต่างจากที่อื่น ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่กว้างกว่า สวนสัตว์อื่น	คะแนนรวม	29	79	66
	อันดับที่	4	5	5
มีสัตว์หลายประเภทนำเข้ามาจาก ต่างประเทศและที่อื่น ไม่มี	คะแนนรวม	107	294	172
	อันดับที่	1	2	2
สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี สวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจ แตกต่างจากที่อื่น	คะแนนรวม	104	308	179
	อันดับที่	2	1	1
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	คะแนนรวม	69	108	77
	อันดับที่	3	4	3
มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์เหมาะใน การหาความรู้	คะแนนรวม	27	111	70
	อันดับที่	5	3	4

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.5 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ราคา ค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ อันดับที่ 2 คือ การมีมาตรฐานของราคา ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารี จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
ราคาค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่	คะแนนรวม	130	356	203
	อันดับที่	1	1	1
มีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน	คะแนนรวม	89	221	177
	อันดับที่	3	3	3
การมีมาตรฐานของราคา	คะแนนรวม	117	353	184
	อันดับที่	2	2	2

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.6 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการที่ชาวชนวนสัตว์เชียงใหม่ในท ชาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการที่ชาวชนวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ อยู่ใกล้กับสถานที่พักอาศัย ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 1 คือ เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท คือ อยู่ใกล้กับสถานที่พักอาศัย กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท คือ เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท คือ สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย ดังตารางที่ 4.18

**ตารางที่ 4.18** ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการที่ชาวชนวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
เดินทางมาสะดวก / หารถมา ง่าย	คะแนนรวม	48	206	138
	อันดับที่	3	2	1
อยู่ใกล้กับสถานที่พักอาศัย	คะแนนรวม	102	214	82
	อันดับที่	1	1	5
มีป้ายชื่อ/ตราสัญลักษณ์หา ง่าย	คะแนนรวม	40	142	90
	อันดับที่	4	4	3
มีที่นั่งพักตามจุดต่างๆ	คะแนนรวม	72	109	88
	อันดับที่	2	5	4
สถานที่มีความสะอาดและ ปลอดภัย	คะแนนรวม	34	144	94
	อันดับที่	5	3	2
มีที่ให้จอดรถยนต์ที่เพียงพอ	คะแนนรวม	40	85	72
	อันดับที่	4	6	6

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.7 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท ชาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีเหมือนกัน  
อันดับที่ 1 คือ คำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท คือ  
การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท คือ การมีบัตรส่วนลด /ราคา  
พิเศษ และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท คือ การโฆษณาจากหนังสือ นิตยสาร ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท  
ชาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทชาฟารีของกลุ่ม  
ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
คำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ	คะแนนรวม	104	332	187
	อันดับที่	1	1	1
มีการโฆษณาจากหนังสือ นิตยสาร	คะแนนรวม	51	146	108
	อันดับที่	5	4	2
มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	คะแนนรวม	71	156	82
	อันดับที่	2	3	5
มีการโฆษณาแบบแผ่นพับ	คะแนนรวม	53	83	98
	อันดับที่	4	5	3
การมีบัตรส่วนลด /ราคาพิเศษ	คะแนนรวม	57	182	89
	อันดับที่	3	2	4

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.8 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตร ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท อันดับที่ 1 คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 399 บาท คือ พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตร และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านบุคลากร		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์	คะแนนรวม	95	195	136
	อันดับที่	2	3	3
พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตร	คะแนนรวม	99	266	179
	อันดับที่	1	2	1
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	คะแนนรวม	81	289	167
	อันดับที่	3	1	2
พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว	คะแนนรวม	61	152	82
	อันดับที่	4	4	4

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.9 ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการที่เยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านการสร้างหรือนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการที่เยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ มีเส้นทางถนนหรือทางเดินในสวนสัตว์ที่สามารถใกล้ชิดสัตว์ได้มากขึ้น ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 1 คือ การแบ่งโซนภายในสวนสัตว์ ส่วนปัจจัยด้านการสร้างหรือนำเสนอลักษณะทางกายภาพอันดับที่ 2 คือ สวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีมีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับที่ 2 คือ การแบ่งโซนภายในสวนสัตว์ ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการที่เยี่ยมชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
สวนสัตว์มีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น	คะแนนรวม	76	232	135
	อันดับที่	3	2	2
การแบ่งโซนภายในสวนสัตว์	คะแนนรวม	89	187	145
	อันดับที่	2	3	1
มีเส้นทางถนนหรือทางเดินในสวนสัตว์ที่สามารถใกล้ชิดสัตว์ได้มากขึ้น	คะแนนรวม	92	254	135
	อันดับที่	1	1	2
มีการจัดตำแหน่งที่อยู่หรือประเภทของสัตว์ที่เหมาะสม	คะแนนรวม	56	137	88
	อันดับที่	4	4	3
ที่อยู่สัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งอย่างสวยงาม	คะแนนรวม	23	90	61
	อันดับที่	5	5	4

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.10 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการที่วชนสวนสัตว์เชียงใหม่ในท้ชาฟารี

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการที่วชนสวนสัตว์เชียงใหม่ในท้ชาฟารีของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ อันดับที่ 2 คือ การมีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับที่ 2 คือ การมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการที่วชนสวนสัตว์เชียงใหม่ในท้ชาฟารี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท้ชาฟารีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 – 399 บาท	มากกว่า 400 บาท
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	คะแนนรวม	125	314	169
	อันดับที่	1	1	1
มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ	คะแนนรวม	83	233	151
	อันดับที่	3	2	2
มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	คะแนนรวม	84	209	139
	อันดับที่	2	3	3
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	คะแนนรวม	44	144	105
	อันดับที่	4	4	4

ที่มา : จากการศึกษา



## กลุ่มที่ 2 ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

### 4.3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.324 ซึ่งมากกว่าค่า chi-square ในตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 2 คือ 5.9914 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในท่าซาฟารีแตกต่างกัน

### 4.3.12 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 21.461 ซึ่งมากกว่าค่า chi-square ในตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 2 คือ 5.9914 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในท่าซาฟารีแตกต่างกัน

### 4.3.13 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.599 ซึ่งมากกว่าค่า chi-square ในตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 4 คือ 9.4877 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในท่าซาฟารีแตกต่างกัน

#### 4.3.14 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 40.937 ซึ่งมากกว่าค่า chi-square ในตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 6 คือ 12.5916 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์ในท่าซาฟารีแตกต่างกัน

#### 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

##### 4.4.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี มีความสวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจที่แตกต่างจากที่อื่น ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่ที่กว้างกว่าที่อื่น มีสัตว์หลากหลายประเภทนำเข้ามาจากต่างประเทศและที่อื่นไม่มี มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์เหมาะในการหาความรู้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่เที่ยวมีบรรยากาศดี มีความสวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจที่แตกต่างจากที่อื่น	727	2.42	ปานกลาง
ขนาดสวนสัตว์มีพื้นที่ที่กว้างกว่าที่อื่น	673	2.2433	ปานกลาง
มีสัตว์หลากหลายประเภทนำเข้ามาจากต่างประเทศและที่อื่นไม่มี	672	2.24	ปานกลาง
มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์เหมาะในการหาความรู้	633	2.11	ปานกลาง
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	621	2.07	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.21	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านราคา พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 3 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ การมีมาตรฐานของราคาค่าเข้าชม ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่ และมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
การมีมาตรฐานของราคาค่าเข้าชม	582	1.94	ปานกลาง
ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับบริการที่มีอยู่	578	1.92	ปานกลาง
มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน	559	1.86	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		1.91	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 6 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ มีที่ให้จอดรถยนต์เพียงพอ สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย มีป้ายชื่อ/ตราสัญลักษณ์ทาง่าย มีที่นั่งนั่งพักตามจุดต่าง ๆ และอยู่ใกล้กับที่พักอาศัย ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีที่ให้จอดรถยนต์เพียงพอ	681	2.27	ปานกลาง
สถานที่มีความสะอาดและปลอดภัย	679	2.2633	ปานกลาง
เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย	674	2.2466	ปานกลาง
มีป้ายชื่อ/ตราสัญลักษณ์หาง่าย	637	2.1233	ปานกลาง
มีที่นั่งพักผ่อนตามจุดต่าง ๆ	632	2.1066	ปานกลาง
อยู่ใกล้กับที่พักอาศัย	592	1.9733	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.16	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ คำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ มีการโฆษณาจากนิตยสาร มีการโฆษณาจากอินเทอร์เน็ต การมีส่วนลด/ราคาพิเศษ และมีการโฆษณาแบบแผ่นพับ ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
คำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ	661	2.2030	ปานกลาง
มีการโฆษณาจากนิตยสาร	554	1.8466	ปานกลาง
มีการโฆษณาจากอินเทอร์เน็ต	552	1.84	ปานกลาง
การมีส่วนลด/ราคาพิเศษ	550	1.8333	ปานกลาง
มีการโฆษณาแบบแผ่นพับ	544	1.8133	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		1.9	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตร พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	648	2.16	ปานกลาง
พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตร	646	2.1533	ปานกลาง
พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว	626	2.0866	ปานกลาง
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์	620	2.0666	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.11	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ มีเส้นทางถนนหรือทางเดินในสวนสัตว์ที่สามารถใกล้ชิดสัตว์ได้มากขึ้น สวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์แตกต่างจากที่อื่น มีการจัดตำแหน่งที่อยู่หรือประเภทของสัตว์ที่เหมาะสม และที่อยู่ของสัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งอย่างสวยงาม ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีเส้นทางถนนหรือทางเดินในสวนสัตว์ที่สามารถใกล้ชิดสัตว์ได้มากขึ้น	685	2.2833	ปานกลาง
สวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีมีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น	672	2.24	ปานกลาง
มีการแบ่งโซนภายในสวนสัตว์แตกต่างจากที่อื่น	627	2.09	ปานกลาง
มีการจัดตำแหน่งที่อยู่หรือประเภทของสัตว์ที่เหมาะสม	626	2.0866	ปานกลาง
ที่อยู่ของสัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งอย่างสวยงาม	619	2.0633	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.15	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	653	2.1766	ปานกลาง
มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ	630	2.1	ปานกลาง
มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	625	2.0833	ปานกลาง
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	613	2.0433	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.1	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4.8 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยที่สามารถควบคุมได้

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัย พบว่าอันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยที่สามารถควบคุมได้

ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ระดับความพึงพอใจ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.21	1	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	1.91	6	ปานกลาง
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.16	2	ปานกลาง
ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	1.9	7	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.11	4	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.15	3	ปานกลาง
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	2.1	5	ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.5 ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

##### 4.5.1 ความเห็นของราคาค่าเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ให้ความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมปัจจุบันที่เก็บในอัตราผู้ใหญ่ 250 ต่อคน และเด็ก 125 บาทต่อคน มีการเก็บค่าเข้าชมไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 54.33 และผู้ที่ให้ความเห็นว่าการเก็บค่าเข้าชมในอัตราดังกล่าวมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 45.67 ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเห็นของราคาค่าเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

ความเห็นราคาค่าเข้าชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	137	45.67
ไม่เหมาะสม	163	54.33
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : เนื่องจากได้เก็บแบบสอบถามในช่วงกลางวันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีราคาค่าเข้าชม 50 บาทต่อคน ดังนั้นจึงทำให้ผลการศึกษาที่ได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาค่าเข้าชมที่เก็บในอัตราผู้ใหญ่ 250 ต่อคน และเด็ก 125 บาทต่อคนที่เก็บในช่วงกลางคืนไม่เหมาะสมมีจำนวนที่มากกว่า



#### 4.5.2 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีน้อยกว่า 211 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ มีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีระหว่าง 211.1 – 297 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.33 และมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีมากกว่า 297 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.33 ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย

มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 211	175	58.33
211.1 – 297	103	34.33
มากกว่า 297	22	7.33
รวม	300	100
มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 211.50 บาท		

ที่มา : จากการศึกษา