

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมของผู้ใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ (องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)
ผู้จัดทำ	นางสาวนิภาภรณ์ หน่อแก้ว
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ฐติกุล ไชยวรรณ
วันที่อนุมัติผลงาน	มีนาคม 2552
จำนวนหน้า	78 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคนไทยที่ใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ และศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง ชนิดปลายเปิด และปลายปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามให้กับคนไทยที่เคยมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 27 ตุลาคม – 13 พฤศจิกายน 2551 เป็นช่วงที่สวนสัตว์เชียงใหม่ ยังไม่เปิดให้บริการส่วนจัดแสดงอควอเรียม (CHIANGMAI ZOO AQUARIUM) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ซึ่งผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามหลังจากเก็บข้อมูลแล้วมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Alpha Coefficient) หรือ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.91 ซึ่งมีค่าสูงกว่ามาตรฐานที่ 0.70 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยใช้มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ สำหรับความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อให้มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่จะวัดในการวิจัย ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 257 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 -33 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 16,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เข้าเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งนี้เป็นครั้งแรก โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทางมาเที่ยวชม ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัว บุคคลผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่คือ ตัวเอง และมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่ได้รับแผนที่หรือแผ่นพับแสดงส่วนต่างๆ ของสวนสัตว์และแผนที่หรือแผ่นพับที่ได้รับนั้นมีประโยชน์ต่อกลุ่มตัวอย่างมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่โดยใช้บริการรถบริการนำชมของสวนสัตว์ ใช้เวลาในการเที่ยวชมโดยประมาณ 1 - 3 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนใหญ่มาเที่ยวชมในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 12.01 - 18.00 น. มีค่าใช้จ่ายที่ใช้โดยเฉลี่ยประมาณ 100 - 300 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าบัตรผ่านประตู ในส่วนของสถานที่หรือกิจกรรมในสวนสัตว์เชียงใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเที่ยวชมมากที่สุด และประทับใจมากที่สุดคือ ส่วนจัดแสดงแพนด้า ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของสวนสัตว์เชียงใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่อส่วนใหญ่มาจากโทรทัศน์ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากบุคคลส่วนใหญ่นั้นมาจากเพื่อน โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก ให้มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก ทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.88 3.88 3.87 3.84 3.81 3.81 และ 3.66 ตามลำดับ