

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้าชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิง สวนสัตว์  
เชียงใหม่  
ผู้จัดทำ : นายถิรวัฒน์ เพ็ชรกล้า  
หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่  
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.เทียน เสรวมัญ  
วันที่อนุมัติผลงาน : 6 พฤษภาคม 2553  
จำนวนหน้า : 82 หน้า  
คำสำคัญ : พฤติกรรม ความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาด

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้าชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิง สวนสัตว์เชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิง ของสวนจัดแสดงหมีแพนด้า สวนสัตว์เชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิง สวนสัตว์เชียงใหม่ โดยได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 246 ราย ผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ ของแบบสอบถาม วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏผลได้ค่า 0.96 การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ค่าสถิติในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และโดยใช้การทดสอบแบบ t-test จำแนกตามกลุ่มที่ตัดสินใจกลับมาชม และผู้ที่ไม่แน่ใจ/ไม่กลับมาชม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 24 ปี วุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และส่วนมากเป็นผู้ที่เข้าชมครั้งแรก ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ไม่ได้อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่ออยากมาดูหมีแพนด้าน้อยหลินปิง โดยเดินทางมากับญาติ/ครอบครัว วันและเวลาที่เข้าชมส่วนใหญ่คือวันอังคาร พุธ ศุกร์ และอาทิตย์ เวลา 9.00 – 10.00 น. เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่ได้ค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจเข้าชม และสิ่งจูงใจในการเข้าชม คือ ความน่ารักของหมีแพนด้าน้อยหลินปิง การซื้อบัตรเข้าชม ส่วนใหญ่ ซื้อเองที่สวนสัตว์ ซึ่งหลังจากเข้าชมแล้ว ผู้เข้าชมส่วนใหญ่คาดว่าจะกลับมาชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิงอีก ซึ่งจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาเข้าชมด้วย โดยผู้เข้าชมส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าชมหมีแพนด้าช่วงช่วง และหลินฮุ่ย และผู้เข้าชมส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อของที่

ระลึกเกี่ยวกับหมีแพนด้า โดยรวมแล้วระดับความพึงพอใจของผู้เข้าชมอยู่ในระดับความพึงพอใจ  
มาก

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเข้าชม มีผลการศึกษาคังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ความน่ารักของหมีแพนด้าน้อยหลินปิง และความพึงพอใจในระดับมากด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ

การวิจัยครั้งนี้ค้นพบว่า ผู้ที่จะกลับมาชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิง และผู้ที่ไม่แน่ใจ/ไม่กลับมาชมหมีแพนด้าน้อยหลินปิง มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านกายภาพ

ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ส่วนจัดแสดงหมีแพนด้าควรคำนึงถึงความน่ารักของหมีแพนด้าน้อยหลินปิง ตามพัฒนาการ สมวัยที่โตขึ้นอันจะเป็นอุปสรรคต่อความน่ารักของหมีแพนด้าน้อยหลินปิง และส่งผลต่อความพึงพอใจในการกลับมาเข้าชมการแสดงได้