

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้มาเยือนในการเข้าชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พรรณนาถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สวนสัตว์เชียงใหม่ 2) ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางสังคมของผู้มาเยือนสวนสัตว์เชียงใหม่ 3) ศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้มาเยือนในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 240 คน โดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน (quota sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงในเนื้อหา และทดสอบความเที่ยง การเก็บข้อมูลดำเนินการในเดือนกันยายน ถึงเดือนตุลาคม 2551 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย และนำหน้าค่าคะแนนเฉลี่ย

การวิจัยเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางสังคมของผู้มาเยือนสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สภาพพื้นที่ตั้งอยู่ที่เชิงดอยสุเทพ มีพื้นที่ทั้งหมด 531 ไร่ โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้ 1) พื้นที่สวนสัตว์ชั้นนอก 100 ไร่ 2) พื้นที่สวนสัตว์ใหม่ 170 ไร่ 3) พื้นที่สวนสัตว์เปิด 100 ไร่ 4) พื้นที่พักผ่อน 100 ไร่ และ 5) พื้นที่เพาะพันธุ์สัตว์ 61 ไร่ โดยทั่วไปเป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน ความสูงของพื้นที่อยู่ระหว่าง 300 - 400 เมตรจากระดับน้ำทะเล พื้นที่ป่าเป็นป่าเต็งรัง ซึ่งคงสภาพธรรมชาติทั้งพืชพรรณและสัตว์ป่าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ สภาพทางธรณีวิทยาประกอบด้วยหินอัคนีชนิดที่สำคัญคือ หินแกรนิต สภาพภูมิอากาศมี 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว ส่วนลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาเยือนสวนสัตว์เชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด และมีวุฒิทางการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีอายุโดยเฉลี่ย 28 ปี ผู้ให้ข้อมูลเกินครึ่งไม่มีประสบการณ์ในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มาก่อน ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

สำหรับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้มาเยือนในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลนั้น สืบเนื่องมาจากแรงกระตุ้นด้านสถานการณื ด้านจิตวิทยา และด้านเทคโนโลยี ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ให้ข้อมูลในระดับมาก ส่วนแรงกระตุ้นด้านส่วนบุคคล ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อย ทั้งนี้ ด้านสถานการณื ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้มาเยือนในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ซึ่งด้านสถานการณืนั้นประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เวลา และอารมณ์ แสดงให้เห็นว่า สวนสัตว์เชียงใหม่มีสถานการณืที่เหมาะสมซึ่งสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ ไม่ว่าจะเป็น สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีความพร้อมทั้งสัตว์หลากหลายพันธุ์ สิ่งปลูกสร้างที่ออกแบบอย่างกลมกลืนกับธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการคมนาคมที่สะดวกต่อการเดินทางมายังสวนสัตว์เชียงใหม่

This research on “Decision Making Behaviour of Chiang Mai Zoo Visitors” had the following objectives: 1) topographic condition of Chiang Mai zoo, 2) socio-economic characteristics of people visiting Chiang Mai zoo, and 3) decision making behaviour of Chiang Mai zoo visitors. The quota sampling of 240 respondents who visited Chiang Mai zoo was used as a sample in this study. A pre-tested questionnaire for its content validity was used in collecting data in September and October 2008 that were analyzed by using descriptive statistics with values including frequency, percentage and average.

Results of the study revealed that Chiang Mai zoo was located at the bottom of Doi Suthep covering an area of 531 rais. It was classified into 5 parts as follows: 1) external Chiang Mai zoo covering an area of 100 rais 2) new Chiang Mai zoo area covering an area of 170 rais 3) opened zoo covering an area of 100 rais 4) overnight camping covering an area of 100 rais and 5) animal species propagation covering an area of 61 rais. In general, Chiang Mai zoo was about 300 - 400 meters above the sea level. It was a deciduous tree forest being abundant with animal and plant species. Most of the stones found in this area were granite. As for socio-economic characteristics of the respondents, it was found that most of the people visiting Chiang Mai zoo were female, single, holding bachelor's degree, and 28 years old on average. Less than one-half of the respondents did not have experience in visiting Chiang Mai zoo. It was also found that most of the respondents live in Chiang Mai province.

Regarding behavior or decision-making of the respondents, it was found that motivation of situations, psychology and technology effected at a high level behavior on decision-making of the respondents. However, motivation of personnel, society and culture had a low level of influence towards the respondents' decision making. It was also found that situations effecting decision-making of the respondents at a high level were on physical environment, time, and emotion. This implied that Chiang Mai zoo had a situation which attracted its visitors according to the diversity of animal varieties. Besides, the structures which were harmonious with the environment, convenience facilities and transportation were suitable for the promotion of Chiang Mai zoo visiting.