

บรรณานุกรม

- กรทอง ลีสุวรรณ. 2548. “การประเมินมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่”.
การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2553. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 16
(ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตนา บุญบงการ. 2539. การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ.
กรุงเทพฯ: ฟอร์แมทพริ้นติ้ง.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2547. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- ชากรณ์ ชันแก้ว. 2551. “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของสวนจัดแสดงหมีแพนด้า
ในสวนสัตว์เชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2549. การตลาดบริการ Service Marketing. กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อุรุยา. 2547. การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาถพิมล วาดสันทัด. 2545. “กลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสน
จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและประชาสัมพันธ์. 2553. รายงานสรุปจำนวนผู้เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่.
เชียงใหม่ : สวนสัตว์เชียงใหม่.
- ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและประชาสัมพันธ์ : สวนสัตว์เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2554, จาก
www.chiangmaizoo.com
- เพ็ญศิลป์ ทีมะพันธ์. 2546. “บทบาทของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ในการส่งเสริม
การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ รัฐประศาสนศาสตร-
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา. โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนและศึกษา

ผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมในการจัดตั้งสวนสัตว์แห่งใหม่ 4 สวนสัตว์. สงขลา :
มหาวิทยาลัยทักษิณ. 2552.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2548. การตลาดธุรกิจบริการ: Service Marketing. กรุงเทพฯ :
ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วัชรารมณ์ สุริยาภิวัฒน์. 2546. วิจัยธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. กลยุทธ์การตลาด การบริการ และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ :
ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2550. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด
สามลดา.

เสรี วงศ์มณฑา. (2548). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2546. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ. 2548. จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ : เพรสเอนด์
ดีไซน์.

เอกลักษณ์ อริยวัฒน์. 2549. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท
ชาฟารี ของนักท่องเที่ยวไทย”. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Philip Kotler. 1997. **Advance Marketing Management**. 9th ed. New Jersey: Prentice
Hall International.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลของท่านตามความเป็นจริงโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 15 ปี

15-25 ปี

26-35 ปี

36-45 ปี

มากกว่า 45 ปี

3. อาชีพ

นักเรียนหรือนักศึกษา

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท

เจ้าของธุรกิจ

เกษตรกร

อื่นๆ(โปรดระบุ).....

4. รายได้เดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000

5,001-10,000

10,001-15,000

15,001-20,000

20,001-25,000

มากกว่า 25,000

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- ท่านต้องการเข้าใช้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งนี้เนื่องจาก (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> พักผ่อนกับครอบครัว	<input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวและชมสัตว์ป่า
<input type="checkbox"/> จัดกิจกรรมภายในสวนสัตว์	<input type="checkbox"/> ทักษะศึกษา
<input type="checkbox"/> เป็นสถานที่นำท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ).....
- ท่านมีทัศนคติต่อสวนสัตว์เชียงใหม่อย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมสูง	<input type="checkbox"/> เป็นแหล่งรวบรวมสัตว์ป่าหายาก
<input type="checkbox"/> เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของครอบครัว	<input type="checkbox"/> ค่าเข้าชมถูก/คุ้มค่า
<input type="checkbox"/> สถานที่สวยงาม	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- ท่านเคยทราบข่าวสารของสวนสัตว์เชียงใหม่จากสื่อประเภทต่าง ๆ หรือไม่ (หากตอบว่า ไม่เคย ให้ข้ามหัวข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนที่ 3)

<input type="checkbox"/> เคย	<input type="checkbox"/> ไม่เคย
------------------------------	---------------------------------
- ท่านเคยเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่มาก่อนหรือไม่

<input type="checkbox"/> เคย	<input type="checkbox"/> ไม่เคย
------------------------------	---------------------------------
- ท่าน/คณะ เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้จำนวน.....คน
- ครั้งนี้ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ประมาณ.....บาท/คน
- ท่านเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งนี้เป็นครั้งที่เท่าใด (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ความสมบูรณ์และความเป็นอยู่ของสัตว์					

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ความหลากหลายและจำนวนสัตว์					
3. ทัศนียภาพและความสวยงามของ พื้นที่ภายในสวนสัตว์เชียงใหม่					
4. ความสะดวกในการเดินทางมา ท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่					
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านราคา (Price)					
1. อัตราค่าบริการที่เหมาะสม					
2. มีความหลากหลายของระดับราคา ตามประเภทบริการที่เลือก					
3. มีป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการที่ ชัดเจน					
4. ความคุ้มค่าในการเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่					
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. มีช่องให้บริการจำหน่ายบัตรผ่าน ประตูด้านหน้า สวนสัตว์เชียงใหม่ เพียงพอ					
2. มีบริการจำหน่ายบัตรราคาประหยัด แบบชุดแพคเกจให้เลือกตามความ ต้องการ					
3. มีจุดบริการจำหน่ายบัตรภายในสวน สัตว์เพื่อตอบสนองความต้องการ เพิ่มเติม/ทางเลือกของนักท่องเที่ยว					
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) กรณี ข้อ 7 ในส่วนที่ 1 ตอบ <input checked="" type="checkbox"/> ไม่เคย ให้ข้ามหัวข้อนี้ไป					
1. ท่านทราบข่าวของสวนสัตว์ เชียงใหม่ทาง วิทยุ โทรทัศน์					
2. ท่านทราบข่าวของสวนสัตว์ เชียงใหม่ทาง หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์					
3. ท่านทราบข่าวสวนสัตว์เชียงใหม่ทาง อินเทอร์เน็ต					
4. ท่านทราบข่าวสวนสัตว์เชียงใหม่ทาง รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่					
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านกระบวนการ (Process)					
1. มีคำอธิบายกระบวนการและ วิธีการใช้บริการแต่ละส่วนชัดเจน					
2. เอกสารที่ใช้ประกอบในการใช้ บริการเหมาะสม เข้าใจได้ง่าย					
3. ขั้นตอนในการจำหน่ายบัตรและการ เข้าใช้บริการ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
4. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ น่าเชื่อถือ					
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านบุคคล (People)					
1. พนักงานจำหน่ายบัตรให้คำแนะนำ อย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
2. พนักงานต้อนรับมีบุคลิกภาพดีและ แต่งกายเหมาะสม ใช้ภาษาสุภาพ					

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. พนักงานประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล เวลาการให้บริการ เวลาแสดง ในแต่ ละจุด แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องชัดเจน					
4. พนักงานเลี้ยงสัตว์คอยให้ข้อมูล เพิ่มเติมประจำหน้าส่วนจัดแสดงสัตว์					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
1. ภายในสวนสัตว์มีความสวยงามและ สะอาด					
2. มีสถานที่จอดรถและทางเดินเท้าที่ กว้างขวางปลอดภัย					
3. ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ					
4. เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงาน มีความเหมาะสมและพร้อมเพียง เป็น เอกลักษณ์ของหน่วยงาน					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านคุณภาพบริการ					
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความ เป็นกันเอง					
2. รู้ลึกปลอดภัย					
3. อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่นบริการรับฝากของ สัตว์เลี้ยง บริการรถเข็นคนพิการ					
4. การให้บริการที่เป็นไปตามความ คาดหวัง					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- โอกาสที่ท่านคิดว่าจะมาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่อีกหรือไม่
 มาใช้บริการ ไม่มาใช้บริการ
- ท่านมักเดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในช่วงเวลาใด
 วันหยุด เสาร์-อาทิตย์ วันจันทร์-ศุกร์
 วันหยุดเทศกาล
- บุคคลที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งนี้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 เพื่อน พ่อแม่/ครอบครัว
 อาจารย์/ครู ไกด์นำเที่ยว/บริษัททัวร์
 อื่นๆ(โปรดระบุ).....
- ในการมาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ครั้งต่อไป ท่านจะให้ความสำคัญกับเรื่องใดมากที่สุด (เลือก 1 ข้อ)
 ความสะดวกในการเดินทาง ค่าใช้จ่าย
 พาหนะในการเข้าชม การให้บริการ
 ความแปลกใหม่ของสัตว์ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

- ปัญหาและอุปสรรคที่ท่านพบจากการเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

.....

.....

- ข้อเสนอแนะในการใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าสำหรับความอนุเคราะห์ ในการกรอก
แบบสอบถามฉบับนี้

ภาคผนวก ข

แพนด้าในประเทศไทย

โครงการวิจัยและจัดแสดงหมีแพนด้าในประเทศไทยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยเริ่มมาจาก ในปี พ.ศ. 2544 พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (รองนายกรัฐมนตรีในขณะนั้น) ได้เดินทางไปราชการที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และได้เจรจาขอหมีแพนด้าจาก ประธานาธิบดีและนายกรัฐมนตรีของสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ต่อมาเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐประชาชนจีนประจำประเทศไทย แจ้งว่า รัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนยินยอมมอบหมีแพนด้าจำนวน 1 คู่ให้ประเทศไทย และวันที่ 22 ตุลาคม 2544 รัฐบาลไทย โดยคณะรัฐมนตรี มีมติรับทราบ และมอบหมายให้ องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประสานงานเพื่อเตรียมความพร้อมต่างๆ ซึ่งต่อมามีการประชุมและดำเนินการ ภายใต้โครงการวิจัยและจัดแสดงหมีแพนด้าในประเทศไทย โดยได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2545 จากงบกลางรายการเงินสำรองจ่าย เพื่อกรณีฉุกเฉิน หรือจำเป็นจำนวน 39,818,313 บาท เป็นค่าก่อสร้างส่วนวิจัยและจัดแสดงหมีแพนด้า และมอบหมายให้กองพลทหารช่าง ค่ายภาณุรังษี จังหวัดราชบุรี เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง ในระยะเวลา 210 วัน

วันที่ 4 มีนาคม 2546 มีพิธีลงนามในสัญญาการสนับสนุนหลักระหว่าง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และองค์การสวนสัตว์ ในการสนับสนุนการขนส่งหมีแพนด้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมายังประเทศไทย สนับสนุนที่นั่ง สำหรับผู้ที่พร้อมเดินทางไปรับหมีแพนด้า จำนวน 50 ที่นั่ง สนับสนุนบัตรโดยสารเครื่องบิน สำหรับเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ในวงเงินปีละ 1 ล้านบาท สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดทำกล่องสำหรับขนส่งหมีแพนด้า และสนับสนุนการขนส่งไปจากจีน มายังประเทศไทยเมื่อมีความจำเป็น

วันที่ 10 สิงหาคม - 10 กันยายน 2546 องค์การสวนสัตว์ได้จัดส่ง นายสัตวแพทย์ 1 คน และพนักงานเลี้ยง 1 คน ซึ่งจะทำหน้าที่เลี้ยงหมีแพนด้า ไปศึกษาดูงานและฝึกอบรมการเลี้ยงดูหมีแพนด้า ณ ศูนย์วิจัยและอนุรักษ์หมีแพนด้า เมืองวู่หลง มณฑลเสฉวน สาธารณรัฐประชาชนจีน

วันที่ 1-5 กันยายน 2546 ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี (พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ) ข้าราชการระดับสูงและผู้บริหารระดับสูงขององค์การสวนสัตว์ เดินทางไปเยือนสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างเป็นทางการ เพื่อเจรจาความร่วมมือในด้านต่างๆ พร้อมทั้งร่วมพิธีลงนามในข้อตกลงความร่วมมือการวิจัยและอนุรักษ์หมีแพนด้า ณ กรุงปักกิ่ง จากนั้นก็เดินทางไปเลือกหมีแพนด้า 1 คู่ ที่จะนำมาจัด

แสดงในประเทศไทย ณ ศูนย์วิจัยและอนุรักษ์หมีแพนด้าวู่หลง เมืองเฉินตู มณฑลเสฉวนตามบันทึกข้อตกลงของโครงการฯ ดังกล่าว รัฐบาลจีน ส่งมอบหมีแพนด้า สำหรับการเลี้ยงดูในสวนสัตว์ เชียงใหม่ สังกัดองค์การสวนสัตว์ ของประเทศไทย เป็นระยะเวลา 10 ปี (พ.ศ.2546-2556) เมื่อครบกำหนด ต้องส่งคืนให้กับรัฐบาลจีน โดยสาระสำคัญในบันทึกข้อตกลง มีดังนี้

1. องค์การสวนสัตว์ฯ ต้องสนับสนุนงบประมาณให้กับศูนย์อนุรักษ์และวิจัยหมีแพนด้าของสาธารณรัฐประชาชนจีน ปีละ 10,000,000 ล้านบาท

2. กรณีที่หมีแพนด้าตกอยู่ในประเทศไทย ลูกหมีแพนด้าจะต้องเป็นของรัฐบาลจีน และองค์การสวนสัตว์ฯ ต้องสนับสนุนงบประมาณให้กับศูนย์อนุรักษ์และวิจัยหมีแพนด้า ของประเทศจีน ดังนี้

2.1 เมื่อลูกหมีแพนด้า มีอายุครบ 30 วัน ต้องจ่ายให้ให้กับศูนย์อนุรักษ์ฯของจีน จำนวน 75,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา

2.2 เมื่อลูกหมีแพนด้า มีอายุครบ 6 เดือน ต้องจ่ายให้ให้กับศูนย์อนุรักษ์ฯของจีน จำนวน 75,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา

2.3 เมื่อลูกหมีแพนด้า มีอายุครบ 24 เดือน (2ปี) ต้องส่งคืนลูกหมีแพนด้าให้กับรัฐบาลจีน

วันที่ 12 ตุลาคม 2546 ทูตสันถวไมตรีหมีแพนด้ายักษ์ "ช่วง ช่วง-หลินฮุย" เดินทางมาถึงจังหวัดเชียงใหม่ ที่เขาวินพิเศษ "เรารักแพนด้า" มีพิธีขบวนแห่ยิ่งใหญ่จากท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ถึงสวนสัตว์เชียงใหม่ เวลา 17.25 น. ท่ามกลางความชื่นชมยินดีจากชาวเชียงใหม่และประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ

ช่วงช่วง (ShuangShuang) เป็นชื่อของแพนด้ายักษ์เพศผู้ ที่สาธารณรัฐประชาชนจีนให้ประเทศไทยยืมจัดแสดงที่ สวนสัตว์เชียงใหม่ ในฐานะทูตสันถวไมตรีไทย-จีน โดยมีชื่อไทยว่า "เทวดู" และมีชื่อล้านนาว่า "คำอ้าย" เกิดเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2543ที่ศูนย์วิจัยและอนุรักษ์แพนด้ายักษ์ เขตอนุรักษ์วู่หลง เมืองเฉินตู มณฑลเสฉวนสาธารณรัฐประชาชนจีน เกิดจากแพนด้าตัวผู้ชื่อ ซิงซิง และแพนด้าตัวเมียชื่อ ไปแจวปัจจุบันน้ำหนัก 150 กิโลกรัม

หลินฮุย (Lin Hui) เป็นชื่อของแพนด้ายักษ์เพศเมีย ที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ให้ประเทศไทยยืมจัดแสดงที่สวนสัตว์เชียงใหม่ ในฐานะทูตสันถวไมตรีไทย-จีน เป็นเวลา 10 ปี โดยมีชื่อไทยว่า"เทวี" และมีชื่อล้านนาว่า "คำเอื้อย" เกิดเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2544 ที่ศูนย์วิจัยและอนุรักษ์แพนด้ายักษ์ เขตอนุรักษ์วู่หลง เมืองเฉินตู มณฑลเสฉวนสาธารณรัฐประชาชนจีน เกิดจากแพนด้าตัวผู้ชื่อ Pan Pan (Studbook number:308)และแพนด้าตัวเมียชื่อ Tang Tang (Studbook number:446) ปัจจุบันน้ำหนัก 110กิโลกรัม

หลินปิง (Lin Ping) เกิดเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นผลจากการผสมเทียมจากน้ำเชื้อของ ชวงชวง (ShuangShuang) กับ หลินฮุย (Lin Hui) เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 อายุครรภ์ประมาณ 3เดือน น้ำหนักประมาณ 200 กรัม

จากการที่องค์การสวนสัตว์ ได้นำแพนด้ายักษ์มาจัดแสดงภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ และจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นค่อนข้างมากในช่วงหลาย ปีที่ผ่านมา โดยต้องยอมรับว่าที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อมาชมความน่ารักของหมีแพนด้าหมีแพนด้า ชวงชวง หลินฮุย จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ก่อนที่จะนำแพนด้ายักษ์มาจัดแสดงภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2546 จำนวน 611,575 คน รายได้ 17,061,084.98 บาท และในปี 2547 สวนสัตว์เชียงใหม่ได้นำแพนด้ามาจัดแสดงครั้งแรก (พฤศจิกายน 2546) มีนักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น จำนวน 2,066,036 คน รายได้ 72,868,349.22 บาท และ เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 หลินฮุยได้ให้กำเนิดลูกแพนด้า น้ำหนักประมาณ 200 กรัม จำนวน 1 ตัวซึ่งเป็นผลจากการผสมเทียมเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 อายุครรภ์ประมาณ 3เดือน จากกระแสแพนด้าน้อยหลินปิง ช่วยให้ชาวไทยทั้งประเทศมีความสุขมากขึ้น จากความน่ารัก ความเป็นสัญลักษณ์ของสัตว์น่ารัก ส่งผลให้ เศรษฐกิจ เมืองเชียงใหม่ที่กำลังซบเซา จากมรสุมสังคม การเมือง และวิกฤตการณ์ทางด้านเศรษฐกิจโลก กลับฟื้นขึ้นมาได้ จากกระแสความครั้งไคร้ แพนด้าน้อย หลินปิงมีการเผยแพร่ข่าวสารของแพนด้าน้อย ผ่านสื่อทุกแขนงของประเทศไทย และสื่อต่างประเทศ โดยมีช่องรายการถ่ายทอดสดการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ของหลินปิง ทางสถานี True Vition และ [www. Zoothailand.org](http://www.Zoothailand.org) ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เกิดแพนครฟของแพนด้า หลินปิง ของจากสถิติ ปี 2552 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 1,713,419 คน รายได้ 103,332,025.25 บาท และในช่วงปี 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 2,193,639 คน รายได้ 113,768,854.38 บาท (สวนสัตว์เชียงใหม่. 2555) จากกระแสความต้องการเข้าชมครอบครัวแพนด้ายักษ์ ภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีจำนวนมาก ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ รวมไปถึงภาคธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรม ภายในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้ของสวนสัตว์เชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น

จากข้อตกลงระหว่าง รัฐบาลไทยกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ช่วงเวลาที่ประชาชนชาวไทย จะได้มาเยี่ยมชมความน่ารักของครอบครัวแพนด้ายักษ์ที่จัดแสดงภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ เหลืออีกไม่นานนัก โดยแพนด้ายักษ์ ชวงชวง และ หลินฮุย จะครบกำหนดเวลาส่งมอบคืนแก่สาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี พ.ศ. 2556 และหลินปิง ครบกำหนดส่งมอบคืนสาธารณรัฐ

ประชาชนจีน ในวันที่ 27 พฤษภาคม 2554 แต่เนื่องจาก องค์การสวนสัตว์ กระทรวง
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ขอขยายเวลาการส่งมอบแพนด้าน้อย หลินปิงออกไปอีก
ต่อมาสาธารณรัฐประชาชนจีน ต่อมาเมื่อวันที่ 6 เมษายน 2554 ในโอกาสที่สมเด็จพระเทพ
รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงพบกับ นายอู๋ ปิง กั๋ว ประธานสภาประชาชนแห่งชาติ
สาธารณรัฐประชาชนจีน นายอู๋ ปิง กั๋ว ได้กราบบังคมทูลว่า ประชาชนชาวจีนสำนึกในพระมหา
กรุณาธิคุณที่ทรงมีคุณูปการต่อความสัมพันธ์ไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างดียิ่งตลอดมา
รัฐบาลจีนจึงขยายเวลาให้แพนด้าน้อย หลินปิง อยู่ในประเทศไทยต่ออีก 2 ปี นับเป็นครั้งแรกใน
ประวัติศาสตร์ เนื่องจากที่ผ่านมา รัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนไม่เคยต่ออายุให้แพนด้าอยู่ใน
ประเทศใดมาก่อน จึงทำให้ประชาชนชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่จะ
สามารถเข้าชมความน่ารักของแพนด้าน้อยหลินปิง จนถึงวันที่ 27 พฤษภาคม 2556 นับเป็นเวลา 4 ปี
ที่แพนด้ายักษ์ที่เกิดในประเทศไทย สัญชาติไทยจะอยู่ในบ้านเกิด ก่อนที่จะต้องส่งตัวกลับไป
ศูนย์วิจัยและอนุรักษ์หมีแพนด้าหวงหลง เมืองเจินตู มณฑลเสฉวน สาธารณรัฐประชาชนจีนตาม
สัญญา และในปีเดียวกันแพนด้ายักษ์ ชวง ชวง และ หลินฮุย ก็จะครบกำหนดเวลา 10 ปี ที่จะอยู่ใน
ประเทศไทยและจะต้องส่งตัวกลับ ศูนย์วิจัยและอนุรักษ์หมีแพนด้าหวงหลง เมืองเจินตู มณฑลเสฉวน
ในวันที่ 12 ตุลาคม 2556 เช่นกัน

ประวัติผู้เขียน



ชื่อ-สกุล

นายบัญชา จันทาทอง

วัน เดือน ปีเกิด

19 กุมภาพันธ์ 2519

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

ประวัติการทำงาน

2543-2545 ช่างโยธา 1 งานช่าง แผนกโยธา สวนสัตว์คูสิต

2546-2549 ช่างเครื่องกล 2 งานช่าง แผนกโยธา สวนสัตว์คูสิต

2550-2551 ช่างโยธา 3 งานช่าง แผนกโยธา สวนสัตว์เชียงใหม่

2551 พนักงานโยธา 3 งานอาคารและสถานที่ ฝ่ายบริการและ
พัฒนาสวนสัตว์ สวนสัตว์เชียงใหม่2552-ปัจจุบัน ช่างอิเล็กทรอนิกส์ 4 งานช่างซ่อมบำรุงฝ่ายพัฒนา
สวนสัตว์ สวนสัตว์เชียงใหม่

