

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ  
สวนสัตว์เชียงใหม่

กรวรรณ แสงวงศ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ตุลาคม 2553



ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

สวนสัตว์เชียงใหม่



กรวรรณ แสงวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง

ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2553

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ  
สวนสัตว์เชียงใหม่

กรวรรณ แสงวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ

.....กรรมการ  
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร

.....กรรมการ  
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์

19 ตุลาคม 2553

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่” ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงด้วยดีไม่ได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา โชคदार ประธานที่ปรึกษา แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการค้นคว้าแบบอิสระให้สมบูรณ์และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งและรองศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ ไชยทิพย์ ที่กรุณาเป็นกรรมการการสอบและให้คำแนะนำเป็นอย่างดีจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ ให้ผู้เขียน ตั้งแต่เลิกงาน โตที่ได้ส่งเสริมสนับสนุนให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้เขียนในการจัดทำ การค้นคว้าแบบอิสระนี้ด้วยดีเสมอมาจนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้อย่างรวดเร็ว

ขอขอบคุณบิดา มารดา และบุคคลในครอบครัว ที่ได้ส่งเสริมสนับสนุน และให้กำลังใจในการทำการค้นคว้าแบบอิสระนี้ จนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวประชาชนและรองประธานกรรมการ บริษัท มารีน สเตป (ประเทศไทย) จำกัด และ ผู้อำนวยการสวนสัตว์เชียงใหม่ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่รุ่นที่ 8 ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้เขียนอย่างเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้หากมีสิ่งขาดตกบกพร่อง หรือผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้น และผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงมีประโยชน์บ้างไม่มากนักน้อย สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้ที่สนใจจะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่ต่อไป

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ**      ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ  
สวนสัตว์เชียงใหม่

**ผู้เขียน**      นางสาวกรวรรณ แสงวงศ์

**ปริญญา**      ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

242418

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ และการศึกษาโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนินงานกิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ วิธีการศึกษา ได้จากการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 445 และแบบนำสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบพรรณนาผลการศึกษาสรุปได้ว่า

ด้านปัจจัยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 445 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 225 คน นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว และได้รับข่าวสารของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจาก Website จะให้ความสนใจในการอยากเข้ามาท่องเที่ยวในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำและสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถเป็นประโยชน์หรือเพื่อการศึกษา ส่วนพฤติกรรมด้านอื่นนั้นถือถือว่ายังส่งผลต่อการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย ปัจจัยที่มีผลมากต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยต่อการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา และ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ควรมีการปรับปรุงนั้น คือ การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ความหลากหลายด้านการอุปโภคและบริโภค และการปรับปรุงทัศนียภาพรอบสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น ส่วนด้านโครงสร้างและจุดเด่นของการดำเนิน

กิจการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ชมและสัมผัสกับธรรมชาติของโลกใต้ท้องทะเลที่มีอุโมงค์ยาวที่สุดในโลกถึง 133 เมตร และขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และยังสามารถต่อ ยอดทางการศึกษาและเป็นศูนย์การทำวิจัยพันธุ์ปลา ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มในเขตภาคเหนือ ซึ่งมีมากกว่า 250 สายพันธุ์ และส่วนใหญ่เป็นสายพันธุ์พื้นเมืองถึง 80 % ของไทย

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting Tourist Visit to Chiang Mai Zoo Aquarium		
<b>Author</b>	Miss Korrawan Sangwong		
<b>Degree</b>	Master of Arts (Political Economy)		
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Associate Professor Dr.Kanchana Chokethaworn Advisor Associate Professor Dr.Prashert Chaithip Co-advisor		

**ABSTRACT****242418**

This study on “Factors Affecting Tourist Visit to Chiang Mai Zoo Aquarium” had as its objectives to study the factors that could affect tourists visiting the Chiang Mai Zoo Aquarium and to examine the structure and outstanding features of the Chiang Mai Zoo Aquarium. The study was conducted by distributing a questionnaire to 445 visitors who were the sample group together with interviews. The data was analyzed for percentage, standard deviation and descriptive presentation of the study results, which could be concluded as follows:

Regarding factors for tourists visiting the Chiang Mai Zoo Aquarium, out of the total of 445 tourists most of them were female (225) and age under 20 years old. The subjects were mostly students with an education lower than a Bachelor’s Degree and a monthly income of less than 5,000 Baht. The majority of them came with their family. They learned about the aquarium from the website and they felt that it could be a useful and valuable trip for education in particular. Other behaviors were considered being of little effect to the visit. Factors that greatly influenced their visit to the Chiang Mai Zoo Aquarium were those related to politics, location, sales channels and image of the place. Factors that affected the visit to the Chiang Mai Zoo Aquarium very little were those related to the development capacity and facilities. The tourists suggested some improvements in terms of information and publicity, wider variety of food as well as other consumer goods, landscape and the environment around the aquarium. The structure and the outstanding features of the aquarium section of the Chiang Mai Zoo allowed the visitors to view and enjoy the natural underwater scenery of the longest tunnel (133 meters) in the world and the largest aquarium in Thailand. It has served as a good education extension and a center for research on both fresh water

and salt water fish in the Northern region, having over 250 breeds and 80% of them are of the native varieties.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป	4
<b>บทที่ 2</b> แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง	5
2.2 รูปแบบธุรกิจสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ	20
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	22
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	27
<b>บทที่ 3</b> ระเบียบวิธีวิจัย	28
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	31
4.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยวสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามและแบบนำสัมภาษณ์	31
4.2 ผลการศึกษาโครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามและแบบนำสัมภาษณ์	53
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	55
5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการท่องเที่ยว	55
5.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาจากโครงสร้างรูปแบบการบริการของการดำเนินงานกิจการสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสวนสัตว์เชียงใหม่	57
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	60
ภาคผนวก ก	61
ภาคผนวก ข	69
ประวัติผู้เขียน	84

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	32
4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	33
4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	34
4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	35
4.7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทาง	36
4.8 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสาร	36
4.9 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุในการเดินทางมาท่องเที่ยว	37
4.10 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นด้านผลกระทบจากฤดูกาล	38
4.11 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	38
4.12 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านการเมือง	39
4.13 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	40
4.14 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	40
4.15 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	41
4.16 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	42
4.17 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านความปลอดภัย	43
4.18 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	44
4.19 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านของที่ระลึก	44
4.20 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านการตลาด	45
4.21 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	46
4.22 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	46
4.23 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	47
4.24 สรุปค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยด้านต่างๆทั้งหมด	48

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	27