

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด และทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	16
2.3 การทบทวนและสรุปโครงการและการดำเนินงานของเชียงใหม่ ไนท์ซาฟารี	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	24
3.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	25
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	25
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	26
3.6 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	27
3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	27

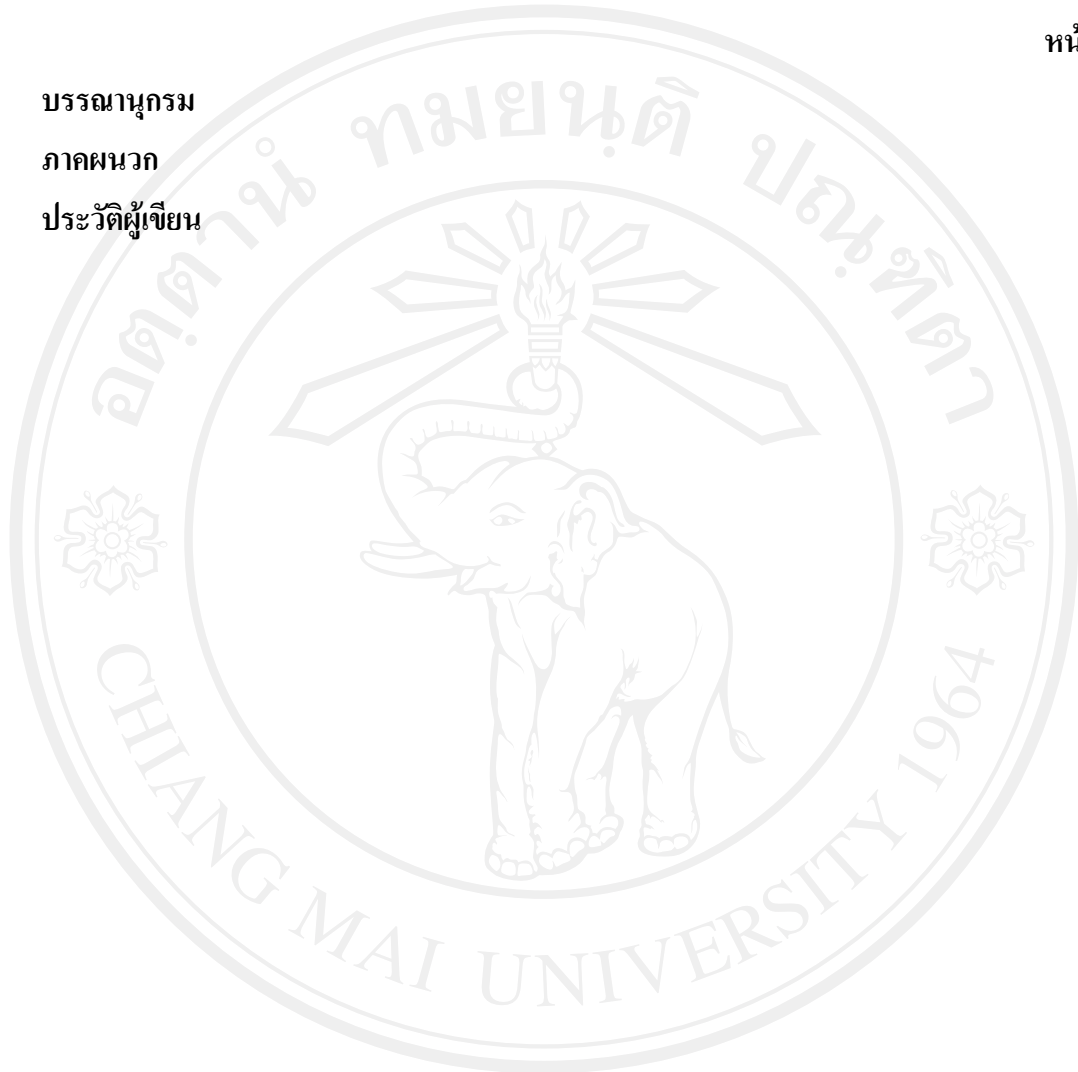
สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	38
ส่วนที่ 1 การวัดการรู้จักที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	38
ส่วนที่ 2 การวัดระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	42
ส่วนที่ 3 การวัดองค์ประกอบเชิงการกระทำที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	59
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	60
ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร, ระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กร และองค์ประกอบด้านการกระทำที่มีต่อองค์กร	62
ตอนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	64
ตอนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 28)	68
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	70
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	74
5.3 ข้อค้นพบ	80
5.4 ข้อเสนอแนะ	80

ญ

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	88
ประวัติผู้เขียน	98



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	29
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	29
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	30
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	30
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก	31
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	32
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้า เยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	32
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการ ใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	33
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุสำคัญที่ เข้าเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	34
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของกลุ่ม เดินทางในการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	35
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนของกลุ่ม เดินทางในการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	36
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจเลือกใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	37
13	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามรู้จักและนึกถึงมากที่สุด	38
14	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเมื่อได้ เห็นโลโก้สัญลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	39
15	แสดงจำนวน และร้อยละ ของสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเป็นอันดับแรก หากกล่าวถึงเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	42
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณประโยชน์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	49
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณค่าของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	51
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กรของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	53
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	55
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านผู้ให้บริการของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	57
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	59
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	60
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ในท้ชาฟารี ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ, ด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณค่า, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านบุคลิกภาพ และด้านผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ในท้ชาฟารี	64
26 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ในท้ชาฟารี ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ, ด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณค่า, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านบุคลิกภาพ และด้านผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท้ชาฟารี	65
27 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ในท้ชาฟารี ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ, ด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณค่า, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านบุคลิกภาพ และด้านผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท้ชาฟารี (Cognitive Component)	66
28 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการเชียงใหม่ในท้ชาฟารี	68