

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ ซูอควาเรียม เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชม เชียงใหม่ซูอควาเรียม และ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำ 300 ราย สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำ

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำจำนวน 300 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 18 มีอายุระหว่าง 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 41 ประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน คือ รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.33 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.67 ลูกค้ำที่สมรสแล้วมีจำนวนมากกว่าลูกค้ำที่ยังไม่ได้สมรสร้อยละ 21.34 ด้านการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 68.67 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 86.67 ส่วนใหญ่ร้อยละ 70 มีระยะทางจากบ้านมายังสวนสัตว์เชียงใหม่ไม่น้อยกว่า 20 กิโลเมตร ลูกค้ำส่วนใหญ่ร้อยละ 63.33 เดินทางมาด้วยครอบครัว ส่วนใหญ่ร้อยละ 79.67 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาเที่ยวประมาณ 351-500 บาท

5.1.2 ระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อเชียงใหม่ซูอควาเรียม

พบว่า ลูกค้ำพึงพอใจปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจที่สุดในด้าน สถานที่ซึ่งมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม หน้าต่าตาดีใจ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้าน การจัดแสดง

การให้ความรู้ด้านอื่นๆ และเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง

ในส่วนของปัจจัยด้านราคาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุดในด้านราคาเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านราคาเข้าชมเชียงใหม่ขอความริเริ่มถูกกว่าพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำแห่งอื่นและเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง

ในส่วนของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุดในด้านการมีรถสาธารณะให้บริการในการเดินทางภายในบริเวณสวนสัตว์ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านความสะดวกสบายและความเพียงพอของสถานที่จอดรถยนต์และเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ในส่วนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุดในด้าน การจัดการแสดงหรือมีกิจกรรมพิเศษ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้าน การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ และเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในระดับน้อย

ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลากรพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุดในด้าน พนักงานสามารถแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงได้ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในระดับปานกลาง

ในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุดในด้านการมีศูนย์บริการและให้ข้อมูลแก่ลูกค้า มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้าน การให้ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆแก่ลูกค้าและเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง

ในส่วนของปัจจัยด้านการสร้างหรือลักษณะทางกายภาพพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุดในด้าน พื้นที่การจัดแสดงนิทรรศการอื่นๆมีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้าน การแบ่งโซนภายในอควาเรียมแตกต่างจากอควาเรียมอื่น และเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างหรือลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง

5.1.3 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม

พบว่า ณ ระดับราคาเข้าชม 290 บาทนั้นจำนวนลูกค้าที่พึงพอใจมีมากกว่าลูกค้าที่ไม่พึงพอใจร้อยละ 15.33 โดยเฉลี่ยแล้วลูกค้าแต่ละคนมีมูลค่าความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 273.08 บาท เมื่อพิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายส่วนใหญ่ยินดีจ่ายที่ระดับราคา 291-350 บาท เช่นเดียวกับเพศหญิง

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามอายุพบว่า ระดับราคา 291-350 บาท มีลูกค้าเต็มใจจ่ายเป็นจำนวนมากที่สุด ซึ่งลูกค้าที่เต็มใจจ่าย ณ ระดับราคานี้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี ตามลำดับ

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามอาชีพพบว่าลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ มีความเต็มใจจ่าย ณ ระดับราคา 291-350 บาท ยกเว้นกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไปที่ส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ราคาต่ำกว่า 169 บาท

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าระดับราคา 291-350 บาทมีลูกค้าเต็มใจจ่ายเป็นจำนวนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน และ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่าลูกค้าทั้งกลุ่มที่สมรสแล้วและยังไม่ได้สมรสส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 291-350 บาท

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 291-350 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 170-229 บาท

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 291-350 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดอื่นส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 170-229 บาท

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามประเภทพาหนะที่ลูกค้าใช้เดินทางมายังสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่าลูกค้าที่เดินทางมาโดยรถจักรยานยนต์และรถยนต์ส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 291-350 บาท ส่วนลูกค้าที่เดินทางมาโดยรถรับจ้างหรือรถสาธารณะส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 170-229 บาท

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังเชียงใหม่ซูอควาเรียม พบว่าระดับราคา 291-350 บาท เป็นระดับที่มีลูกค้าเต็มใจจ่ายเป็นจำนวนมาก

ที่สุด โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยว 301-500 บาท และ 501-650 บาทตามลำดับ

พิจารณามูลค่าความเต็มใจจ่ายจำแนกตามบุคคลที่ลูกค้าเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย พบว่าลูกค้าที่เดินทางมากับครอบครัวและเพื่อนส่วนใหญ่มีมูลค่าความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 291-350 บาท ส่วนลูกค้าที่เดินทางมากับคณะทัวร์หรือคณะดูงานส่วนใหญ่มีมูลค่าความเต็มใจจ่ายที่ระดับราคา 170-229 บาท

5.1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ชุกวารี

ผลการศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจในการมาเที่ยวชมเชียงใหม่ชุกวารี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจที่มีต่อค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ชุกวารี ส่วน อายุ และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยว มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ในส่วนของปัจจัยอื่นๆนอกจากนี้ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ Marginal effect ของข้อมูลทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ชุกวารีพบว่า รายได้ การเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ส่วนอายุ และ การเดินทางมาโดยรถยนต์ มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในส่วนของปัจจัยอื่นๆนอกจากนี้ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการมาเที่ยวชมเชียงใหม่ชุกวารี พบว่าลูกค้ากลุ่มที่พึงพอใจในค่าธรรมเนียมเข้าชมให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ส่วนลูกค้าที่ไม่พึงพอใจในค่าธรรมเนียมเข้าชมให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านราคามากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับการที่เชียงใหม่ชุกวารีมีสัตว์น้ำหลากหลายประเภทที่หาดูได้ยากมากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับการที่ราคาเข้าชมมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับมากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้ากลุ่มที่พึงพอใจในค่าธรรมเนียมเข้าชมให้ความสำคัญกับการมีรถสาธารณะให้บริการในการ

เดินทางมากที่สุด ส่วนลูกค้าที่ไม่พึงพอใจในค่าธรรมเนียมเข้าชมให้ความสำคัญกับการเดินทาง สะดวกสบายมีป้ายและสัญลักษณ์บอกทางหาง่ายมากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับการมีส่วนลด หรือ ราคาพิเศษมากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับการที่พนักงานสามารถแนะนำ ให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงมากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่า ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับการที่ควาเรือยสามารถให้ข้อมูลข่าวสาร คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้ามากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างหรือลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับการที่ที่อยู่ของสัตว์มีการออกแบบหรือตกแต่งได้สวยงามมากที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) แม้ว่าผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อค่าธรรมเนียมเข้าชม เชียงใหม่ซูอควาเรียม แต่มูลค่าความเต็มใจจ่ายเฉลี่ยมีค่าต่ำกว่าค่าธรรมเนียมเข้าชมซึ่งทางอควาเรียมตั้งไว้ที่ 290 บาท ดังนั้นทางอควาเรียมควรมีการปรับลดราคาเข้าชมลง หรือ มีการแบ่งระดับราคาเข้าชมให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น ราคาสำหรับนักเรียน /นักศึกษา ราคาสำหรับผู้เดินทางมาเป็นครอบครัว ราคาสำหรับผู้เดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เชียงใหม่ซูอควาเรียมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนหลากหลายสาขาอาชีพ หลากหลายฐานะ สามารถเข้าถึงได้ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเพิ่มพูนความรู้และเปิดโลกทัศน์ให้แก่ลูกค้าได้

2) ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยทางการส่งเสริมการขายน้อย ดังนั้นทางเชียงใหม่ซูอควาเรียมควรปรับปรุงการส่งเสริมการขายโดยเพิ่ม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อท้องถิ่นเช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อระดับประเทศ เช่น โทรทัศน์หรืออินเทอร์เน็ตเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ารวมถึงทำให้ลูกค้าทราบข้อมูลในการมาเที่ยวชมมากขึ้น รวมทั้งควรมีการให้ส่วนลด หรือ ราคาพิเศษ เช่น ส่วนลดสำหรับนักศึกษา ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เดินทางมาเป็นครอบครัว เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคมซึ่งเป็นช่วงที่มีลูกค้าน้อยที่สุดตั้งแต่เชียงใหม่ซooความเรียบร้อยเปิดให้บริการมา 9 เดือน ซึ่งสาเหตุอาจมาจากช่วงเวลานี้ไม่ใช่ช่วงเทศกาลสำคัญ ประกอบกับเป็นช่วงหน้าฝนซึ่งไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีลูกค้าเดินทางมาน้อยและกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่สุ่มมาอาจไม่มีความหลากหลายของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นหากจะมีการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกช่วงเวลาการศึกษาที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลเช่น ช่วงเทศกาล ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว หรือใช้ระยะเวลาในกาลเก็บข้อมูลให้นานขึ้น ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลจากลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น
- 2) การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและแบบจำลองโลจิส ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปอาจใช้โมเดลในการวิเคราะห์แบบอื่นๆเช่น การทดสอบไคสแควร์ หรือแบบจำลองทางเศรษฐมิติอื่นๆ เพื่อให้ผลการวิเคราะห์สามารถแสดงรายละเอียดในด้านอื่นได้มากขึ้น