

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการรับรู้ของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่เข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี การใช้บริการเยี่ยมชม สาเหตุสำคัญในการใช้บริการเยี่ยมชม ลักษณะของกลุ่มเดินทางเยี่ยมชม จำนวนคนที่เดินทางร่วมกันในการเยี่ยมชม และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเยี่ยมชม (ตารางที่ 1 - 12)

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยแบ่งเป็น

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยแบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 การวัดการรู้จักที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 13 - 15)

ส่วนที่ 2 การวัดระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี 6

องค์ประกอบ ได้แก่ คุณลักษณะ, คุณประโยชน์, คุณค่า, วัฒนธรรมองค์กร, บุคลิกภาพ และผู้ให้บริการ (ตารางที่ 16 - 21)

ส่วนที่ 3 การวัดระดับความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 22)

ส่วนที่ 4 การวัดระดับความชื่นชอบโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 23)

ส่วนที่ 5 การวัดองค์ประกอบเชิงการกระทำที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 24)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่มีผลต่อ ภาพลักษณ์โดยรวม, ระดับความชื่นชอบ และองค์ประกอบด้านการกระทำ (ตารางที่ 26 - 28)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 29)

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-12)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	145	45.20
หญิง	176	54.80
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.80 และเป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.20

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 19 ปี	33	10.30
20 – 24 ปี	44	13.70
25 - 29 ปี	30	9.30
30 - 39 ปี	54	16.80
40 - 49 ปี	66	20.60
50 - 59 ปี	48	15.00
60 ปี ขึ้นไป	46	14.30
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.60 รองลงมาคือ มีอายุ 30 - 39 ปี และ 50 - 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.80 และ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	149	46.40
สมรส	146	45.50
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	26	8.10
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส และหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 45.50 และ 8.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	16	5.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	2.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	34	10.60
ระดับอนุปริญญา/ปวส.	35	10.90
ปริญญาตรี	176	54.80
ปริญญาโท	51	15.90
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท และ ระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 15.90 และ 10.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	76	23.70
ธุรกิจส่วนตัว	68	21.20
รับราชการ	35	10.90
พนักงานบริษัทเอกชน	50	15.60
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	9.00
รับจ้างทั่วไป	28	8.70
เกษตรกร	4	1.20
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	22	6.90
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	9	2.80
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้างของรัฐบาล

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.70 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 21.20 และ 15.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	52	16.20
5,000 - 10,000 บาท	75	23.40
10,001 - 20,000 บาท	77	24.00
20,001 - 30,000 บาท	36	11.20
30,001 - 40,000 บาท	44	13.70
มากกว่า 40,000 บาท	37	11.50
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท และ ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.40 และ 16.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าเยี่ยมชมเชิงไหมไนท์ซาฟารี

จำนวนครั้งที่เข้าชม	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	144	44.90
2 - 3 ครั้ง	137	42.70
4 - 5 ครั้ง	31	9.70
มากกว่า 5 ครั้ง	9	2.80
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าเยี่ยมชมเชิงไหมไนท์ซาฟารี 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือ ได้เข้าเยี่ยมชม 2 - 3 ครั้ง และ 4 - 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.70 และ 9.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ประเภทของการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ส่วนแสดงสัตว์ขนาดเล็ก (เขตจังกัวร์เทรล) และชมสัตว์รอบๆ ทะเลสาบ สวอน เลค	263	81.93
ส่วนแสดงสัตว์กึ่งและสัตว์กินพืช (เขตชวานาซาฟารี)	258	80.37
ส่วนแสดงสัตว์กินเนื้อหรือสัตว์ล่าเหยื่อ (เขตเพรีคดิเตอร์พราว)	237	73.83
ใช้บริการบ้านพักและเต็นท์พักแรม	66	20.56
ใช้บริการห้องจัดประชุมและสัมมนา	49	15.26
ใช้บริการร้านอาหาร	132	41.12
ใช้บริการร้านขายของที่ระลึก	133	41.43
ใช้บริการกิจกรรมเดินป่า และพื้นที่ขับรถ ATV	62	19.31
ใช้บริการห้องถ่ายภาพกับช่างภาพมืออาชีพ เพื่อถ่ายรูปคู่กับลูกสัตว์ป่าเป็นที่ระลึก	52	16.20

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 321

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้บริการเยี่ยมชมส่วนแสดงสัตว์ขนาดเล็ก (เขตจังกัวร์เทรล) และชมสัตว์รอบๆ ทะเลสาบ สวอน เลคในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.93 รองลงมาคือ ได้ใช้บริการเยี่ยมชมส่วนแสดงสัตว์กึ่งและสัตว์กินพืช (เขตชวานาซาฟารี) และ ส่วนแสดงสัตว์กินเนื้อหรือสัตว์ล่าเหยื่อ (เขตเพรีคดิเตอร์พราว) คิดเป็นร้อยละ 80.37 และ 73.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุสำคัญที่เข้าเยี่ยมชม เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

สาเหตุสำคัญที่เข้าเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
การชมสัตว์	109	33.96
การพักผ่อน	97	30.22
การท่องเที่ยว	99	30.84
การศึกษา	11	3.43
การอนุรักษ์	2	0.62
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	3	0.93
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ดื่มน้ำรับลูกค้า, ต้องไปกับหัวหน้า และไปประชุม

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุสำคัญในการเข้าเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี คือ การชมสัตว์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ การท่องเที่ยว และการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 30.20 และ 30.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของกลุ่มเดินทางในการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ลักษณะของกลุ่มเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มครอบครัว	172	53.60
กลุ่มเพื่อน	110	34.30
กลุ่มโรงเรียน/มหาวิทยาลัย	5	1.60
กลุ่มที่ทำงาน	25	7.80
เที่ยวเพียงคนเดียว	7	2.20
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	2	0.60
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ไปกับแฟน และคนรู้จัก

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะของกลุ่มเดินทางในการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีส่วนใหญ่คือ กลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน และกลุ่มที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และ 7.80 ตามลำดับ



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนของกลุ่มเดินทางในการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

จำนวนของกลุ่มเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	11	3.40
2 - 3 คน	157	48.90
4 - 5 คน	98	30.50
6 - 7 คน	31	9.70
8 - 9 คน	11	3.40
10 คนขึ้นไป	13	4.00
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนของกลุ่มเดินทางในการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี คือ 2 – 3 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.90 รองลงมาคือ กลุ่มเดินทางจำนวน 4 - 5 คน และ 6 - 7 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และ 9.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มครอบครัว	161	50.20
กลุ่มเพื่อน	94	29.30
กลุ่มที่ทำงาน	18	5.60
กลุ่มที่ทำกิจกรรมร่วมกัน	8	2.50
ตัวท่านเอง	39	12.10
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ คนรู้จัก

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีส่วนใหญ่คือ กลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน และตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 29.30 และ 12.10 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

### ส่วนที่ 1 การวัดการรับรู้ที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 13-15)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและนึกถึงมากที่สุด

สถานที่	ลำดับที่ 1 (3 คะแนน)		ลำดับที่ 2 (2 คะแนน)		ลำดับที่ 3 (1 คะแนน)		คะแนน	ลำดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ดอยสุเทพ	158	49.20	48	15.00	35	11.60	605	1
สวนสัตว์เชียงใหม่	25	7.80	61	19.10	49	16.20	246	2
ดอยอินทนนท์	24	7.50	65	20.40	34	11.30	236	3
เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	21	6.50	21	6.60	37	12.30	142	4
น้ำตก	19	5.90	18	5.60	24	7.90	117	5
บ่อสร้าง	16	5.00	9	2.80	19	6.30	85	6

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 321 ราย (n = 321)

จากตารางที่ 13 พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและนึกถึงเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ดอยสุเทพ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมาคือ สวนสัตว์เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 7.80 และดอยอินทนนท์ คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ ลำดับที่ 2 ได้แก่ ดอยอินทนนท์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.40 รองลงมาคือ สวนสัตว์เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 19.10 และดอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ และลำดับที่ 3 ได้แก่ สวนสัตว์เชียงใหม่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.20 รองลงมาคือ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี คิดเป็นร้อยละ 12.30 และดอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 11.60 ตามลำดับ โดยเมื่อทำการให้คะแนนตามลำดับพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและนึกถึงเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ดอยสุเทพ ลำดับที่ 2 ได้แก่ สวนสัตว์เชียงใหม่ และลำดับที่ 3 ได้แก่ ดอยอินทนนท์

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเมื่อได้เห็น โลโก้ สัญลักษณ์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

สถานที่ที่นึกถึงเมื่อเห็นโลโก้สัญลักษณ์ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	จำนวน	ร้อยละ
เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	213	66.36
ปางช้าง	36	11.21
สวนสัตว์	27	8.41
ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	3	0.93
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2	0.62
แอฟริกา	5	1.56
ไนซ์บาร์ซ่า	5	1.56
วัดเก่าแก่	5	1.56
โรงแรม	3	0.93
สปา	3	0.93
สถานที่ท่องเที่ยว	3	0.93
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	16	4.98
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ร้านขายเสื้อผ้า, รถสีล้อแดง, กระเป๋าผ้าดิบ, ป่า, ที่พักรอบสวนต่างๆ, วัฒนธรรมล้านนา, ค่ายพักแรม, สัตว์ที่อยู่ในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี และ มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 8 ชุด

จากตารางที่ 14 พบว่า เมื่อเห็นสัญลักษณ์โลโก้ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงคือ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี คิดเป็นร้อยละ 66.36 รองลงมา คือ ปางช้าง และ สวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 11.21 และ 8.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละ ของสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเป็นอันดับแรก หากกล่าวถึงเชียงใหม่ในท่ชาฟารี

สิ่งที่นึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อกกล่าวถึง เชียงใหม่ในท่ชาฟารี	จำนวน	ร้อยละ
สัตว์	133	41.60
สวนสัตว์กลางคืน	60	18.80
การชมสัตว์	15	4.70
สวนสัตว์	30	9.40
สัตว์กลางคืน	16	5.00
สัตว์หายาก	10	3.10
บัตรเข้าชมราคาแพง	8	2.50
ม้าลาย	10	3.10
เสือ	5	1.60
หอค้าหลวง	8	2.50
สวนดอกไม้	5	1.60
ธรรมชาติของสัตว์	3	0.90
ความสวยงามของธรรมชาติ/สิ่งก่อสร้าง	3	0.90
การถ่ายรูปคู่กับเสือ	2	0.60
น้ำพุดนตรี	2	0.60
หมีแพนด้า	3	0.30
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	8	2.50
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ กังหันชัย, อาหารมีราคาแพง, สัตว์แอฟริกา, รถรางพาชมสัตว์, รถ ATV, การผจญภัย, พืชสวนโลก และ มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 ชุด

จากตารางที่ 15 พบว่า เมื่อกล่าวถึงเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี สิ่งที่มีผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเป็นลำดับแรกคือ สัตว์ คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมาคือ สวนสัตว์กลางคืน และสวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 18.80 และ 9.40 ตามลำดับ

โดยพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีในเชิงบวก เป็นจำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.28 มีผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีในเชิงลบ เป็นจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.80 และมีผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจผิดในการตอบคำถามเกี่ยวกับเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.61

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 การวัดระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทชาฟารี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณลักษณะ, คุณประโยชน์, คุณค่า, วัฒนธรรมองค์กร, บุคลิกภาพ และผู้ให้บริการ (ตารางที่ 16 - 21)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทชาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ในทชาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ในทชาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. เชียงใหม่ในทชาฟารี มีสัตว์แปลกๆ หายาก และมีความหลากหลายกว่า 110 ชนิด มีจำนวน 1000 กว่าตัว	80 (24.90)	192 (59.80)	45 (14.00)	4 (1.20)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.08 (ค่อนข้างชอบ)
2. เชียงใหม่ในทชาฟารี มีความหลากหลายของการให้บริการส่วนแสดงสัตว์ 3 ส่วน - เขตจางัวร์เทรล เฟร็ดดีเตอร์พราว และชาวานาซาฟารี	84 (26.20)	171 (53.30)	64 (19.90)	2 (0.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
3. เชียงใหม่ในทชาฟารี มีการให้บริการบ้านพักสไตล์รีสอร์ท	80 (24.90)	137 (42.70)	99 (30.30)	5 (1.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.91 (ค่อนข้างชอบ)
4. เชียงใหม่ในทชาฟารี มีการให้บริการห้องจัดประชุมและสัมมนาสไตล์ล้านนา	84 (26.20)	128 (39.90)	105 (32.70)	4 (1.20)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.91 (ค่อนข้างชอบ)
5. เชียงใหม่ในทชาฟารี มีการให้บริการเดินที่พักแรมและแคมป์กราวน์	100 (31.20)	126 (39.30)	89 (27.70)	6 (1.90)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.00 (ค่อนข้างชอบ)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีการให้บริการร้านขายของที่ระลึกที่มีความสวยงาม	89 (27.70)	143 (44.50)	80 (24.90)	6 (1.90)	3 (0.90)	321 (100.00)	3.96 (ค่อนข้างชอบ)
7. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี การให้บริการห้องถ่ายภาพ และช่างภาพมืออาชีพ ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสถ่ายรูปคู่กับลูกสัตว์ป่าเป็นที่ระลึก	92 (28.70)	144 (44.90)	74 (23.10)	8 (2.50)	3 (0.90)	321 (100.00)	3.98 (ค่อนข้างชอบ)
8. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีการให้บริการจัดกิจกรรมเดินป่า และพื้นที่ขับรถ ATV	89 (27.70)	155 (48.30)	72 (22.40)	5 (1.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.02 (ค่อนข้างชอบ)
9. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีภัตตาคารร้านอาหารเปิดให้บริการ	92 (28.70)	129 (40.20)	90 (28.00)	9 (2.80)	1 (0.30)	321 (100.00)	3.94 (ค่อนข้างชอบ)
10. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีความเหมาะสมของราคาบัตรเข้าชม - เขตจางัวร์เทรล ผู้ใหญ่ ราคา 50 บาท เด็กที่มีความสูง 100 - 140 ซม. ราคา 25 บาท	93 (29.00)	129 (40.20)	79 (24.60)	16 (5.00)	4 (1.20)	321 (100.00)	3.91 (ค่อนข้างชอบ)



ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบ  
ภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
11. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีความเหมาะสมของราคาบัตร เข้าชม - เขตจางัวร์เทรล เวิร์ดดิเตอร์พราว และชาวานา ซาฟารี ผู้ใหญ่ ราคา 250 บาท เด็กที่มีความสูง 100 - 140 ซม. ราคา 125 บาท	78 (24.30)	106 (33.00)	72 (22.40)	54 (16.80)	11 (3.40)	321 (100.00)	3.58 (ค่อนข้างชอบ)
12. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีความเหมาะสมของเวลาในการ เปิดให้บริการ วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 13.00 - 22.30 น. วัน เสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดราชการ เวลา 10.00 - 22.30 น	90 (28.00)	127 (39.60)	94 (29.30)	7 (2.20)	3 (0.90)	321 (100.00)	3.92 (ค่อนข้างชอบ)
13. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีการแสดงน้ำพุดนตรี และม่าน น้ำ	112 (34.90)	148 (46.10)	58 (18.10)	3 (0.90)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.15 (ค่อนข้างชอบ)
14. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกใน การเดินทาง	195 (29.60)	160 (49.80)	55 (17.10)	11 (3.40)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.06 (ค่อนข้างชอบ)
15. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีระบบการขนส่งมวลชนภายใน สวนสัตว์ โดยมีรถลากพาชมสัตว์ ให้บริการทุกๆ 15 นาที	99 (30.90)	165 (51.40)	50 (15.60)	6 (1.90)	0 (0.00)	320* (100.00)	4.12 (ค่อนข้างชอบ)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบ  
ภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
16. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีการให้สิทธิพิเศษสำหรับเด็กที่มีความสูงต่ำกว่า 100 ซม. เข้าชมฟรี และผู้สูงอายุตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไป : ลด 50%	60 (18.70)	190 (59.20)	67 (20.90)	4 (1.20)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.95 (ค่อนข้างชอบ)
17. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันเด็ก, วันขึ้นปีใหม่	77 (24.00)	186 (57.90)	56 (17.40)	2 (0.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
18. ความสะอาด และเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่	88 (27.40)	167 (52.00)	59 (18.40)	7 (2.20)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
19. การมีป้ายบอกทางภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่ชัดเจน	102 (31.90)	153 (47.70)	60 (18.70)	3 (0.90)	2 (0.60)	320* (100.00)	4.09 (ค่อนข้างชอบ)
20. การจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ สถานที่นั่งพัก และห้องน้ำมีความเหมาะสม	197 (30.20)	152 (47.40)	64 (19.90)	6 (1.90)	2 (0.60)	321 (100.00)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
21. การให้บริการของพนักงานจำหน่ายบัตรผ่านประตูมีความรวดเร็ว	73 (22.70)	151 (47.00)	87 (27.10)	9 (2.80)	1 (0.30)	321 (100.00)	3.89 (ค่อนข้างชอบ)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
22. พนักงานของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีความรู้ ความสามารถ	81 (25.20)	143 (44.50)	90 (28.00)	6 (1.90)	1 (0.30)	321 (100.00)	3.93 (ค่อนข้างชอบ)
23. ความสะดวกสบายในการใช้บริการรถนำเที่ยวภายใน สวนแสดงสัตว์	97 (30.20)	150 (46.70)	70 (21.80)	2 (0.60)	2 (0.60)	321 (100.00)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
24. เจ้าหน้าที่ประจำรถนำเที่ยวมีความเป็นมิตร	92 (28.70)	151 (47.00)	69 (21.50)	8 (2.50)	1 (0.30)	321 (100.00)	4.01 (ค่อนข้างชอบ)
25. การบรรยายของวิทยากรที่นำชมสวนสัตว์มีความ น่าสนใจ	89 (27.70)	154 (48.00)	73 (22.70)	5 (1.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.02 (ค่อนข้างชอบ)
26. การมีหน่วยพิเศษในการดูแลรักษาสัตว์เพื่อให้ดูแล ความเป็นอยู่และสุขภาพสัตว์	75 (23.40)	169 (52.80)	72 (22.50)	3 (0.90)	1 (0.30)	320* (100.00)	3.98 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.99</b> (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.961</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = ชอบมาก, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = ก่อนข้างชอบ, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = รู้สึกเฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่ค่อยชอบ, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ชอบเลย และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 ชุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) ในองค์ประกอบด้านคุณลักษณะขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับ “ก่อนข้างชอบ” มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิดภาพลักษณ์ขององค์กรประกอบด้านคุณลักษณะ พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.961$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความชื่นชอบในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “ก่อนข้างชอบ” ได้แก่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการแสดงน้ำพุดนตรีและม่านน้ำ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีระบบการขนส่งมวลชนภายในสวนสัตว์ โดยมีรถลากพาชมสัตว์ ให้บริการทุกๆ 15 นาที การมีป้ายบอกทางภายใน เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่ชัดเจน เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีสัตว์แปลกๆ หายากและมีความหลากหลายกว่า 110 ชนิด มีจำนวน 1000 กว่าตัว เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทาง เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีความหลากหลายของการให้บริการส่วนแสดงสัตว์ 3 ส่วน - เขตจ้าวัวร์เทรล เฟร็ดดิเตอร์พราวและชาวานาซาฟารี เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันเด็ก, วันขึ้นปีใหม่ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ การจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ สถานที่นั่งพัก และห้องน้ำมีความเหมาะสม, ความสะดวกสบายในการใช้บริการรถนำเที่ยวภายในสวนแสดงสัตว์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการจัดกิจกรรมเดินป่าและพื้นที่ขับรถ ATV. และการบรรยายของวิทยากรที่นำชมสวนสัตว์มีความน่าสนใจ เจ้าหน้าที่ประจำรถนำเที่ยวมีความเป็นมิตร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการเดินที่พักแรมและแคมป์กราวนด์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการห้องถ่ายภาพและช่างภาพมืออาชีพให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสถ่ายรูปคู่กับลูกสัตว์ป่าเป็นที่ระลึก การมีหน่วยพิเศษในการดูแลรักษาสัตว์ เพื่อให้ดูแลความเป็นอยู่และสุขภาพสัตว์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้สิทธิพิเศษสำหรับเด็กที่มีความสูงต่ำกว่า 100 ซม. เข้าชมฟรี และผู้สูงอายุตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไป : ลด 50% เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีภัตตาคารร้านอาหาร เปิดให้บริการ พนักงานของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีความรู้ความสามารถ, เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีความเหมาะสมของเวลาในการเปิดให้บริการ วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 13.00 - 22.30 น. วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดราชการ เวลา 10.00 - 22.30 น. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการบ้านพักสไตล์รีสอร์ท เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการห้องจัดประชุม และสัมมนาสไตล์ล้านนา เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการของพนักงานจำหน่ายบัตรผ่านประตูมีความรวดเร็ว และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีความเหมาะสมของราคาบัตรเข้าชม - เขตจ้าวัวร์เทรล เฟร็ดดิ

เตอร์ฟราว และชาวานาซาฟารี ผู้ใหญ่ ราคา 250 บาท เด็กที่มีความสูง 100 - 140 ซม.ราคา 125 บาท  
तालदलडडडललल



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณประโยชน์ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณประโยชน์ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติวิทยา ทรัพยากร ธรรมชาติ และสัตว์ป่า นำไปสู่การอนุรักษ์อย่างยั่งยืน	98 (30.50)	155 (48.40)	62 (19.40)	5 (1.60)	0 (0.00)	320* (100.00)	4.08 (ค่อนข้างชอบ)
2. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ สมาชิกครอบครัวทุกเพศทุกวัยร่วมกันทำกิจกรรม สร้าง ความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดภายในครอบครัว	76 (23.70)	181 (56.40)	64 (19.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.04 (ค่อนข้างชอบ)
3. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่มีความ เป็นธรรมชาติสูง	91 (28.30)	161 (50.20)	62 (19.40)	6 (1.90)	0 (0.00)	320* (100.00)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
4. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นแหล่งรวมความสนุกสนาน เพลิดเพลิน	91 (28.30)	167 (52.00)	58 (18.10)	5 (1.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.07 (ค่อนข้างชอบ)
5. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ในการท่องเที่ยว	89 (27.70)	149 (46.40)	73 (22.70)	10 (3.10)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.99 (ค่อนข้างชอบ)
ค่าเฉลี่ยรวม							4.05 (ค่อนข้างชอบ)
ค่าความเชื่อมั่น $\alpha$ (Reliability)							0.875

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = ชอบมาก, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = ก่อนข้างชอบ, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = รู้สึกเฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่ค่อยชอบ, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ชอบเลย และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 ชุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความชื่นชอบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) ในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับ “ก่อนข้างชอบ” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.05 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิดภาพลักษณ์ขององค์กรประกอบด้านคุณประโยชน์ พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.875$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความชื่นชอบในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “ก่อนข้างชอบ” ได้แก่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติวิทยาทรัพยากร ธรรมชาติ และสัตว์ป่า นำไปสู่การอนุรักษ์อย่างยั่งยืน เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นแหล่งรวมความสนุกสนานเพลิดเพลิน เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่มีความเป็นธรรมชาติสูง เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้สมาชิกครอบครัวทุกเพศทุกวัยร่วมกันทำกิจกรรม สร้างความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดภายในครอบครัว และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณค่าของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านคุณค่า ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวนผู้ใช้ บริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้กับสังคม	88 (27.40)	132 (41.10)	95 (29.60)	6 (1.90)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.94 (ค่อนข้างชอบ)
2. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีสร้างขึ้นมาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่	94 (29.30)	153 (47.70)	65 (20.20)	9 (2.80)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.03 (ค่อนข้างชอบ)
3. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามของสิ่งก่อสร้างในสไตล์แอฟริกันล้านนา	93 (29.00)	155 (48.30)	63 (19.60)	7 (2.20)	3 (0.90)	321 (100.00)	4.02 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>4.00</b> (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.807</b>



หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = ชอบมาก, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = ค่อนข้างชอบ, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = รู้สึกเฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่ค่อยชอบ, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ชอบเลย

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) ในองค์ประกอบด้านคุณค่าขององค์กร โดยอยู่ในระดับ “ค่อนข้างชอบ” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิด ภาพลักษณ์ขององค์กรประกอบด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.807$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความชื่นชอบในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “ค่อนข้างชอบ” ได้แก่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีสร้างขึ้นมาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามของสิ่งก่อสร้างในสไตล์แอฟริกันล้านนา และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้กับสังคม ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กรของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กร ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความชื่นชอบ					จำนวน ผู้ใช้ บริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ	71 (22.10)	126 (39.30)	102 (31.80)	17 (5.30)	5 (1.60)	321 (100.00)	3.75 (ค่อนข้างชอบ)
2. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรม จริยธรรมและความโปร่งใส	74 (23.10)	124 (38.60)	99 (30.80)	18 (5.60)	6 (1.90)	321 (100.00)	3.75 (ค่อนข้างชอบ)
3. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาคุณภาพการบริการ ทั้งทางด้านการบริหารงานและจัดการองค์กร ด้านบุคลากร และด้านสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ	76 (23.70)	129 (40.20)	101 (31.50)	13 (4.00)	2 (0.60)	321 (100.00)	3.82 (ค่อนข้างชอบ)
4. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	37 (11.50)	153 (47.70)	120 (37.40)	8 (2.50)	3 (0.90)	321 (100.00)	3.66 (ค่อนข้างชอบ)
5. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมการกุศลในโอกาสต่างๆ	60 (18.70)	128 (39.90)	119 (37.10)	11 (3.40)	3 (0.90)	321 (100.00)	3.72 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.74</b> (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.919</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = ชอบมาก, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = ค่อนข้างชอบ, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = รู้สึกเฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่ค่อยชอบ, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ชอบเลย

จากตารางที่ 19 พบว่า โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) ในองค์ประกอบด้านวัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับ “ค่อนข้างชอบ” มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิดภาพลักษณ์ขององค์ประกอบด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.919$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความชื่นชอบในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “ค่อนข้างชอบ” ได้แก่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาคุณภาพการบริการ ทั้งทางด้านการบริหารงานและจัดการองค์กร ด้านบุคลากร และด้านสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และความโปร่งใส เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศลในโอกาสต่างๆ และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความเห็นด้วยต่อประโยคดังกล่าว					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. หากเปรียบเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคน จะเป็นคนที่เป็ มิตรกับทุกคน	60 (18.7)	147 (45.80)	100 (31.20)	13 (4.00)	1 (0.30)	321 (100.00)	3.79 (เห็นด้วย)
2. หากเปรียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคน จะเป็นคนที่ เป็นแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นๆ	72 (22.40)	125 (38.90)	110 (34.30)	12 (3.70)	2 (0.60)	321 (100.00)	3.79 (เห็นด้วย)
3. หากเปรียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคน จะเป็นคนที่ มีความสนุกสนานร่าเริง	59 (18.40)	178 (55.50)	74 (23.10)	10 (3.10)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.89 (เห็นด้วย)
4. หากเปรียบเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคน จะเป็นคนที่ มีความใจดี	65 (20.20)	146 (45.50)	98 (30.50)	12 (3.70)	0 (0.00)	321 (100.00)	3.82 (เห็นด้วย)
5. หากเปรียบเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคน จะเป็นคนที่ มีความซื่อสัตย์และยุติธรรม	72 (22.40)	127 (39.60)	101 (31.5)	20 (6.20)	1 (0.30)	321 (100.00)	3.78 (เห็นด้วย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.81</b> (เห็นด้วย)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.853</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ไม่แน่ใจ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับ “เห็นด้วย” มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิด ภาพลักษณ์ขององค์ประกอบด้านบุคลิกภาพองค์กร พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.853$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความคิดเห็นในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “เห็นด้วย” ได้แก่ หากเปรียบเทียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคนจะเป็นคนที่มีความสนุกสนานร่าเริง หากเปรียบเทียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคนจะเป็นคนที่มีหัวใจดี หากเปรียบเทียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคนจะเป็นคนที่เป็นมิตรกับทุกคน หากเปรียบเทียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคนจะเป็นคนที่เป็นแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นๆ และหากเปรียบเทียบ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นคนหนึ่งคนจะเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์และยุติธรรม ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านผู้ให้บริการของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านผู้ให้บริการ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS)	ระดับความเห็นด้วยต่อประโยคดังกล่าว					จำนวน ผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มครอบครัว	105 (32.70)	182 (56.70)	29 (9.00)	5 (1.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.21 (เห็นด้วย)
2. กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา	95 (29.60)	193 (60.10)	27 (8.40)	5 (1.60)	1 (0.30)	321 (100.00)	4.17 (เห็นด้วย)
3. กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย	100 (31.20)	176 (54.80)	30 (9.30)	14 (4.40)	1 (0.30)	321 (100.00)	4.14 (เห็นด้วย)
4. กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ	100 (31.20)	176 (54.80)	30 (9.30)	14 (4.40)	1 (0.30)	321 (100.00)	4.12 (เห็นด้วย)
5. กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยว เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มคนที่ชื่นชอบการผจญภัย	91 (28.30)	173 (53.90)	39 (12.1)	14 (4.40)	4 (1.20)	321 (100.00)	4.04 (เห็นด้วย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>4.14</b> (เห็นด้วย)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.876</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ไม่แน่ใจ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านผู้ใช้บริการขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับ “เห็นด้วย” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.14 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัด แนวคิดภาพลักษณ์ขององค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.876$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความคิดเห็นในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “เห็นด้วย” ได้แก่ กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และกลุ่มคนที่เหมาะสำหรับการไปเที่ยว เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) คือ กลุ่มคนที่ชื่นชอบการผจญภัย ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 การวัดระดับความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	ระดับความเห็นด้วยต่อประโยคดังกล่าว					จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) มีการบริหารงานอย่างโปร่งใส	10 (3.10)	143 (44.50)	149 (46.40)	17 (5.30)	2 (0.60)	321 (100.00)	3.44 (ไม่แน่ใจ)
2. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) มีผู้บริหารที่มีความสามารถ	30 (9.30)	137 (42.70)	123 (38.30)	27 (8.40)	4 (1.20)	321 (100.00)	3.50 (เห็นด้วย)
3. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	57 (17.80)	187 (58.30)	64 (19.90)	12 (3.70)	1 (0.30)	321 (100.00)	3.89 (เห็นด้วย)
4. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นสวนสัตว์กลางคืน	84 (26.20)	193 (60.10)	39 (12.10)	5 (1.60)	0 (0.00)	321 (100.00)	4.11 (เห็นด้วย)
5. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนของคนเชียงใหม่	60 (18.70)	170 (53.0)	72 (22.4)	15 (4.70)	4 (1.20)	321 (100.00)	3.83 (เห็นด้วย)
6. พนักงานของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการที่ดี และเป็นมิตรกับผู้เข้าชม	59 (18.40)	164 (51.10)	87 (27.10)	9 (2.80)	2 (0.60)	321 (100.00)	3.84 (เห็นด้วย)
7. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) มีการช่วยเหลือชุมชน และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน	49 (15.30)	139 (43.30)	113 (35.20)	18 (5.60)	2 (0.60)	321 (100.00)	3.67 (เห็นด้วย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.75</b> (เห็นด้วย)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.838</b>



หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ไม่แน่ใจ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีอยู่ในระดับ “เห็นด้วย” มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิดภาพลักษณ์รวม พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.838$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความคิดเห็นในปัจจุบันย่อยต่างๆ ในระดับ “เห็นด้วย” ได้แก่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นสวนสัตว์กลางคืน เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พนักงานของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการให้บริการที่ดีและเป็นมิตรกับผู้เข้าชม เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) เป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนของคนเชียงใหม่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) มีการช่วยเหลือชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) มีผู้บริหารที่มีความสามารถตามลำดับค่าเฉลี่ย

ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น ในระดับ “ไม่แน่ใจ” ได้แก่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (CnS) มีการบริหารงานอย่างโปร่งใส

#### ส่วนที่ 4 การวัดระดับความชื่นชอบโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ระดับความชื่นชอบที่มีต่อ องค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชอบมาก	85	26.50	3.93 (ค่อนข้างชอบ)
ค่อนข้างชอบ	138	43.00	
เฉยๆ	90	28.00	
ไม่ค่อยชอบ	8	2.50	
ไม่ชอบเลย	0	0.00	
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกชื่นชอบจากการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีอยู่ในระดับค่อนข้างชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ อยู่ในระดับเฉยๆ และชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ 26.50 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีอยู่ในระดับ “ค่อนข้างชอบ” มีค่าเฉลี่ยรวม 3.93



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 5 การวัดองค์ประกอบเชิงการกระทำที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี

องค์ประกอบเชิงการกระทำที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี	ระดับความเห็นด้วยต่อประโยคดังกล่าว					จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ในอนาคตท่านจะเข้าชมเชียงใหม่ในท่าซาฟารีอีก	57 (17.80)	183 (57.00)	75 (23.40)	4 (1.20)	2 (0.60)	321 (100.00)	3.90 (เห็นด้วย)
2. ท่านจะแนะนำให้เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก ให้มาเยี่ยมชมเชียงใหม่ในท่าซาฟารี	85 (26.50)	179 (55.80)	54 (16.80)	1 (0.30)	2 (0.60)	321 (100.00)	4.07 (เห็นด้วย)
3. ถ้าเชียงใหม่ในท่าซาฟารีมีการจัดทำสินค้าของที่ระลึกประเภทอื่นๆ เช่น เสื้อยืด แก้วน้ำ ท่านมีความยินดีที่จะซื้อ	88 (27.40)	122 (38.00)	103 (32.10)	2 (0.60)	5 (1.60)	320* (100.00)	3.89 (เห็นด้วย)
4. ท่านยินดีจะติดตามข้อมูลข่าวสารของเชียงใหม่ในท่าซาฟารีอย่างต่อเนื่อง	89 (27.70)	130 (40.50)	91 (28.30)	6 (1.90)	5 (1.60)	321 (100.00)	3.91 (เห็นด้วย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.94</b> (เห็นด้วย)
<b>ค่าความเชื่อมั่น <math>\alpha</math> (Reliability)</b>							<b>0.862</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ไม่แน่ใจ, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 ชุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความความคิดเห็นจากการใช้บริการเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีในด้านขององค์ประกอบเชิงการกระทำอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.94 และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในการวัดแนวคิดภาพลักษณ์ขององค์ประกอบเชิงการกระทำ พบว่าได้ค่า  $\alpha = 0.862$  หมายถึง คำถามที่ใช้ในการวัด สามารถวัดแนวคิดดังกล่าวได้

โดยมีระดับความชื่นชอบในปัจจุบันต่างๆ ในระดับค่อนข้างชอบ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำให้เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก ให้มาเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีจะติดตามข้อมูลข่าวสารของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีอย่างต่อเนื่อง ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามจะเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีอีก และถ้าเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีการจัดทำสินค้าของที่ระลึกประเภทอื่นๆ เช่น เสื้อยืด แก้วน้ำ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความยินดีที่จะซื้อ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่มีผลต่อ ภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร, ระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กร และองค์ประกอบด้านการกระทำที่มีต่อองค์กร (ตารางที่ 25 - 27)

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ, ด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณค่า, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านบุคลิกภาพ และด้าน ผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

องค์ประกอบของ ภาพลักษณ์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	ภาพลักษณ์โดยรวมของ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี				R	R Square
	B	Beta	T	Sig.		
ด้านคุณลักษณะ	0.030	0.030	0.397	0.691	0.750	0.562
ด้านคุณประโยชน์	-0.036	-0.039	-0.583	0.560		
ด้านคุณค่า	-0.112	-0.136	-1.952	0.052		
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.177	0.238	3.153	0.002*		
ด้านบุคลิกภาพ	0.461	0.571	9.769	0.000*		
ด้านผู้ให้บริการ	0.113	0.122	2.461	0.014*		

หมายเหตุ : ค่า F จากการทดสอบสมการ เท่ากับ 67.105 Sig. 0.000

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ, องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์, องค์ประกอบด้านคุณค่า, องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร, องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้าน ผู้ให้บริการ

b Dependent Variable: ภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

จากตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่า ค่า ความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.750 หมายถึง ตัวแปรต้นทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ องค์ประกอบด้านคุณค่า องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร, องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ให้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์ โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กัน ในระดับค่อนข้างมาก โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95%พบว่า ตัวแปรต้นนั้น สามารถอธิบายภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีได้ร้อยละ 56.20 เมื่อพิจารณาค่า ความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านวัฒนธรรมองค์กร องค์ประกอบ

ด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตามค่า Beta สามารถอธิบายระดับความสัมพันธ์ได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากที่สุด (ค่า Beta = 0.571) รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านวัฒนธรรมองค์กร (ค่า Beta = 0.238) และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ (ค่า Beta = 0.122) ตามลำดับความสัมพันธ์ ส่วนองค์ประกอบด้านคุณลักษณะ, องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ และองค์ประกอบด้านคุณค่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**ตารางที่ 26** แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ, ด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณค่า, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านบุคลิกภาพ และด้านผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

องค์ประกอบของ ภาพลักษณ์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	ระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กร เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี				R	R Square
	B	Beta	T	Sig.		
ด้านคุณลักษณะ	1.011	0.710	9.415	0.000*	0.759	0.575
ด้านคุณประโยชน์	0.041	0.031	0.476	0.634		
ด้านคุณค่า	0.051	0.043	0.623	0.534		
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	-0.028	-0.026	-0.356	0.722		
ด้านบุคลิกภาพ	0.078	0.067	1.162	0.246		
ด้านผู้ใช้บริการ	-0.079	-0.059	-1.208	0.228		

หมายเหตุ : ค่า F จากการทดสอบสมการ เท่ากับ 70.934 Sig. 0.000

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ, องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์, องค์ประกอบด้านคุณค่า, องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร, องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ

b Dependent Variable: ระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

จากตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่า มีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.759 หมายถึง ตัวแปรต้นทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ องค์ประกอบด้านคุณค่า องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร

องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างมาก โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95%พบว่า ตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี ได้ร้อยละ 57.50 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ มีความสัมพันธ์กับระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตามค่า Beta สามารถอธิบายระดับความสัมพันธ์ได้ว่า องค์ประกอบด้านคุณลักษณะมีความสัมพันธ์กับระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารีมากที่สุด (ค่า Beta = 0.710) ส่วนองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ องค์ประกอบด้านคุณค่า, องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความชื่นชอบที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 6 ด้านของเชียงใหม่ในท่าซาฟารี ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ, ด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณค่า, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านบุคลิกภาพ และด้านผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี (Cognitive Component)

องค์ประกอบของ ภาพลักษณ์ เชียงใหม่ในท่าซาฟารี	องค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กร เชียงใหม่ในท่าซาฟารี				R	R Square
	B	Beta	T	Sig.		
ด้านคุณลักษณะ	0.457	0.384	4.795	0.000*	0.722	0.521
ด้านคุณประโยชน์	0.153	0.137	1.977	0.049*		
ด้านคุณค่า	-0.012	-0.012	-0.166	0.868		
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.186	0.208	2.634	0.009*		
ด้านบุคลิกภาพ	0.081	0.084	1.368	0.172		
ด้านผู้ใช้บริการ	-0.016	-0.015	-0.283	0.778		

หมายเหตุ : ค่า F จากการทดสอบสมการ เท่ากับ 56.964 Sig. 0.000

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ, องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์, องค์ประกอบด้านคุณค่า, องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร, องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ

b Dependent Variable: องค์ประกอบเชิงการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในท่าซาฟารี

จากตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่า มีความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.722 หมายถึง ตัวแปรต้นทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ องค์ประกอบด้านคุณค่า องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทิวเขาฟารี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างมาก โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95%พบว่า ตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายของค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทิวเขาฟารีได้ร้อยละ 52.10 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ องค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ และองค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทิวเขาฟารีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตามค่า Beta สามารถอธิบายระดับความสัมพันธ์ได้ว่า องค์ประกอบด้านคุณลักษณะมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทิวเขาฟารีมากที่สุด (ค่า Beta = 0.384) รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านวัฒนธรรมองค์กร (ค่า Beta = 0.208) และองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ (ค่า Beta = 0.137) ตามลำดับความสัมพันธ์ ส่วนองค์ประกอบด้านคุณค่า องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบด้านการกระทำโดยรวมที่มีต่อองค์กรเชียงใหม่ในทิวเขาฟารีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กร  
เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ  
เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและทำการส่งเสริมการตลาดให้ต่อเนื่องให้มากกว่านี้ เพราะที่ผ่านมาไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์เลย จึงทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเลย	12	3.74
2. ราคาบัตรเข้าชมของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี 250 บาท นั้น มีราคาแพงเกินไปสำหรับคนไทย ควรลดราคาบัตรเข้าชมลง เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดได้มีโอกาสได้เข้าไปท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น	10	3.12
3. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจให้มากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้มากกว่านี้ เช่น การจัดแสดงโชว์ของสัตว์ เป็นต้น	5	1.56
4. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีการปรับปรุงด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ของสัตว์ให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากเห็นว่า สุขภาพของสัตว์ขี้แย มีกลิ่นเหม็น และน้ำเน่าเสีย จึงควรทำการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม	3	0.94
5. สัตว์ต่างๆ ที่นำมาแสดงภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีนั้นควรเป็นเฉพาะสัตว์กลางคืนเท่านั้น และควรเป็นสัตว์ที่หายาก อีกทั้งต้องเพิ่มความหลากหลายของสัตว์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นสวนสัตว์กลางคืน	3	0.94
6. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารียังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ยังไม่เพียงพอ เช่น เก้าอี้นั่งพัก ห้องน้ำ เป็นต้น จึงควรจัดหาอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มากขึ้นกว่าเดิม	2	0.62
7. ควรปรับปรุงราคาของที่ระลึกในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพให้มากกว่านี้ เนื่องจากมีราคาแพงมากเกินไป อีกทั้งควรมีการจัดทำของที่ระลึกให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และดึงดูดให้ซื้อให้มากกว่านี้	2	0.62
8. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีไม่ควรทำการแบ่งเขตในการเก็บราคาบัตรเข้าชม ควรเก็บราคาบัตรเข้าชมราคาเดียวแล้วสามารถเที่ยวชมภายในได้ทุกโซน	1	0.31

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
9. ควรมีการเพิ่มความปลอดภัยภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้มากกว่านี้ เช่น ตรงทางเดินรอบๆ สระน้ำ นากลัวและมีดมาก ควรคิดไปเพื่อให้สว่างมากกว่านี้	1	0.31
10. ควรมีการปรับปรุงเครื่องแต่งกายของพนักงานรักษาความปลอดภัย ตรงทางเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้มีแสดงออกถึงความเชิญชวน ในการเข้ามาท่องเที่ยว และพนักงานควรมีความเป็นมิตรให้มากกว่านี้	1	0.31
11. ควรทำการปรับปรุงป้ายต่างๆ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ให้สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่ายมากกว่าเดิม	1	0.31
12. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีการติดต่อประสานงานและจัดกิจกรรมร่วมกับ สถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นการตอบแทนสังคมและสร้างความรู้ให้กับเด็กไทย	1	0.31
13. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น บริษัททัวร์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้ามาเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม	1	0.31
14. ผู้บริหารของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการบริหารจัดการ และปรับปรุงเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีไม่ให้ทรุดโทรมลงดังเช่นในปัจจุบัน	1	0.31
15. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรเน้นเรื่องความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากยิ่งขึ้น	1	0.31
16. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรเพิ่มเติมในการสร้างภาพลักษณ์ว่า มีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่นๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมให้มากยิ่งขึ้น	1	0.31
ไม่ให้ข้อเสนอแนะ	275	85.67
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ให้ข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 85.67 รองลงมาคือ ให้ข้อเสนอแนะว่า “เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและทำการส่งเสริมการตลาดให้ต่อเนื่องให้มากกว่านี้ เพราะที่ผ่านมามีการประชาสัมพันธ์เลย จึงทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเลย” และ “ราคาบัตรเข้าชมของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี 250 บาท นั้น มีราคาแพงเกินไปสำหรับคนไทย ควรลดราคาบัตรเข้าชมลง เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดได้มีโอกาสได้เข้าไปท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น” คิดเป็นร้อยละ 3.74 และ 3.12 ตามลำดับ