

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์\*  
SERVICE QUALITY THAT AFFECT SATISFACTION OF TOURIST  
VISITING SAFARI WORLD ZOO

เด่นโชค อรรถนาทร

Denchoke Atjanathon

อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว

Aniruth Phongpaew

พรพนา ศรีสถานนท์

Pornpana Srisatanon

สถาบันรัชต์ภาคย์, ประเทศไทย

Rajapark Institute, Thailand

E-Mail: nongfad@windowslive.com

## บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงระดับของ คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวชมสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการบริการในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวชมสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวชมสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ ไม่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการ

\*Received 17 March 2023; Revised 11 April 2023; Accepted 13 April 2023



ให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวชมสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ ร้อยละ 66.50

**คำสำคัญ:** คุณภาพการบริการ, ซาฟารีเวิลด์, ความพึงพอใจ

## Abstract

This quantitative research aims to: 1) study personal factors affecting the satisfaction of tourists visiting Safari World Zoo 2) compare the level of satisfaction of tourists classified by personal factors. 3) study the factors of service quality that affect the satisfaction of tourists. A sample was taken from 385 tourists who visited the Safari World Zoo. The data collection tool was a questionnaire. Statistics used in data analysis were mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The results showed that Overall, service quality has average opinions at the highest level. satisfaction of tourists visiting Safari World. Overall, it was at a high level. For tourists with different genders, ages, marital statuses, occupations, and average monthly incomes, there is no statistically significant difference in satisfaction among tourists who visit Safari World. Factors influencing in descending order were as follows: response to tourists, Understanding of customers, credibility, confidence towards service users, and concreteness 66.50 percent.

**Keywords:** service quality, safari world, satisfaction

## บทนำ

สวนสัตว์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการรวบรวมสัตว์ป่าเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมสัตว์ป่านานาชนิดโดยเฉพาะสัตว์ป่าที่หาพบได้ยาก สวนสัตว์มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนเมืองเพื่อที่อำนวยความสะดวกให้ผู้มาเที่ยวได้ชมสัตว์หายากซึ่งไม่ได้พบเห็นได้ทั่วไป ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเรียนรู้ และศึกษาธรรมชาติของสัตว์ป่า สวนสัตว์จึงเปรียบเสมือนสถานที่ที่ช่วยในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและจิตใจของนักท่องเที่ยวในด้านการนันทนาการและการเป็นแหล่งเรียนรู้ (Fennell, D. A., 2012) เมื่อเวลาผ่านไป สวนสัตว์มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนา



ตามวัตถุประสงค์ในแต่ละยุค เริ่มตั้งแต่สมัยยุคล่า อาณานิคม จากเดิมสวนสัตว์คือสถานที่ที่เก็บสมบัติของประเทศเจ้าอาณานิคมที่ไปล่ามาได้ และใช้ เก็บสิ่งของมีค่า โดยเฉพาะสัตว์ป่าต่าง ๆ ที่ประเทศราชได้ส่งมาเป็นของบรรณาการ ซึ่งนำมาจัดแสดง รวมกันไว้ในที่เดียว อาทิ สิงโตและเสือโคร่งที่มาจากคนละทวีป รวมทั้งนำคนป่าหรือชนเผ่ามาโชว์ ในที่แห่งเดียวกัน ซึ่งในเวลานั้นคุณค่าของสัตว์ป่าและคนป่าที่มีชีวิตเป็นแค่ของแปลก ต่อมาเมื่อ มนุษย์เริ่มมองเห็นคุณค่าของสัตว์ป่ามากขึ้น จึงเริ่มแยกสัตว์แต่ละทวีป แต่ละสายพันธุ์ออกจากกัน ตามถิ่นที่อยู่ด้านภูมิศาสตร์ (Geographical Zoning) หลังจากนั้นไม่นานสวนสัตว์ที่เป็นแค่การจัดแสดงก็เริ่มเปลี่ยนแปลง และเพิ่มภารกิจหน้าที่มากขึ้น เมื่อสัตว์บางชนิดเริ่มสูญพันธุ์ด้วยภัยธรรมชาติ โรคระบาด แต่ยังมีสัตว์บางชนิดเหลือรอดอยู่ภายในสวนสัตว์ สวนสัตว์จึงกลายเป็น สถานที่เก็บรักษาพันธุ์สัตว์ป่าไปโดยปริยายจนกระทั่งมาถึงการเป็นสวนสัตว์สมัยใหม่ (Modern Zoo) ที่มีข้อกำหนดหลักสำคัญ 4 เรื่องคือ อนุรักษ์ ให้การศึกษา วิจัย และพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อให้ผู้คนได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติในเมืองมากขึ้นรวมทั้ง Zoological Park หรือสวนสัตว์ และสวนสาธารณะที่มีสัตว์ป่าให้ชม มีพันธุ์ไม้ให้ศึกษามีประวัติศาสตร์ให้เรียนรู้ ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของสวนสัตว์ที่มีอยู่ในทุกประเทศทั่วโลก (วันวิสาข ศรีกลัป, 2561)

บริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ เช่น สวนสัตว์ เครื่องเล่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม และกิจกรรมการละเล่นต่าง ๆ ซึ่งผู้บริหารบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน ได้สร้างภาพลักษณ์ใหม่ และได้เริ่มประชาสัมพันธ์รวมถึงใช้สื่อโฆษณา เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารและทำกิจการบริการสังคมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เพื่อชักชวนให้คนไทยเข้ามาใช้บริการของบริษัท เช่น เที่ยวชมสวนสัตว์เปิดซาฟารีเวิลด์มากขึ้น เครื่องเล่นต่าง ๆ ร้านอาหารเครื่องดื่ม และการให้บริการอื่น ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้มีการปรับปรุงโซนต่างๆ เพื่อกิจกรรมที่น่าสนใจมากขึ้น ธุรกิจในลักษณะซาฟารีเวิลด์จำเป็นต้องมีการปรับปรุงพัฒนาจุดขายใหม่เพื่อ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากมีสิ่งใหม่ๆ ไม่เหมือนกับที่เคยเห็นมา โดยคาดหวังว่าจะทำให้รายได้ให้แก่บริษัทซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และเที่ยวชมแบบใกล้ชิดธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงทำการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งธรรมชาติ มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ประกอบกับปัจจุบันมีการให้บริการและแหล่งท่องเที่ยวลักษณะเดียวกันเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น สวนสัตว์อควอเรียม หรือสวนสนุก เป็นจุดดึงดูดความสนใจ



ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในบริการของนักท่องเที่ยว และใช้เป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนาการให้บริการให้มีคุณภาพและน่าสนใจมากขึ้น เพื่อใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ และได้แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เป็นที่พึงพอใจสูงสุดกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนใช้กำหนดนโยบายการดำเนินงานและปรับปรุงการให้บริการที่มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2560) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)



### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบบสอบถามมีการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยการหาค่า IOC พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.50 และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการหาค่า Cronbach's Alpha coefficient ของ Cronbach (Cronbach, L. J., 1974) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.960 แบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปด้านสถิติ โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า t-test One Way ANOVA การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

## ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ในภาพรวม

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเป็นรูปธรรม	4.27	0.380	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.27	0.375	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว	4.32	0.439	มากที่สุด



คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว	4.26	0.395	มากที่สุด
ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว	4.28	0.415	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>0.335</b>	<b>มากที่สุด</b>
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.295</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.32$ ) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.28$ ) ด้านความเป็นรูปธรรม และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ( $\bar{X} = 4.27$ ) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.26$ ) ตามลำดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ )

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคล	t/F	Sig.
เพศ	0.012	.990
อายุ	1.504	.200
ระดับการศึกษา	0.870	.420
สถานภาพ	1.180	.308
อาชีพ	0.655	.624
รายได้ต่อเดือน	2.220	.066



จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ของคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อ ความพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์

ตัวแปร	b	SEE.	$\beta$	t	Sig
ค่าคงที่ (a)	6.496	.118		55.276	.000*
ด้านความเป็นรูปธรรม ( $X_1$ )	-.131	.031	-.168	-4.253	.000*
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ( $X_2$ )	-.190	.042	-.242	-4.552	.000*
ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ( $X_3$ )	-.369	.035	-.549	-10.621	.000*
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ( $X_4$ )	-.175	.039	-.234	-4.519	.000*
ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ( $X_5$ )	.178	.043	.250	4.170	.000*

R= 0.816 R<sup>2</sup> = 0.665 Adjust R<sup>2</sup> = 0.661 SEEest= 0.17201 F=150.530 Sig. = .000\*

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพการให้บริการ จำนวน 5 ตัวคือ ด้านความเป็นรูปธรรม ( $X_1$ ) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ( $X_2$ ) ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ( $X_3$ ) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ( $X_4$ ) ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ( $X_5$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน ได้ร้อยละ 66.50 และเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.6496 - 0.131X_1 - 0.190X_2 - 0.369X_3 - 0.175X_4 + 0.178X_5$$

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ มีประเด็นสำคัญที่นำเสนอเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความ คิดเห็นในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน



โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ด้านความเป็นรูปธรรม และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.26$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะ สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ โดยมีนโยบายให้พนักงานดูแลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการอย่างดีว่องไว เสมอภาค และรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการศึกษากองกรรัตน์ คุ่มกระ (2563) เรื่อง คุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์เรียนรู้เชิงท่องเที่ยวด้านปศุสัตว์ด้านกักกันสัตว์เพชรบุรีมีค่าอยู่ในระดับมาก (กรรรัตน์ คุ่มกระ, 2563) สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุวิษญานนท์ กัณฑ์และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของฝ่ายการศึกษาสวนสัตว์เปิดเขาเขียว อำเภอสัตร์ราชา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเข้าใจ และด้านการประกันคุณภาพ (สุวิษญานนท์ กัณฑ์ และคณะ, 2563)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เพราะ พนักงานเอาใจใส่นักท่องเที่ยว โดยมีการปรับปรุงการบริการตลอดเวลา ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุริยา แสงพงศ์ (2561) เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรีที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียวในระดับมาก (สุริยา แสงพงศ์, 2561) สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพียงใจ คงพันธ์ (2564) เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาขุนยี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาขุนยี่ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (เพียงใจ คงพันธ์, 2564)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรประภา ไชยอนุกุล (2557) เรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์กับ



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (พรประภา ไชยอนุกุล, 2557) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุริยา แสงพงค์ (2561) พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในระดับ การบรรยายให้ ความรู้ และการเดินชมสวนสัตว์ ความสะดวกของเส้นทางที่-เดินทางมายังสวนสัตว์ รองลงมา คือ เส้นทางชมสัตว์ภายในสวนสัตว์มีป้ายบอกอย่างชัดเจน (สุริยา แสงพงค์, 2561)

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ มีข้อสรุปดังนี้ สรุป ได้แก่ 1) ระดับของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน อยู่ในระดับมาก 2) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด มหาชน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว ด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวชมสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ คิดเป็นร้อยละ 66.50 ข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1) จากการศึกษ พบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์มีการจัดสัตว์ต่าง ๆ ที่อยู่ของสัตว์แต่ละชนิดลงตัว มีการแสดงโชว์ต่าง ๆ ที่น่าประทับใจ และมีเจ้าหน้าที่ต้อนรับให้บริการทุกส่วนการให้บริการและมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวที่น่าประทับใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการจัดการแสดงของสัตว์ต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และควรเพิ่มเจ้าหน้าที่บริการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเยาวชนให้มากขึ้น 2) จากการศึกษ พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า เจ้าหน้าที่เอาใจใส่และช่วยให้คำแนะนำ ให้กับนักท่องเที่ยว มีเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับสวนสัตว์และธรรมชาติภายในซาฟารีเวิลด์อย่างครบถ้วนให้ความสนใจเอาใจใส่ดูแลและแก้ปัญหาต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และ ให้เกียรติและให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ ให้มีความสามารถในการให้บริการ ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกในการเที่ยวชมสวนสัตว์ทุกจุดและทำความเข้าใจกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเต็มใจให้บริการ 3) จากการศึกษ พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ นักท่องเที่ยวให้



ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์มีการจัดเตรียมเอกสาร และแบบฟอร์มต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ไว้บริการ เพื่อแนะนำการเข้าชมสวนสัตว์ และด้านความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้เรื่องของสัตว์อย่างถูกต้องครบถ้วน มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีลักษณะทรงที่หนาแน่นปลอดภัย และสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดี เมื่อเกิดข้อผิดพลาด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ที่มีความแข็งแรง และ ดูแลเอาใจใส่และบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดี โดยเน้นในเรื่องความปลอดภัยทั้งในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 4) จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า มีเจ้าหน้าที่ดูแลทุกพื้นที่ และให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ความชำนาญในการให้บริการ และปฏิบัติงานด้วยการใช้ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์ ควรจัดอบรมให้เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ และเข้าใจธรรมชาติของสัตว์ชนิดต่าง ๆ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สามารถให้ความรู้ต่าง ๆ ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการเที่ยวชมสวนสัตว์ และ 5) จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า สวนสัตว์มีอาคาร/สถานที่ภายในสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ที่มีความสะอาดและเป็นระเบียบ ทำเลที่ตั้งของสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์สะดวกเดินทาง มีอุปกรณ์สำหรับการให้บริการที่ทันสมัย ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นเกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องเล่น ที่ให้บริการที่ทันสมัย และมีความปลอดภัย ควรอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะการใช้ อุปกรณ์ สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ทันท่วงที และควรจัดเจ้าหน้าที่ด้านความปลอดภัยให้เพียงพอ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 1) การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงลึก โดยทำในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาคุณภาพการให้บริการของสวนสัตว์มากยิ่งขึ้น และได้ข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และ 2) การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยอื่น เช่น ความคาดหวัง เพื่อให้การวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการครบถ้วน และทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ และสามารถเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการและสิ่งที่ต้องปรับปรุงเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น และจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น



## บรรณานุกรม

- เพียงใจ คงพันธ์. (2564). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาคูญย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี. 12(1), 15-29.
- กรรัตน์ คุ่มกระ. (2563). คุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์เรียนรู้เชิงท่องเที่ยวด้านปศุสัตว์ ตำนกักกันสัตว์เพชรบุรี. ใน (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วันวิสาข์ ศรีกล้วย. (2561). ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์. ใน (วิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุรียา แสงพงศ์. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง มหาวิทยาลัยบูรพา. 6(2), 98-133.
- สุวิษญานนท์ กัณทนะ และคณะ. (2563). คุณภาพการให้บริการของฝ่ายการศึกษาสวนสัตว์เปิดเขาเขียวอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. Journal of modern learning development. 7(9), 14-25.
- Cronbach, L. J. (1974). Essentials of Psychological testing. New York: Harper and Row.
- Fennell, D. A. (2012). Tourism and animal ethics. London: Routledge.