

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ในการวางแผนปรับปรุงพัฒนารูปแบบและวิธีการให้บริการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่เป็นชาวต่างประเทศ ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 – 20 มิถุนายน 2552 จำนวน 200 ราย การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิธีวัดตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) และการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของบริษัทแห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 USD. มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน สรุปได้ว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งมีความชอบการท่องเที่ยวและการผจญภัย

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยรูปแบบอื่นมาก่อน โดยเหตุผลหลักที่ชอบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยคือ ให้ความรู้สึกตื่นเต้น และพบว่ากิจกรรมที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ล่องแพ / ล่องแก่ง สำหรับกิจกรรมประเภท โหนสลิง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทแห่งนี้ คือ ที่พัก (โรงแรม ,เกสเฮ้าส์) และเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทแห่งนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ AGENT บอกว่าที่นี่ดีกว่าที่อื่น ระยะเวลาที่ใช้มีความเหมาะสมกับโปรแกรม และราคามีความเหมาะสมกับโปรแกรม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัทแห่งนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานในเรื่องของการมีใจบริการที่ดีและการมีทักษะความชำนาญของพนักงานมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.82 ความพึงพอใจโดยรวม มีระดับค่าเฉลี่ย 4.76 จำนวนของสถานีและจำนวนสายสลิง มีระดับค่าเฉลี่ย 4.74 ความสูงของสายสลิงและธรรมชาติของป่าไม้ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.72 บริเวณที่ทำกิจกรรม มีระดับค่าเฉลี่ย 4.68 ความยาวของสายสลิง มีระดับค่าเฉลี่ย 4.65 ปริมาณอาหาร และผู้ขับขี มีระดับค่าเฉลี่ย 4.55 รสชาติของอาหาร มีระดับค่าเฉลี่ย 4.51 ความคุ้มค่ากับราคาที่จะไป มีระดับค่าเฉลี่ย 4.49 ความตรงต่อเวลา มีระดับค่าเฉลี่ย 4.44 ยานพาหนะ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.39 บริเวณหมู่บ้าน มีระดับค่าเฉลี่ย 4.32 ความสะอาดของอุปกรณ์ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.28 ตัวแทนขาย มีระดับค่าเฉลี่ย 3.96 และเว็บไซต์ มีระดับค่าน้อยที่สุดเฉลี่ย 1.16

จากการทดสอบไคสแควร์ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าเหตุผลที่ชอบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีความสัมพันธ์กับอายุ รายได้ อาชีพ และสัญชาติของผู้ใช้บริการ และเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทแห่งนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กับ อายุ รายได้และสัญชาติของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าไคสแควร์ ที่คำนวณได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา แต่จะมีเพียงปัญหาเรื่องกลิ่นของชุดและหมวก ซึ่งผู้ให้บริการแจ้งว่าควรทำความสะอาดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และควรมีการมอบใบประกาศนียบัตรให้กับผู้ที่มาใช้บริการด้วย สำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าบริษัทควรรักษาระดับคุณภาพการให้บริการ และปรับปรุงการบริการในด้านอื่น ๆ เช่น การจอง และเว็บไซต์ ให้มีคุณภาพสูงสุด เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และเพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ผู้ใช้บริการจะทำการบอกต่อ ซึ่งเป็นการโฆษณาที่ไม่ต้องลงทุน

guesthouses and decided to use the company's services because of the advice of tour agent, appropriate length and reasonable price of the programs.

On customers' satisfaction, the study found the highest level of satisfaction was given to the service quality of tour staff in terms of good service-mind, skills and experience (average score = 4.82). The overall satisfaction was rated at 4.76. The next highest level of satisfaction was found in the number of stations and slings, followed by the height of sling position and the nature of forest, the location, the sling length, quantity of food served, driver, food palatability, worthiness of money spent, punctuality, vehicle, village surrounding, hygienic condition of equipment and tools, and sale representative in descending order, while website of the company got the lowest satisfaction level.

The results of chi-square test at 0.05 statistically significant level revealed the love in adventure tour was associated with the age, income, occupation, and nationality of the particular tourist and the selection of the adventure tourism company by the tourists under study was related to the age, income and nationality of the tourist.

The study also found that there were no serious problems in participating in adventure tour except for the complaint about smelly helmet and harness which should be cleaned at least once a month. It was suggested that certificate be awarded to the adventure tour participants. There were also recommendations for the company to maintain and improve quality of services concerning reservation, and website to increase market channels, to increase customers' satisfaction which in turn can improve the company's image and the likelihood of word of mouth promotion.

The objectives are to study the levels of customers' satisfaction with the services of an adventure tourism company in Chiang Mai Province and to identify related problems and obstacles as well as to obtain the customers' advice and comments for the company to plan for better service activities and greater efficiency. Primary data and information were collected by questionnaire interview from 200 samples of foreign adventure tourists who uses the services of an adventure tourism company in Chiang Mai Province during 1 – 20 June 2009. Analysis was based on the results of descriptive statistics including frequency, number, percentage, arithmetic means, standard deviation, as well as Likert Scale measurement and chi-square test.

The findings indicated the majority of the samples under study were characterized as male (50.5%), age 21-30, single, bachelor's degree graduate, with income under US\$ 1,000 per month and business/ private firm employee. It can be concluded that most foreign adventure tourists were in young adulthood with preference to spend leisure time for travel and adventure.

The investigation on consumer behavior revealed that most samples under study used to buy other forms of adventure tourism services before with the main reason for excitement, and their most favorite activity was rafting/ whitewater rafting while their least popular choice was sling flight. They were introduced to this particular adventure tourism company by the hotels or