

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกมาท่องเที่ยวกิจกรรมผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกการท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2552 จำนวน 400 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การให้น้ำหนักความสำคัญแบบ Likert Scale และการทดสอบทางสถิติ โดยวิธี Chi-square Test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 26 – 45 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นลูกจ้างหรือพนักงานประจำ มีสถานภาพอยู่คนเดียว อาศัยในทวีปยุโรป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยว 1,001 – 2,000 บาท มากเป็นรอบคร่ำ โดยเลือกพักอาศัยอยู่ที่เกสเฮาส์ เป็นระยะเวลามากกว่า 1 สัปดาห์ โดยได้รับข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยจากเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกกิจกรรมผจญภัยคือตัวเอง โดยความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัยมีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวมากที่สุด โดยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือกิจกรรมกระโดดหอ ไรด์ตัว สถานที่ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบผจญภัยคือบริษัทนำเที่ยว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบ 1 วัน ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อแพ็คเกจ 1,001 – 2,000 บาท เดือนที่ต้องการมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือเดือน กรกฎาคม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาจากการท่องเที่ยว และจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกการท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม อันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านโปรโมชั่นตามลำดับ

The aim of this study is to determine the factors that influence the choice of adventure activities by foreign tourists in Chiang Mai Province and to observe their behaviors and satisfaction gained when participating in these activities. A questionnaire has been carried out which surveyed approximately 400 foreign tourists in 2009. The data are examined to obtain a suitable set of relevant descriptive statistics analyzed using the Likert scale, and Chi-square test.

The questionnaire conducted among the foreign tourists are mostly single employed males with ages in the range of 26-45 years old having a Bachelors degree. The majority of the sample lives in Europe and earns an average of 50,000 to 100,000 Baht per month

The findings from the representative sample of foreign tourists illustrates that the majority of the sample has never been to Chiang Mai before. The daily expenditure of the sample varies from 1,001 to 2,000 Baht. The bulk of the sample are traveling with their families and residing at a guesthouse for over a week. The information regarding these adventure activities are acknowledged from their friends or close ones. A core factor that influences the selections of these adventures is the variety in an activity. In general, each individual surveyed is influenced by their own decisions on what activities to experience. The findings suggest that Flight of Gibbon is the most trendy adventure activity to take part in. The tour packages are typically purchased at a tour agency. The majority of the foreign tourists purchased 1-day tour packages ranging from 1,001 to 2,000 Baht per package. The study also suggests that July tends to be the most desired month to travel. Most of the tourists sample do not find any difficulties during their visit to Chiang Mai and will be happy to return to Chiang Mai again in the future

From an overall perspective, the most influential factor in selecting an adventure activity in Chiang Mai, among foreign tourists, is the product factor. The service, location, resources, prices, and promotions are also key factors that affect the selection criteria for foreign tourists with the latter being the least influential factor.