

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกการท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงคือเลือกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 237 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 59.25 อยู่ในช่วงอายุ 26 - 45 ปี จำนวน 169 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 42.25 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 193 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 48.25 ประกอบอาชีพลูกจ้างและพนักงานประจำ จำนวน 167 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 41.25 โดยมีสถานภาพโสด หย่าร้าง/หม้าย และแยกกันอยู่ จำนวน 278 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 69.50 มาจากทวีปยุโรป จำนวน 156 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 39.00 มีรายได้ระดับปานกลางอยู่ในช่วง 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 145 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 36.25

ด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างพบว่าโดยส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 222 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 55.50 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในช่วง 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 189 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 47.25 เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวจำนวน 149 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 37.25 เลือกพักที่เกสเฮ้าส์จำนวน 313 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 78.20 เลือกท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มานานมากกว่า 1 สัปดาห์จำนวน 161 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 40.20 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่จากเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดจำนวน 286 เป็นอันดับ 1 บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกกิจกรรมผจญภัยคือตัวเองจำนวน 205 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 51.25 อิทธิพลที่มีต่อการเลือกท่องเที่ยวแบบผจญภัยคือความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัยจำนวน 59 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 14.75 ประเภทกิจกรรมผจญภัยที่ได้รับความนิยมคือ การกระโดดหอ โรยตัว จำนวน 71 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 17.75 บริษัทนำเที่ยวเป็นสถานที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อแพ็คเกจจิ้งมากที่สุดจำนวน 158 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 39.50 แพ็คเกจจิ้ง 1 วันถูกเลือกมากที่สุดจำนวน 136 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 34.00 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

ต่อแพ็คเกจอยู่ระหว่าง 1,001 – 2,000 บาทจำนวน 186 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 46.50 เดือนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างต้องการมาท่องเที่ยวคือเดือนกรกฎาคมจำนวน 60 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 15.00 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไม่พบปัญหาในการท่องเที่ยวจำนวน 367 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 91.75 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งจำนวน 388 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 97.00

จากการศึกษาด้านความสัมพันธ์ เพศของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลของการเลือกท่องเที่ยวแบบผจญภัยแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกกิจกรรมผจญภัย ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกเดือนที่มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใดและสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกกิจกรรมผจญภัย ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ต่อสถานที่ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่สัมพันธ์กับปัญหาที่พบระหว่างการท่องเที่ยว อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกช่วงระยะเวลาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และระยะเวลาท่องเที่ยวต่อแพ็คเกจ สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่พักในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกกิจกรรมผจญภัย ทวีปที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่พักในจังหวัดเชียงใหม่และสัมพันธ์กับเดือนที่ต้องการมาท่องเที่ยว และช่วงรายได้มีความสัมพันธ์ทั้งกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อแพ็คเกจที่เลือกและกับการกลับมาท่องเที่ยวเชียงใหม่อีกครั้ง

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคลากร ด้านราคา และด้านโปรโมชั่น ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ ส่วนปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านความปลอดภัยของอุปกรณ์และด้านความปลอดภัยจากสัตว์ป่าให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านความชัดเจนของราคาและด้านความสมเหตุสมผลของราคาในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสถานที่ ปัจจัยด้านความหลากหลายของธรรมชาติและด้านความปลอดภัยของสถานที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก ส่วนด้านความมีชื่อเสียงของสถานที่ ด้านสภาพอากาศของสถานที่และด้านความง่ายต่อการเดินทางให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านโปรโมชั่น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการมีโปรโมชั่นและการลดราคาและด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อที่หลากหลายประเภทในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับบุคลากรที่มีประสบการณ์ ทักษะ ความรู้ ความสามารถในการกิจกรรมนั้นๆ ส่วนด้านความมีบุคลิกภาพที่ดีและเป็นมิตร ความสามารถในการสื่อสารกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบริการ ทักษะคิดของพนักงานในการให้บริการมีความสำคัญมาก ส่วนด้านความรวดเร็วในการให้บริการและการอำนวยความสะดวกในการขนส่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการจัดการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจที่หลากหลายระดับราคา เพื่อให้เหมาะสมกับระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว อีกทั้งในแพ็คเกจการท่องเที่ยวควรมีการจัดให้มีกิจกรรมแบบหลากหลายเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวทั้งที่เป็น โสดและนักท่องเที่ยวที่มาทั้งครอบครัวจึงควรมีการจัดให้มีกิจกรรมในลักษณะต่างๆที่สอดคล้องกับทุกคนในครอบครัวด้วย โดยเฉพาะในช่วง Low Season ของไทยคือช่วงไตรมาสที่ 3 ที่นักท่องเที่ยวไม่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวทะเลในประเทศไทยควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคเหนือหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยในภูมิภาคหรือจังหวัดที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นควรให้ความสนใจด้านผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมมากที่สุด โดยทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรเตรียมความพร้อมของผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ความหลากหลายของธรรมชาติในสถานที่และพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวกิจกรรมผจญภัย ผู้ศึกษาคิดว่าควรมีการค้นคว้าอิสระทางด้าน เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อที่จะได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ศึกษามีได้นำมารวมไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวเรื่องที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังเขตจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ เพื่อที่จะได้ผลการศึกษที่หลากหลาย ที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

3. ปัจจัยต่างๆที่ได้จากการสรุปผลการศึกษายเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในวางแผนในการดำเนินงานทางการตลาด ปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวแบบกิจกรรม ผจญภัยให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

4. จากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้ข้อมูลต่างๆที่ได้ทำการศึกษานำไปใช้ในการทำธุรกิจต่อยอดและขยายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ในโอกาสต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved