

บทคัดย่อ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันล้วนมุ่งสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมนุษย์สร้าง (Man Made) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเน้นความแปลกใหม่ อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการกลับมีจำนวนลดลง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้าง โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 383 ราย ในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนาและสถิติวิเคราะห์เพื่อหาความแตกต่างของตัวโดยใช้โปรแกรม SPSS

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษา ในระดับปริญญาตรี มีระดับรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่พักอยู่บ้านพักส่วนตัว เดินทางมาเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และได้รับข้อมูลข่าวสารของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีจากป้ายโฆษณากลางแจ้งมากที่สุด

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการให้บริการของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยจำแนกเป็นความคิดเห็นที่มีต่อด้านต่างๆ ดังนี้ ความคิดเห็นที่มีต่อด้านบุคลากร ความคิดเห็นที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ แต่ในด้านราคากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ว่าราคาของบัตรเข้าชม อาหาร ของที่ระลึก มีราคาสูงเกินไป

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจำแนกตามเพศต่อระดับความคิดเห็นด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านราคา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการ และด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อด้านบริการและด้านราคาแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Abstract

Tourism development is currently focused on building Man Made attraction to attract tourists with new and luxurious exotic. However, the numbers of tourists that used the services is much less than expected. This research is intended to measure the level of opinions of tourists for the servicing of Chiang Mai Night Safari which has been categorized as a man made attraction. The data was created by using 383 samples. The interview has been used as a tool in this data collection query. Statistics used are descriptive statistics and statistical analysis to find the differences using SPSS analysis program.

Research found that most of the samples are females aged between 21-30 years old and are students/tertiary students. They have income between 5,001-10,000 baht per month with domicile in Chiang Mai, private homes, travel around using private vehicles and received news of the Night Safari from outdoor billboards and other advertisements.

The overall opinions of the group of samples for the services of Chiang Mai Night Safari are very agreeable or satisfactory. Comments could be categorized as followed: comments for the staff, comment the attractions and facility, and amenity service. But the samples rated the price with medium level as the price for the entry tickets, food, souvenirs are very high.

Results from the comparison between group of private data and data from the samples that use services from Chiang Mai night Safari discovered that personal factors by gender per comments towards personnel, location and services, amenities, facilities and pricing have no relationships which shows the significant statistical level at 0.05 and the results also found that the samples' feedback of different ages have regarding the personnel, facilities and services, amenities and the prices vary significantly which shows the statistical level at 0.05. In addition, according to the level of education, found that the samples have different education levels and feedback of the overall service also different which shows no significant statistical level at 0.05. When the levels have been modified by revenues, the noticeable points of the samples' incomes are also different. The results show that the samples do have different

opinions in the level of personnel and services, facilities and amenities, and prices of which shows significant level of importance of statistical level at 0.05.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ภาคพายัพ เชียงใหม่