

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการซื้อบริการ
การท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปจากผู้ประกอบการ
ธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน

นางสาวจิณดา กิจจะ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการซื้อบริการการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ คนไทยในวัยทำงาน ทั้งชาย และหญิงที่ไปเที่ยวต่างประเทศ โดยซื้อหรือเคยซื้อบริการนำเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการการท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยต่อ 1 ปีเป็นจำนวน 1-2 ครั้งต่อปี ซื้อบริการการท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด จำนวน 1 ประเทศ โดยไปประเทศ ญี่ปุ่น มากที่สุด ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยว คือ 20,001-30,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปที่ชอบ คือ ผ่อนคลายและความสวยงาม จุดประสงค์หลักที่ซื้อบริการการท่องเที่ยว คือ เพื่อการพักผ่อนในวันหยุด ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป ช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม เป็นช่วงที่เลือกซื้อบริการการท่องเที่ยวและจะไปเมื่อเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ รูปแบบการชำระเงินเป็นเงินสด สถานที่ที่ซื้อบริการการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป คือ งานแสดงสินค้าท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ไบเทคบางนา เมืองทองธานี ใช้อินเทอร์เน็ต ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อบริการการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป เหนือกว่าท่านใช้ประเมิน

เพื่อเลือกซื้อบริการการท่องเที่ยวต่างประเทศจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว คือ มีโปรแกรมตามที่ต้องการ

ปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการแสดงราคาที่แน่นอนในโปรแกรมนำเที่ยว โดยรวมค่าใช้จ่ายแฝง เช่น ค่าธรรมเนียมต่างๆ ไว้แต่แรกแล้ว รองลงมาคือ โปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศมีความน่าสนใจ พนักงานสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ การได้รับการบริการจากพนักงานด้วยความเสมอภาค การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีการจัดลำดับการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มีความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูล การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ พนักงานมีทักษะในการตอบคำถาม และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี พนักงานมีสัมมาคารวะ อ่อนน้อม และมีการอธิบายโปรแกรมการนำเที่ยวที่ชัดเจน ตามลำดับ

Independent Study Title Behavior of Thai Tourists Towards Purchasing Outbound
Tour Packages from Travel Agents in Bangkok

Author Miss Jitinat Kitja

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Associate Professor Orachon Maneesong

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the behavior of Thai tourist towards purchasing outbound tour package from travel agent in Bangkok. The participants of this study were both Thai working age male and female who used to travel to foreign countries by purchasing outbound tour package from travel agent in Bangkok. Descriptive statistics as frequency, percentage and mean were used to analyze the data.

The study revealed that most of the respondents purchased outbound tour package approximately 1- 2 times per years. The latest amount outbound tour package purchasing was one country. The country that the tourists travelled the most was Japan. The price of the program tour was 20,001 – 30,000 Baht. The most favorite outbound tour package was for relaxing health and beauty. The objective of purchasing outbound tour package was to relax during the holidays. The respondents was the most influence person affecting the decision to purchase outbound tour package. The duration in purchasing outbound tour package was from October to December, and the duration in travelling was during tourist season of each country. The payment of outbound tour package was by cash. The place where outbound tour package was purchased was travelling fairs such as Queen Sirikit National Convention Center

(QSNCC), Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), Muang Thong Thani, *etc.* The internet was used to search for information regarding purchasing outbound tour package. The criteria for making decision to purchase outbound tour package from the travel agent was having the program tour that satisfied the tourists' needs.

The sub-factors that ranked top ten highest averages that the participants considered to be most important were: the program tour showed the certain price without any other cost such as fees; the program tour was interesting; staff could provide fully information; the price was suitable for quality of the service; staff provided service with equality; there was advertisement through the internet; the arrangement of the program tour was suitable; the fast service was provided; staffs were eager to provide information; the price was discounted during the holidays; staffs had good skills in answering questions and solving problems; staffs had good manners and could explain program tour clearly.