

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ	นางสาวสุภัทรา คำพะแย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 30-39 ปี สถานภาพโสดนับถือศาสนาพุทธ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต และรองลงมาก็คือการพูดคุยกับบุคคลอื่น ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวทวีปเอเชีย ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวไม่แน่นอนแล้วแต่สะดวก มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี ส่วนใหญ่จะใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 5 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งละประมาณ 20,000 – 30,000 บาท

ลำดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาก็คือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ ตามลำดับ

Independent Study Title	Factor Influenced Consideration Select Foreign Country Tour Agent by Thai People in Bangkok
Name	Miss Supak Kumpayae
Advisor	Assistant Professor Supa Kongtong
Major	International Business
Academic	2008

ABSTRACT

This study is aims to reveal behavior of touring to foreign country by Thai traveler within Bangkok to select touring agent priority of factor incorporated in the marketing used by tourist within Bangkok to select the tour agent is explored by using questionnaire to 400 tourist population who ever use service from touring agency.

Result of study reveal the major group of population is female, age between 30-39 years, single, Buddhism, private and government sector employee and has income 15,001 – 20,000 THB.

Result of study also reveal that most of tourist gathering data from the internet and notified by another person respectively and most of them journey to Asia, period of tour depend on their vacation, frequency of touring less than once a year, most of them spending time less than 5 days touring and have expenses 20,000 – 30,000 THB.

Result of priority of factor incorporated in marketing in selection of touring agent used by Thai tourist including product, person, service procedure and price respective for the most important factor and marketing promotion, distribution channel and physical respectively for important factor.