บทคัดย่อ

สาระนิพนธ์เรื่องทัศนคติ และความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ทัศนคติ และความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยในด้านต่างๆ ที่เป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว รวมถึงด้านวัฒนธรรมซึ่งแสดงออกความเป็นไทย ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเผชิญระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยการวิจัยแบบสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากภูมิภาคต่างๆ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 254 คน ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวตามแนวคำถามซึ่งเตรียมไว้ทั้งปลายเปิดและปลายปิด ผลการวิจัยเป็นดังนี้คือ

นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามาประเทศไทยส่วนใหญ่รู้จักประเทศไทยจากสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติ / พี่น้อง / เพื่อน เป็นต้น รองลงมาคือ จากสื่ออินเตอร์เน็ต และในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวจะติดตามข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ

แรงจูงใจสำคัญก่อนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ วัฒนธรรมและประเพณีไทย ระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่มีความประทับใจมากก็ยังคงเป็น วัฒนธรรมและประเพณีไทย รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก อาหารไทย แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่พัก และการจับจ่ายซื้อของ

ส่วนในด้านวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความประทับใจมากที่สุดคือ วิธีการปฏิบัติที่คนไทยมีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยความมีอัธยาศัย ความเป็นกันเอง และมีความอ่อนโยน

ปัญหาซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เผชิญคือ ปัญหาด้านการจราจร ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารที่คนไทยทั่วไปโดยเฉพาะชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ปัญหาด้านมลภาวะ อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังมีภาพลักษณ์ค่อนข้างดี กล่าวคือ ในทัศนะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกดีขึ้นเมื่อได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ระบุว่าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยส่วนใหญ่เชื่อถือได้โดยมีร้อยละ 2.36 ระบุว่าเชื่อถือไม่ได้ เนื่องจากมีข้อมูลที่ได้รับก่อนมามีการบิดเบือนกับข้อเท็จจริงที่ได้มาพบด้วยตนเอง กล่าวคือ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์โรคเอดส์ โสเภณี เรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ยาเสพติด รวมถึงเรื่องเศรษฐกิจไทย

นอกจากนั้นในแง่สื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย นอกจากสื่อมวลชนแล้วนักท่องเที่ยวนิยมใช้สื่ออินเตอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้นควรใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ให้มากขึ้น ประกอบกับ

สำนักงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศควรทำหน้าที่การตลาดแบบครบวงจรให้ได้ในกลุ่มประเทศที่ตั้งสำนักงาน

กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปลูกฝังและสร้างความรู้สึกร่วมกันในการรักษาสาธารณสมบัติ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เกิดขึ้นกับประชาชน และต้องดำเนินการอย่างเข้มงวดและจริงจัง นอกจากนั้นควรเผยแพร่ และสร้างความภูมิใจให้เกิดขึ้นกับคนไทยว่า อัธยาศัยและวิธีปฏิบัติที่คนไทยมีต่อชาวต่างประเทศได้รับความชื่นชมและความประทับใจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก

และสุดท้ายควรได้มีการศึกษาเจาะลึกถึงความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มประเทศ เพื่อใช้ประกอบการวางแผนส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการนักท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาคต่อไป

Abstract

The objectives of the study entitled "The attitude and impressions of international tourists towards visiting Thailand" are to examine 1) Factors that motivate foreigners to visit Thailand. 2) The attitude and impression of foreigners towards Thailand in general and, towards Thai culture in particular. 3) Tourists' behavior regarding receiving and selecting tourist information. 4) Problems / inconveniences encountered by tourists during their stay in Thailand and the solutions / suggestions they recommended. The sampling group for this research was 254 tourists from different regions of Thailand. They were all interviewed by closed and open questions. The in-depth interviews were conducted by the researchers

The result reveals that before visiting the country, tourists have learnt about Thailand from 1) relatives / friends 2) Internet 3) brochures as well as information from other tourists and tourist agencies are mostly needed during their stay in Thailand. Many of them are highly motivated to visit Thailand by natural attractions. The items that impress tourists in general are 1) Thai culture / Tradition 2) world heritage 3) Thai cuisine 4) natural attractions 5) accommodation and 6) shopping / souvenirs

Traffic jam, English communication and pollution are common problems encountered by many tourists. Nevertheless, the image of Thailand is good among tourists. Almost all of them feel better towards Thailand after coming here. Most of them claim that information about Thailand that they have learnt before coming is reliable. Only information regarding AIDS, prostitution, public safety, drugs, sanitary conditions and economic crisis in Thailand has been distorted.

In terms of the strategy to promote Thailand, one should make the best use of the Internet. Because it has become more popular among tourists. More importantly, integrated

marketing communication should be employed fully by the Tourism Authority of Thailand and other related agencies.

TAT and other related agencies should seriously encourage people to preserve and maintain public facilities as well as tourist spots. The positive impressions of foreigners towards Thai hospitality should be announced publicly to provide Thai people with an understanding of how well they are regarded by foreign visitors.

It is recommended that further study is made of the needs of tourists coming to Thailand from different parts of the world to design appropriate plans for the needs of particular nationalities.