

ธีร์ ติระจินดา : การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในตลาดท่องเที่ยวไทย.
(Tourism Promotion for the Senior Japanese Tourists Market) อ. ธีร์ศึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : ศ. ดร. สมบัติ กาญจนกิจ, 157 หน้า

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 200 คน และอีก 200 คนในญี่ปุ่นที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7 Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยการทดสอบค่าที จำแนกตามเพศ, อายุ และระยะเวลาพำนักในประเทศไทย และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ดำเนินการกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย จำนวน 12 ราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55 - 65 ปี เกษียณอายุ มีรายได้ประมาณ 2,500,000 - 5,000,000 เยน/ปี มีแหล่งที่มาของรายได้จากธุรกิจส่วนตัว มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยจัดการเดินทางเอง เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2-5 ครั้ง พำนักในประเทศไทย 11-20 วัน รู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากการบอกเล่าปากต่อปาก ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย โดยพิจารณาจากความปลอดภัย มีความประสงค์จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยและ/หรือแนะนำเพื่อนให้มาอีกแน่นอน ส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.53$) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.51$) และด้านราคา ($\bar{x} = 4.32$) เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นตามระยะเวลาในการพำนักในประเทศไทย พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นตามเพศและอายุ พบว่า ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา กอล์ฟ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สาขาวิชา..... วิทยาศาสตร์การกีฬาลายมือชื่อ.....

ปีการศึกษา..... 2555ลายมือชื่อ อ. ธีร์ศึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

THEE TIRACHINDA : TOURISM PROMOTION FOR THE SENIOR JAPANESE
 TOURISTS MARKET TO THAILAND. ADVISOR: PROF. SOMBAT KANCHANAKIT,
 Ph.D., 157 pp.

The purpose of this research was to study the tourism promotion for the senior Japanese tourists market to Thailand. The sample size included a group of 400 senior Japanese tourists aged 55 years and above. The researcher distributed 200 questionnaires to senior Japanese tourists in Thailand and another 200 senior Japanese tourists previous visited Thailand via the Tourism Authority of Thailand's offices in Japan. The collected data was analyzed in term of frequency distribution, percentage, arithmetic means, and standard deviation. The Marketing Mix (7 Ps) were compared namely: product, price, place or distribution, promotion, people, physical evidence, and process. The t-test was utilized to compare gender, age, and length of stay. Twelve Thai tourism stakeholders experted in the Japanese market were interviewed. The results showed that the majority of the sample size were female, 55 – 65 years old, retired, average revenue of 2,500,000 - 5,000,000 Yen/year, a source of income from private business, most of them were Frequent Individual Travelers (FITs), having travelled to Thailand 2-5 times, stay in Thailand 11-20 days, knew information about Thailand from friends and relatives, travelled to Thailand because of safety, and would come back to Thailand again and/or recommended Thailand to their friends and relatives. The marketing mix which received a highest level were Process (\bar{x} = 4.53), Physical Evidence (\bar{x} = 4.51) and Price (\bar{x} = 4.32). There was significantly different in opinion regarding the length of stay, at the 0.05 level but there was no differences in opinion among gender and age. The appropriate forms of tourism for the senior Japanese tourists market were voluntourism, cultural tourism, longstay tourism, golf tourism, and health tourism.

Field of Study : Sports Science Student's Signature

Academic Year : 2012 Advisor's Signature