

หัวข้อการวิจัยโครงการเฉพาะเรื่อง	การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาหลี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยัง ณ ประเทศเกาหลี
หน่วยคิด	6
ผู้เขียน	นางสาวยุคนธร พฤกษ์ไพบูลย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ต่อยศ ปาลเดชพงศ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม
พ.ศ.	2552

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่องการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาหลี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยัง ณ ประเทศเกาหลีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว รวมไปถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการให้กับกลุ่มลูกค้าต่อไป โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์และสำรวจความคิดเห็น โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ ประเทศเกาหลี จำนวนทั้งสิ้น 207 คน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์จำนวน 7 คนพบว่า ปัญหาและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องนั้นมี 5 ประการ คือ ปัญหาทางด้าน Product ได้แก่ ภาษา อาหารและตารางโปรแกรมทัวร์ ปัญหาทางด้าน Price ได้แก่ ราคาของแพคเกจทัวร์ ปัญหาทางด้าน Process ได้แก่ ค่าตรวจคนเข้าเมือง ปัญหาทางด้าน Productivity and Quality ได้แก่ การให้บริการ ปัญหาทางด้าน People ได้แก่ พนักงานบริษัททัวร์ที่ให้บริการ

ผลจากการสำรวจความคิดเห็นจำนวน 200 คนในส่วนของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 8,000 บาท มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีแต่ละครั้งอยู่ที่ 30,001 – 45,000 บาท

ในส่วนข้อมูลการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีมาแล้วจำนวน 1 ครั้ง ครึ่งล่าสุดที่เดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีนั้นเดินทางไปกับครอบครัว โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวมักจะออกเดินทางไปต่างประเทศปีละครั้ง (รวมถึงประเทศอื่นๆ ด้วย) และมักจะออกเดินทางเนื่องในโอกาสตามเทศกาลต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความชอบแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีและเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพื่อเลือกซื้อสินค้า โดยมีปัจจัยทางด้านค่าใช้จ่าย สินค้าและแหล่งท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลี และหากนักท่องเที่ยวยังมีโอกาสท่องเที่ยวในทุกฤดูของประเทศเกาหลี นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวในฤดูใบไม้ผลิ ประมาณเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมมากที่สุด ก่อนออกเดินทางนักท่องเที่ยวจะไม่มีเตรียมพร้อมในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศเกาหลีและในอนาคตนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาประเทศเกาหลีอีกอย่างแน่นอน

ในส่วนของการวัดคุณภาพของการให้บริการการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์นั้นเป็นการให้นักท่องเที่ยวลงคะแนน ด้านสิ่งที่มองเห็นในการบริการ (Tangible) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าคุณภาพเหมาะสมของพนักงานที่ให้บริการมีความสำคัญอย่างมาก เครื่องมือทันสมัยเป็นเลิศมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าการตรงเวลาเป็นเลิศและความยินดีที่จะช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้ามีความสำคัญอย่างมาก การเตรียมบริการที่เป็นเลิศและการไม่มีความผิดพลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการเตรียมพร้อมที่จะให้บริการและเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า ไม่มีการปฏิเสธต่อคำขอของลูกค้ามีความสำคัญอย่างมาก และพนักงานสามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้องมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการรับประกัน (Assurance) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าการที่ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อได้รับบริการ พนักงานมีมารยาทที่ดีและพนักงานมีความรู้ในการตอบคำถามของลูกค้า นั้นมีความสำคัญ ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าคุณภาพพนักงานให้ความสนใจและใส่ใจต่อลูกค้าแต่ละราย มีการจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกคน และเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละรายนั้นมีความสำคัญ

ในส่วนของบริษัททัวร์ที่ให้บริการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อและใช้บริการทัวร์ครั้งล่าสุดนี้กับบริษัท SUNMOON TOUR แพคเกจทัวร์ที่เดินทางมีระยะเวลาการเดินทาง 5 วัน 3 คืน สาเหตุที่นักท่องเที่ยวเลือกการเดินทางท่องเที่ยวผ่านตัวแทนบริษัททัวร์ คือ ความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าโปรแกรมทัวร์ที่บริษัททัวร์จัดให้ นั้นมีความเหมาะสมเพียงพอต่อระยะเวลาของการเดินทางและอาหารที่บริษัททัวร์จัดให้ไม่มีความหลากหลาย ราคาของแพคเกจทัวร์มีความเหมาะสมการเดินทางท่องเที่ยวผ่านตัวแทนบริษัททัวร์มีความคุ้มค่ากับราคา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อแพคเกจทัวร์ที่

เดินทางนี้กับพนักงานบริษัททัวร์โดยตรง โดยรู้จักหรือพบเห็นสื่อโฆษณาบริษัททัวร์ที่ให้บริการท่องเที่ยวเกาหลีผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ในอนาคตหากมีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยว ณ ประเทศเกาหลีอีก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาใช้บริการกับบริษัททัวร์แห่งเดิมที่เคยใช้บริการอีก และมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานที่ให้บริการ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาตัดสินใจใช้บริการกับบริษัททัวร์ คือ ราคาและรายละเอียด โปรแกรมทัวร์ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการในขั้นตอนการจองตั๋วและซื้อทัวร์ มีความพึงพอใจต่อสถานที่พักที่บริษัททัวร์นี้จัดไว้บริการ มีความพึงพอใจต่อรถทัวร์ที่บริษัททัวร์จัดไว้บริการ มีความพึงพอใจต่อสายการบินที่ให้บริการของบริษัททัวร์ มีความพึงพอใจต่ออาหารที่บริษัททัวร์จัดไว้บริการและมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของไกด์ท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของบริษัททัวร์ คือ การดูแลและการบริการไม่ทั่วถึง ให้เวลาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งน้อยเกินไป และมี ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก่ตัวแทนบริษัททัวร์ คือ โปรแกรมทัวร์ซ้ำซากจำเจ ควรคิดโปรแกรมใหม่ๆบ้างและราคาทัวร์ช่วงเทศกาลมีราคาแพงกว่าปกติมากเกินไปควรปรับราคาลง

คำสำคัญ : แพคเกจทัวร์ / โปรแกรมทัวร์ / องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี

Special Research Study Title	A Study of the Problems and Barrier Marketing Mix Associated with the Korea Tourism of Thai Tourists to Travel to Korea
Special Research Study Credits	6
Candidate	Miss Yukontorn Phruekpaiboon
Special Research Study Advisor	Dr.Toryos Pandejpong
Program	Master of Business Administration
Field of Study	Entrepreneurship Management
Faculty	Graduate School of Management and Innovation
B.E.	2552

Abstract

A Study of problems, barrier and associated marketing mixes which influence Korea tourism of Thai tourists who travel to Korea, has the objective to study of problems, barrier and associated marketing mixes which influence decision behavior of the tourists, then find out the solution to improve service efficiency to serve next customer group further. The study would be conducted by gathering of information by interview method, and opinion survey by questionnaire method. The representative sample is 270 Thai tourists who made a decision to travel to Korea.

The consequence from 7 deep interviews revealed that there are 5 factors of associated marketing mixes which are connected with problems. They are 1) product problem such as language, food and tour schedule 2) price related problem like tour package price 3) process problem, for example, immigration process 4) productivity and quality such as service quality, and last 5) personnel problem such as tour agent employees who provide the services.

From 200 opinion surveys in part of general information found that most of tourists are female, age between 26 -35 yeas old, hold bachelor degree and career as corporate employee. Their average revenue is lower than 8,000 baht per month while their average expenses in Korea travel each time around 30,001 -45,000 baht .

In addition, travel information was shown that most tourists have ever been traveled to Korea 1 time before. In which latest time of travel to Korea, they went with their family. As average, the tourists

would go abroad 1 time each year (includes other countries), which often be in holiday occasion. The tourists like tourism location of Korea and come to Korea to do some shopping, which expenses, goods and tourism attractions factors encourage the tourists to come to travel at Korea. By the way, if the tourists could have the chance to travel in every seasons of Korea, they would most choose Spring season- March to May. Before departure, they would not prepare for searching of Korea information. However, from the survey, they would come back to Korea to travel again certainly.

Later, service quality measurement of tour agent, is to let the tourists give the point in several parts of services. For service tangible view, most of tourists agreed that service officer behave well is the most key, while having modern tools is in middle important level. Next, they conclude in reliability part that punctuality and willing to solve the problem is very important qualification, when great service preparation and no mistake is in the middle level. In the same time, for responsiveness part, most travelers see that the speed of response to customer, preparation to service and willing to help the customer, not refuse to customer request is the most important factor. Then the officer should can give the correct information is in middle important level. Moreover, assurance part, most tourists judged that feeling of safety when receive the service, good manner of officer and the officer has the knowledge to answer to customer question, these things are important. Last, empathy part, most tourists conclude that service officer pay attention and care of each customer, adequate time allocation to every customer also understand their requirement is the most important point.

Last part, travel agency or service providers, most tourists bought and used the service for the latest time from SUNMOON TOUR, The travel package includes 5 days 3 nights period. The reason that the tourists chose travel with travel agency was comfort. They think that travel program which was provided by the travel agency was suitable in the meaning of travel time, but their meals had not enough variety. The price of travel package was appropriate, worth for the price proposed. Most tourists bought travel package directly from travel agency, which they had known the name from internet advertising. In the future, if they have another chance to revisit Korea, they think that they would come back to use the same travel agency because of their satisfaction to tour officers service. Their criteria for making a decision to use a service from any travel agency would be pricing and travel program detail. Moreover, the tourists were satisfied with SUNMOON TOUR service in the process of ticket booking and buying. They were also satisfied with accommodation, bus, airline, meals and local guide which this travel agency had provided for them. However, on the contrary,

the tourists comment that service officer could not took care and provided the service over all tour group, also gave less time in each tourist attraction. Lastly, the tourists propose additional recommendation to the travel agency that they offer too much repeatedly program, should have new travel program to propose, and should lower the price for holiday occasions due to too high price compared with normal period.

Keywords : tour package / The travel package / Associated with the Korea Tourism /