

บทคัดย่อ

ชื่อรายงานการวิจัย : ความพึงพอใจ ด้านปัจจัยการตลาด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน
ตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง
ชื่อผู้วิจัย : นายกวิน วงศ์ลีดี นายสกุล จริญญาแจ่มสิทธิ์ และนางโอบอ พงษ์พาณิชย์ สุรารักษ์
ปีที่ทำการวิจัย : 2554

.....

การวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจ ด้านปัจจัยการตลาด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน
ตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ ศึกษา ความพึงพอใจด้านปัจจัย
การตลาดที่สำคัญี่ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ที่สนใจกลับมาเที่ยว
ประเทศไทยอีกครั้ง โดยกำหนดให้ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวแปรต้นหรือ
ตัวแปรอิสระ ส่วนพฤติกรรมการบริโภค และความพึงพอใจในด้านการตลาดที่ด้านคือ ปัจจัยด้านสินค้าของ
การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านราคาสินค้าของการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสถานที่ของการท่องเที่ยว ปัจจัยด้าน
ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรตาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สุ่มตัวอย่างจากประชากร นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เป็น ผู้ใช้บริการที่
ทำอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม
ภาษาอังกฤษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลของการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยว ชาวอเมริกัน ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งมีอายุในช่วงระหว่าง 26 – 60 ปี และมี
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวอเมริกันน้อยมาก เพียงร้อยละ 6 ส่วนใหญ่ใช้เงินในการท่องเที่ยวในประเทศไทย
น้อยกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐ ต่อหนึ่งครั้งของการท่องเที่ยว และนิยมใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1-3
สัปดาห์ ส่วนใหญ่มักนิยมจะเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวประเทศไทย
แล้ว ร้อยละ 96 ต้องการกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก และร้อยละ 97 ต้องการบอกให้เพื่อนและญาติมิตรมา
เที่ยวประเทศไทย ในภาพรวมความพึงพอใจด้านการตลาดทั้งสี่ด้านคือ ด้านสินค้า ด้านราคาของสินค้า
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และ ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ทั้งหมดอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ภาพพจน์ของ
ประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน สามอันดับแรก คืออาหารไทย วัฒนธรรมไทย และ
ชายหาดไทย และสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุดคือคำแนะนำจากเพื่อนและ
ญาติมิตร

ข้อเสนอแนะ

1. จุดขายในการประชาสัมพันธ์การตลาดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันควรเน้นเรื่อง อาหารไทย วัฒนธรรมไทย และชายหาดไทย ซึ่งนักท่องเที่ยว ชาวอเมริกันส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสูงเนื่องจากพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันได้รับข่าวสารจาก (Word of Mouth) และวิธีนี้ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การตลาดควรใช้วิธีเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันให้เพื่อนอเมริกันมาท่องเที่ยวประเทศไทย

2. ควรมีอบรมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านภาษาอังกฤษให้สามารถสื่อสารเชิงลึกกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ เช่น มีข้อมูลภาษาอังกฤษเกี่ยวกับสินค้า ส่วนประสมของตัวสินค้า หรือราคา นอกจากนี้ควรมีแผนผังของสถานที่ท่องเที่ยวและปฏิทินการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษที่ชัดเจนและ เข้าใจง่ายนอกจากนี้ควรมีบริการ Call Center ที่บริการช่วยเหลือและให้ข้อมูลแก่ชาวต่างชาติเป็น ภาษาอังกฤษ

3. เรื่องอาหารไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันพึงพอใจในรสชาติและความหลากหลาย แต่ควรมีมาตรฐานความสะอาดสำหรับอาหารที่จำหน่าย รวมถึงผู้ประกอบการและพนักงานบริการ เช่น ควร สวมถุงมือและหมวกในการปรุงอาหาร การจัดพื้นที่สำหรับชะล้างที่มิดชิดและถูกสุขลักษณะ การอบรมการ บริการที่มีมาตรฐาน การให้รางวัลสำหรับร้านค้าหรือผู้ประกอบการที่ได้มาตรฐานและมีการประชาสัมพันธ์ เป็นภาษาอังกฤษให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Abstract

Research Title : Satisfactions of Marketing Factors that Make American Tourists
Choose to Revisit Thailand

Author : Mr. Kevin Wongleedee, Mr. Sakul Jariyachamsit, and
Mrs. Opal Pongpanitch Surarak

Year : 2011

.....

The main objective of this research is to study satisfactions of marketing factors that make American tourists choose to revisit Thailand. While dependent variables are gender, age, education, and occupation, independent variables are satisfactions in four important areas of marketing mix which are product, price, place, and promotion.

The samples used in this research are 400 inbound and outbound American passengers who are at the Suvannabhumi Airport. English language Questionnaires are used for collecting the data. Descriptive statistics used in this research include percentage, mean, and standard deviation.

Findings of this research

The findings of this research reveal that the majority of American tourists are in the age of 26 - 60 years old and have only a few senior tourists only 6 percent. The majority American tourists spend their money less than \$5,000 per trip. Most American tourists spend about 1 – 3 weeks in Thailand and prefer to travel as a small group. The findings also show that 96 % of American tourists said they want to come back to Thailand again. In addition, 97 % of American tourists who have visited Thailand said they definitely want to tell friends and family to visit Thailand. The overall level of satisfaction about market factors in the four areas: product, price, place, and promotion are “satisfied”. The image of Thailand in the eyes of American tourists includes Thai food, Thai culture, and Thai beach. One of the most influence factors that make American tourists to visit Thailand is the recommendation from friends and family. In other word, word of mouth is a very powerful recommendation to travel in Thailand.

Recommendation

1. The sales promotion to American tourists should focus on Thai food, Thai culture, and Thai beaches. This is because most American tourists have a "satisfied" in these areas. Since many of them come to Thailand because the recommendation from friend and family, the word of mouth from close person have high influence for them to make any traveling decision. The advertising campaign should be about a testimony from the Americans who are satisfied with traveling in Thailand.
2. There should be training about English communication that allows Thai business and their employees to be able to communicate to customers with advance English more than broken English. Moreover, there should be information in English regarding the label and ingredient of goods and service. Call center in English would be a convenient assistance to foreign tourists.
3. Even though American tourists have a satisfaction in Thai food, the standard of cleanliness and hygiene need to be improved. For Example, employees in the food service must wear hairnet and glove. There should be an award for any restaurant that meets the high standard of hygiene. Information should be available in English.