



การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 3

31 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2557

ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส เชียงใหม่

วารสารบริหารธุรกิจแม่โจ้
Maejo Business Administration Review
ISSN 2286-7945
ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 เดือนตุลาคม 2556

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รองอธิการบดีฝ่ายทรัพย์สินและการคลัง
รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์
รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตถพงศ์ อวิโรธนานนท์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพันธ์ เขจรนันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุขเพชร
อาจารย์ ดร.กาญจนา สุระ
อาจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถลิง
อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร
อาจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
อาจารย์ ดร.มานะวัน สงเคราะห์
อาจารย์ ดร.ภัทริกา มณีพันธ์
นางสาวกฤตาณัฐ ศรีประภา

มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290
โทรศัพท์ 0 5387 3280 ต่อ 888 โทรสาร 0 5349 8151
<http://www.bareview.org> Email: admin@bareview.org

พิมพ์ที่โรงพิมพ์

Good Work Media

ที่อยู่ 63/1 หมู่ 2 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

โทรศัพท์ 0 5311 1027

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ

อาจารย์ ดร.ธีรลักษณ์ สัจจะวาที

อาจารย์ ดร.เทียน เลรามัญ

อาจารย์ ดร.กาญจนา สุระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ อวิโรธนานนท์

อาจารย์ ดร.กัญญพัทธ์ กล่อมธงเจริญ

อาจารย์ ดร.มานวิน สงเคราะห์

อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร

อาจารย์ ดร.อายุส หยุ่เย็น

มหาวิทยาลัยพายัพ

มหาวิทยาลัยพายัพ

มหาวิทยาลัยพายัพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทความในวารสารทุกบทความได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
ข้อความและบทความในวารสารเป็นข้อคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่เป็นความคิดเห็นของกอง
บรรณาธิการ และมีข้อความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจแม่โจ้
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์คัดลอกแต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
Factors affecting travel decisions of tourists to Korea: Case Studies Faculty of
Management Sciences University

ธัชกร จู¹ สุภาพร เสาร์ชัย² และ นภนันทน์ หอมสุต³

^{1,2}นักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อศึกษาลักษณะของประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ ชั้นปี สาขาวิชา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว เกรดเฉลี่ยสะสม 2.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว 3.เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 370 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ระดับความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของ ดารานักแสดงเกาหลีใต้ เป็นที่รู้จักในหลายๆประเทศ ด้านราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ตั้งของประเทศเกาหลีใต้สะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อที่น่าสนใจ ด้านพนักงานและบุคคลคนเกาหลีให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ด้านกระบวนการ มีการจัดระบบอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก อากาศค่อนข้างดี

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, การท่องเที่ยว, เกาหลีใต้

Abstract

The objectives of this research were 1) to study demographic factor consisted of gender, year, department, average revenue of family, and GPAX 2) to study decision behavior to visit South Korea of tourist and 3) to study factor affecting to decision to visit South Korea of tourist. The sample was 370 undergraduate students in Faculty of Management Science, Silpakorn University which were selected by

convenience sampling. It was found that the sample emphasized on Product in Korean singer realized in various countries; on Price in suitable price; on Place in convince to travel to South Korea; on Promotion in interesting advertising via media; on Personnel in Korean help tourist with friendship; on Process in to have suitable facilitation for tourist, and on Physical Evidence in fair weather

Keywords: Service Marketing Mix, Tourism, South Korea

บทนำ

ประเทศที่กำลังมาแรงสำหรับการท่องเที่ยวในตอนนี้ คงหนีไม่พ้นประเทศเกาหลี ด้วยกระแส K-pop ตามรอยซีรีส์เกาหลี ทั้งยังเป็นแหล่งช้อปปิ้งสินค้าคุณภาพดี ราคาถูก ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง เสื้อผ้า รองเท้า รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกมากมาย และอาหารอร่อยๆ ที่อุดมไปด้วยคุณค่าทางอาหารสูง สดใหม่ ทำให้เกาหลีเป็นที่นิยมสำหรับคนไทยจำนวนมาก ในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปยังเกาหลีได้ 11,140,028 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 จากปี 2554 โดยมีการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 14,176.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเกาหลีได้มากที่สุด 5 อันดับมาจากญี่ปุ่น จีน สหรัฐฯ ไต้หวัน และประเทศไทย (<http://www.thaiembassy.org/seoul/th/business>)

สำหรับการท่องเที่ยวระหว่างไทย - เกาหลีใต้ ในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปยังเกาหลีได้ 395,984 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 จากปี 2554 มากเป็นอันดับที่ 5 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเกาหลีได้ทั้งหมด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวไทยมีจำนวนสูงสุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางไปยังเกาหลีได้ทั้งหมด (<http://www.thaiembassy.org/seoul/th/business>)

การท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีเจริญเติบโตได้ขนาดนี้เป็นเพราะ การเป็นที่นิยมของวัฒนธรรมเกาหลีโดยเฉพาะในตลาดเอเชียและตลาดโลก การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งภายในประเทศ การขยายตลาดและการเจริญเติบโตของสายการบิน Low Cost สุดท้ายคือความล้ำหน้าทาง เทคโนโลยี ซึ่งรัฐบาลเกาหลีได้กำลังจริงจังกับการเลื่อนชั้นการเดินทางให้ก้าวล้ำขึ้นไปอีกด้วยสนามบินที่ทันสมัย ถนน และสายรถไฟ ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้จะมีผลกับการเดินทางเข้าออกประเทศเกาหลีและเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการไปเยือนประเทศเกาหลี ประเทศเกาหลีจึงเป็นประเทศหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นจำนวนมาก (พิมพ์งานโลก 360 องศา, 2556)

ปัจจุบันความแรงของกระแสนิยมเกาหลีในรูปแบบต่าง ๆ ยังคงมีมากขึ้นในประเทศไทย โดยผ่านทางศิลปินดารา นักร้อง นักแสดง หรือแม้แต่ซีรีส์เกาหลี จึงทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีกลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่ทำให้สินค้าแบรนด์ต่างๆ จากประเทศเกาหลี หรือสินค้าที่อิงกระแสเกาหลีได้รับความนิยมไปด้วย (คม ชัด ลึก, 2556) โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นไทยทั้งชาย และหญิง ซึ่งสินค้าต่างๆ เหล่านี้อาศัยอานิสงส์จากความนิยมขึ้นชอบในตัวศิลปิน จนกระตุ้นให้เกิดการลอกเลียนแบบ และเกิดความต้องการที่อยากจะซื้อสินค้ามาใช้ ส่งผลให้สินค้าต่างๆ เหล่านี้ได้รับความนิยม จนทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น โดยที่อาจจะไม่ต้องเกิดการลงทุนทางด้านการตลาดมากนัก

เนื่องจากการทำธุรกิจนำเข้าในปัจจุบันมีคู่แข่งมากขึ้น ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปและสามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) ได้ระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย Product-ผลิตภัณฑ์ Price-ราคา Place-ช่องทางการจัดจำหน่าย และ Promotion-การส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังระบุต่อไปว่า สำหรับธุรกิจบริการนั้น จะต้องเพิ่มอีก 3 P's ประกอบด้วย Process-กระบวนการ People-บุคลากร และ Physical Evidence-สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นคณะที่จัดการเรียนการสอนแบบโครงการพิเศษ ทำให้มีการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาที่ค่อนข้างสูง ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่ที่มาศึกษามีฐานะทางบ้านอยู่ในเกณฑ์ที่ดี อีกทั้งนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีกระแสนิยมในเกาหลีได้มากอยู่แล้ว นั้น ทำให้เชื่อได้ว่า นักศึกษากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะเดินทางไปประเทศเกาหลีได้ได้ในอนาคตอันใกล้

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีได้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว นำไปเป็นตัวอย่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตลอดจนเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ ชั้นปี สาขาวิชา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว เกรดเฉลี่ยสะสม

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เน้นการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานและบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหลักสูตร/สาขาวิชา ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 370 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List) ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สำหรับสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ จำนวน 13 ข้อ ตามแบบของลิเคอร์ท มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สำหรับสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 35 ข้อ ตามแบบของลิเคอร์ท มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (ธัชพนธ์ โชคสุชาติ 2551)

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ

4.2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยแปลผลตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2555) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า สำคัญระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า สำคัญระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า สำคัญระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า สำคัญระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า สำคัญระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคือ นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (จำนวน 299 คน ร้อยละ 80.81) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 (จำนวน 190 คน ร้อยละ 51.35) ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการตลาด (จำนวน 71 คน ร้อยละ 19.19) และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อปีอยู่ที่ 150,001-250,000 บาท (จำนวน 159 คน ร้อยละ 42.97) และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.01 – 3.50 (จำนวน 172 คน ร้อยละ 46.49)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

	ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	299	80.81
	ชาย	71	19.19
ชั้นปีการศึกษา	ชั้นปีการศึกษาที่ 1	105	28.38
	ชั้นปีการศึกษาที่ 2	40	10.81
	ชั้นปีการศึกษาที่ 3	190	51.35
	ชั้นปีการศึกษาที่ 4	35	9.46
สาขาที่ศึกษา	สาขาวิชาการตลาด	71	19.19
	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ	66	17.84
	สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว	58	15.68
	สาขาวิชาธุรกิจโรงแรมและที่พัก	56	15.14
	สาขารัฐประศาสนศาสตร์	50	13.51
	สาขาวิชาการจัดการชุมชน	39	10.54
	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป	30	8.11
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อปี	ต่ำกว่า 50,000 บาท	15	4.05
	50,001-150,000 บาท	112	30.27

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
150,001-250,000 บาท	159	42.97
250,001-500,000 บาท	72	19.46
500,001-1,000,000 บาท	12	3.24
มากกว่า 1,000,000 บาท	15	4.05
เกรดเฉลี่ยสะสม		
1.00-1.50	8	2.16
1.51-2.00	5	1.35
2.01-2.50	4	1.08
2.51-3.00	133	35.95
3.01-3.50	172	46.49
3.51-4.00	48	12.97

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้

การวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรส่วนใหญ่ ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (จำนวน 304 คน ร้อยละ 82.16) มีแผนการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (จำนวน 193 คน ร้อยละ 52.16) ตนเองเป็นผู้ริเริ่มความคิดในการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (จำนวน 156 คน ร้อยละ 42.16) ส่วนครอบครัวเป็นฝ่ายตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (จำนวน 144 คน ร้อยละ 38.92) การมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ (จำนวน 200 คน ร้อยละ 54.05)

เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้คือให้รางวัลกับชีวิต (จำนวน 105 คน ร้อยละ 28.38) เหตุผลรองในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้คือพักผ่อน หย่อนใจ (จำนวน 123 คน ร้อยละ 33.24)

ส่วนใหญ่เดินทางช่วงวันหยุดเทศกาล (จำนวน 300 คน ร้อยละ 81.08) มีการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว (จำนวน 244 คน ร้อยละ 65.95) เดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้กับครอบครัว (จำนวน 193 คน ร้อยละ 52.16) มีแนวโน้มเดินทางไปเกาหลีใต้ภายใน 1 ปี (จำนวน 341 คน ร้อยละ 92.16) ใช้เวลา 1 สัปดาห์ในการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (จำนวน 290 คน ร้อยละ 78.38) และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้มากกว่า 7,000 บาท (จำนวน 114 คน ร้อยละ 30.81)

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้

พฤติกรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้	ไม่เคย	304	82.16
	เคย	66	17.84
ท่านมีแผนการณืไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้	มี	193	52.16
	ไม่มี	177	47.84
ผู้ริเริ่มความคิดในการเดินทางท่องเที่ยว	ตัดสินใจด้วยตนเอง	156	42.16
	ครอบครัว	104	28.11
	อื่นๆ (คนรัก)	66	17.84
	เพื่อน	44	11.89
ใครตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	ครอบครัว	144	38.92
	ตัดสินใจด้วยตนเอง	126	34.05
	อื่นๆ (คนรัก)	57	15.41
	เพื่อน	43	11.62
ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ	ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้น	200	54.05
	การโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	84	22.70
	ของสื่อของเกาหลีใต้		
	ท่านมีวันหยุดพักผ่อนมากขึ้น	63	17.03
	ความเจริญในการคมนาคมมีมากขึ้น	23	6.22
เหตุผลหลักในการเดินทางไปเกาหลีใต้	ให้รางวัลกับชีวิต	105	28.38
	ได้มีประสบการณ์ที่แปลกใหม่	87	23.51
	พักผ่อน หย่อนใจ	85	22.97
	เป็นค่านิยมในการเดินทาง	31	8.38
	อื่นๆ (เยี่ยมญาติ)	22	5.95
	ธุรกิจ	20	5.41
	ได้มีโอกาสในการหาเพื่อนใหม่	10	2.70
	ข้อบป้ัง	7	1.89
	แสวงหาความรู้	3	0.81
เหตุผลรองที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ	พักผ่อน หย่อนใจ	123	33.24
	ได้มีประสบการณ์ที่แปลกใหม่	102	27.57
	ให้รางวัลกับชีวิต	70	18.92
	อื่นๆ (เยี่ยมญาติ)	32	8.65
	ข้อบป้ัง	31	8.38
	แสวงหาความรู้	8	2.16

พฤติกรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้มีโอกาสในการหาเพื่อนใหม่	4	1.08
ช่วงเวลา	วันหยุดเทศกาล	300
	วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์	35
	วันหยุดพักร้อน / ปิดเทอม	26
	อื่นๆ (วันธรรมดา)	9
รูปแบบการเดินทาง	ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว	244
	เดินทางด้วยตนเองไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	119
	อื่นๆ (ได้รับรางวัลเดินทางฟรี)	7
ลักษณะการเดินทาง	ไปกับครอบครัว	193
	ไปกับเพื่อน	130
	เดินทางคนเดียว	31
	อื่นๆ (คนรัก)	16
ใน 1 ปีมีแนวโน้มเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้	1 ครั้ง	341
	2 ครั้ง	29
เวลาในการท่องเที่ยวเกาหลีใต้	1 สัปดาห์	290
	2 สัปดาห์	66
	มากกว่า 3 สัปดาห์	14
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้	น้อยกว่า 3,000 บาท	53
	3,000 – 5,000 บาท	112
	5,000 – 7,000 บาท	91
	มากกว่า 7,000 บาท	114

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้นักท่องเที่ยว
กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มี 8 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.มีดารา นักร้องเกาหลีใต้เป็นที่รู้จักในหลายๆประเทศ ($\bar{X}$ =4.21, SD =0.85) 2. ซีรีส์เกาหลีใต้น่าติดตาม($\bar{X}$ =4.14, SD =1.05) 3. มีแหล่ง shopping ให้เลือกหลากหลาย($\bar{X}$ =4.07, SD =0.83) 4. เชี่ยวชาญด้านการทำศัลยกรรม($\bar{X}$ =3.99, SD =1.20) 5. มีอาหารที่มีเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ =3.90, SD =1.07) 6. มีวัฒนธรรมการแต่งกายที่ดึงดูด($\bar{X}$ =3.87, SD =0.95) 7. มีเกมโชว์ที่แปลกไม่เหมือนใคร เอนเตอร์เทนดี($\bar{X}$ =3.75, SD =0.90) 8. สนามบินอินชอลมีมาตรฐาน($\bar{X}$ =3.74, SD =0.85)

ปัจจัยด้านราคามี 6 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม ($\bar{X}$ =4.20, SD =0.81) 2.ค่าใช้จ่าย ค่าที่พักมีความเหมาะสม($\bar{X}$ =4.03, SD =0.76) 3.สินค้าและบริการมีให้เลือกหลากหลายราคา($\bar{X}$ =3.92, SD =0.88) 4.สินค้าและบริการในประเทศเกาหลีได้มีป้ายราคาติดชัดเจน($\bar{X}$ =3.86, SD =0.81) 5.ค่าเงินค่อนข้างคงตัว($\bar{X}$ =3.79, SD =0.96) 6.ราคาสินค้าในประเทศเกาหลีได้ค่อนข้างคงที่($\bar{X}$ =3.77, SD =0.87)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมี 4 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.ที่ตั้งของประเทศเกาหลีได้สะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X}$ =4.22, SD =0.75) 2.เดินทางไม่ไกลจากประเทศไทย ($\bar{X}$ =4.08, SD =0.75) 3.สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในจำนวนมาก ($\bar{X}$ =4, SD =0.81) 4.มีอุปกรณ์สาธารณูปโภคทั่วถึง ($\bar{X}$ =3.96, SD =0.77)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมี 5 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.มีการโฆษณาผ่านสื่อที่น่าสนใจ ($\bar{X}$ =4.20, SD =0.95) 2.มีการประชาสัมพันธ์ประเทศเกาหลีได้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ =4, SD =0.84) 3.ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาหลีได้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ =3.88, SD =0.78) 4. มีการจัดทำเอกสารให้ความรู้ และคำแนะนำเกี่ยวกับการ เดินทางท่องเที่ยวในเกาหลีได้($\bar{X}$ =3.76, SD =0.87) 5. คนท้องถิ่นให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X}$ =3.63, SD =0.90)

ปัจจัยด้านพนักงานและบุคคลมี 5 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.คนเกาหลีให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X}$ =3.82, SD =1.08) 2.เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้ ($\bar{X}$ =3.76, SD =0.91) 3.เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =3.64, SD =0.82) 4.เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความสามารถ ($\bar{X}$ =3.50, SD =0.83) 5.คนเกาหลีได้พูดได้หลายภาษา ($\bar{X}$ =2.88, SD =1.19)

ปัจจัยด้านกระบวนการมี 4 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.มีการจัดระบบอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ($\bar{X}$ =4.33, SD =0.83) 2.มีกระบวนการให้การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ($\bar{X}$ =4.05, SD =0.86) 3.มีระบบความปลอดภัยที่เหมาะสม ($\bar{X}$ =3.94, SD =0.71) 4.ขั้นตอนการดำเนินการต่างๆค่อนข้างรวดเร็ว ($\bar{X}$ =3.86, SD =0.91)

ปัจจัยด้านกายภาพภายนอกมี 5 ลำดับ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1.อากาศค่อนข้างดี ($\bar{X}$ =4.35, SD =0.88) 2.บ้านเมืองสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X}$ =4.21, SD =0.74) 3.มีมูโรแมนตึกเยอะมาก ($\bar{X}$ =4.21, SD =0.95) 4.คนคนเกาหลีได้มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ($\bar{X}$ =4.11, SD =0.98) 5.มีทัศนียภาพที่สวยงาม ($\bar{X}$ =4.10, SD =0.88)

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามส่วน
ประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. ดารา นักร้องเกาหลีใต้	163	135	63	5	4	4.21	0.85	มาก
เป็นที่รู้จักในหลายๆประเทศ	(44.1)	(36.5)	(17)	(1.4)	(1.1)			
2. ซีรีย์เกาหลีใต้ น่าติดตาม	177	107	56	19	11	4.14	1.05	มาก
	(47.8)	(28.9)	(15.1)	(5.1)	(3)			
3. มีแหล่ง shopping ให้เลือก หลากหลาย	116	186	48	18	2	4.07	0.83	มาก
	(31.4)	(50.3)	(13)	(4.9)	(0.5)			
4. เชี่ยวชาญด้านการทำ ศัลยกรรม	169	101	52	25	23	3.99	1.20	มาก
	(45.7)	(27.3)	(14.1)	(6.8)	(6.2)			
5. มีอาหารที่มีเอกลักษณ์	128	128	77	23	14	3.90	1.07	มาก
	(34.6)	(34.6)	(20.8)	(6.2)	(3.8)			
6. มีวัฒนธรรมการแต่งกายที่ ดึงดูด	109	137	92	30	2	3.87	0.95	มาก
	(29.5)	(37)	(24.9)	(8.1)	(0.5)			
7. มีเกมโชว์ที่แปลกไม่เหมือน ใคร เอ็นเตอร์เทนดี	85	138	120	25	2	3.75	0.90	มาก
	(23)	(37.7)	(32.4)	(6.8)	(0.5)			
8. สนามบินอินชอลมี มาตรฐาน	81	151	107	21	10	3.74	0.95	มาก
	(21.9)	(40.8)	(28.9)	(5.7)	(2.7)			
ด้านราคา								
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมี ความเหมาะสม	150	157	52	9	2	4.20	0.81	มาก
	(40.5)	(42.4)	(14.1)	(2.4)	(0.5)			
2. ค่าใช้จ่าย ค่าที่พักมีความ เหมาะสม	103	181	81	3	2	4.03	0.76	มาก
	(27.8)	(48.9)	(21.9)	(0.8)	(0.5)			
3. สินค้าและบริการมีให้เลือก หลากหลายราคา	105	153	88	24	0	3.92	0.88	มาก
	(28.4)	(41.4)	(23.8)	(6.5)	(0)			
4. สินค้าและบริการในเกาหลี ใต้มีป้ายราคาติดชัดเจน	80	178	94	18	0	3.86	0.81	มาก
	(21.6)	(48.1)	(25.4)	(4.9)	(0)			
5. ค่าเงินค่อนข้างคงตัว	89	160	78	39	4	3.79	0.96	มาก
	(24.1)	(43.2)	(21.1)	(10.5)	(1.1)			

6. ราคาสินค้าในประเทศเกาหลีใต้ค่อนข้างคงที่	68 (18.4)	177 (47.8)	104 (28.1)	13 (3.5)	8 (2.2)	3.77	0.87	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
1. ที่ตั้งของประเทศเกาหลีใต้สะดวกต่อการเดินทาง	149 (40.3)	155 (41.9)	63 (17.0)	3 (0.8)	0 (0)	4.22	0.75	มาก
2. เดินทางไม่ไกลจากประเทศไทย	106 (28.6)	203 (54.9)	47 (12.7)	14 (3.8)	0 (0)	4.08	0.75	มาก
3. สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในจำนวนมาก	114 (30.8)	150 (40.5)	98 (26.5)	8 (2.2)	0 (0)	4.00	0.81	มาก
4. มีอุปโภค สาธารณูปโภคทั่วถึง	90 (24.3)	188 (50.8)	80 (21.6)	12 (3.2)	0 (0)	3.96	0.77	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อที่น่าสนใจ เช่น TV ,Internet	180 (48.6)	107 (28.9)	66 (17.8)	10 (2.7)	7 (1.9)	4.20	0.95	มาก
2. มีการประชาสัมพันธ์ประเทศเกาหลีใต้ต่อเนื่อง	111 (30)	166 (44.9)	78 (21.1)	13 (3.5)	2 (0.5)	4.00	0.84	มาก
3. ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาหลีใต้อย่างต่อเนื่อง	72 (19.5)	199 (53.8)	82 (22.2)	15 (4.1)	2 (0.5)	3.88	0.78	มาก
4. มีการจัดทำเอกสารให้แนะนำท่องเที่ยวในเกาหลีใต้	71 (19.2)	173 (46.8)	94 (25.4)	30 (8.1)	2 (0.5)	3.76	0.87	มาก
5. คนท้องถิ่นให้ข้อมูลการท่องเที่ยว	59 (15.9)	156 (42.2)	123 (33.2)	24 (6.5)	8 (2.2)	3.63	0.90	มาก
ด้านพนักงานและบุคคล								
1. คนเกาหลีให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	125 (33.8)	112 (30.3)	83 (22.4)	43 (11.6)	7 (1.9)	3.82	1.08	มาก
2. เจ้าหน้าที่ สามารถให้คำแนะนำแหล่งท่องเที่ยวได้	73 (19.7)	172 (46.5)	93 (25.1)	26 (7.0)	6 (1.6)	3.76	0.91	มาก
3. เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว	49 (13.2)	169 (45.7)	121 (32.7)	31 (8.4)	0 (0)	3.64	0.82	มาก
4. เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความสามารถ	37 (10)	152 (41.1)	142 (38.4)	37 (9.9)	2 (0.5)	3.50	0.83	มาก
5. คนเกาหลีได้พูดได้หลายภาษา	32 (8.6)	94 (25.4)	89 (24.1)	105 (28.4)	50 (13.5)	2.88	1.19	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ								

1. ระบบอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวเหมาะสม	189 (51.1)	132 (35.7)	30 (8.1)	19 (5.1)	0 (0)	4.33	0.83	มาก
2. มีกระบวนการให้การ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่าง เป็นระบบ	110 (29.7)	194 (52.4)	49 (13.2)	8 (2.2)	9 (2.4)	4.05	0.86	มาก
3. มีระบบความปลอดภัยที่ เหมาะสม	66 (17.8)	233 (63)	54 (14.6)	17 (4.6)	0 (0)	3.94	0.71	มาก
4. ขั้นตอนการดำเนินการ ต่างๆค่อนข้างรวดเร็ว	92 (24.9)	166 (44.9)	87 (23.5)	19 (5.1)	6 (1.6)	3.86	0.91	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก								
1. อากาศค่อนข้างดี	209 (56.5)	99 (26.8)	54 (14.6)	8 (2.2)	0 (0)	4.35	0.88	มาก
2. บ้านเมืองสะอาด เป็น ระเบียบ เรียบร้อย	138 (37.3)	178 (48.1)	46 (12.4)	8 (2.2)	0 (0)	4.21	0.74	มาก
3. มีมุมโรมแรมพักผ่อนเยอะมาก	175 (47.3)	126 (34.1)	47 (12.7)	14 (3.8)	8 (2.2)	4.21	0.95	มาก
4. คนเกาหลีได้มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	164 (44.3)	116 (31.4)	64 (17.3)	20 (5.4)	6 (1.6)	4.11	0.98	มาก
5. มีทัศนียภาพที่สวยงาม	134 (36.2)	167 (45.1)	43 (11.6)	24 (6.5)	2 (0.5)	4.10	0.88	มาก

ตารางที่ 4 สรุปผลของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของส่วนประสมทาง
การตลาดแต่ละด้าน

ปัจจัยด้านการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก	4.20	0.89	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07	0.77	มาก
ด้านกระบวนการ	4.05	0.83	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.96	0.96	มาก
ด้านราคา	3.93	0.85	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.89	0.87	มาก
ด้านพนักงานและบุคคล	3.52	0.97	มาก

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว ภาควิชาศึกษานักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผู้วิจัยเป็นผู้จัดทำ และยังไม่มีผู้ใดจัดทำมาก่อนหน้านี้ สามารถอภิปรายได้ดังนี้สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการตลาด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อปีอยู่ที่ 150,001-250,000 บาท และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.01 – 3.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว ภาควิชาศึกษานักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ แต่มีแผนการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลี แล้วตนเองเป็นผู้ริเริ่มความคิดในการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ ในส่วนของครอบครัวจะเป็นฝ่ายตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ การมีรายได้เพิ่มขึ้นก็เป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ แต่เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ คือ ให้อารมณ์กับชีวิต เหตุผลรองในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้คือพักผ่อน หย่อนใจ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรจะเดินทางช่วงวันหยุดเทศกาล และใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้กับครอบครัว และ มีแนวโน้มเดินทางไปเกาหลีใต้ภายใน 1 ปี โดยใช้เวลา 1 สัปดาห์ในการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้มากกว่า 7,000 บาท

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว ภาควิชาศึกษานักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านพนักงานและบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยว ภาควิชาศึกษานักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จากข้อมูลมีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้ศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า อาหารดั้งเดิมของคนเกาหลี มักมีรสชาติจัด อาจไม่ถูกปากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้นควรมีการปรับรสชาติ ให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการ โดยที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีการพก อาหารของประเทศตนเองไปด้วยเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการรับประทานอาหาร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีได้ ยังเน้นที่ฤดูหนาวมากกว่าฤดูอื่นของประเทศเกาหลี ทำให้เกิดช่องว่างของการรณรงค์การท่องเที่ยวของเกาหลีได้ รายได้จากการท่องเที่ยวก็ไม่ต่อเนื่อง ดังนั้นเกาหลีได้ควรจัดเทศกาลต่างๆตลอดปี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น (วัฒนชัย ชูมาก.2550)

ปัจจัยด้านพนักงานและบุคคล คนเกาหลีควรหันมาใส่ใจในเรื่องของภาษา เนื่องจาก เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยว ภาษาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสาร สามารถเปิดโอกาสให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญเติบโตได้อีกมาก แล้วยังสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อีก และคนเกาหลีควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขอบเขตของงานวิจัย ควรมีการขยายพื้นที่ในการศึกษาในวงกว้างขึ้น อาจมีขอบเขตของการศึกษาให้ครอบคลุมส่วนภูมิภาค เพื่อให้ข้อมูลมีประสิทธิภาพและมีความน่าเชื่อถือ
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัญหาที่พบ จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีได้
3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแบบเจาะจง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยดูความต้องการของนักท่องเที่ยว และปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

คม ชัด ลึก. (2556). *กระแสเกาหลีถึงที่ขาลงจริงหรือ?*. ออนไลน์. เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2556.

เข้าถึงได้จาก: <http://www.komchadluek.net>

ธัชพนธ์ โชคสุชาติ. (2551). *การพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย (Likert scale)*. ออนไลน์. เข้าถึง

เมื่อ 9 พฤศจิกายน 2556. เข้าถึงได้จาก: <http://www.bestwitted.com/?p=255>

ทีมงานโลก 360 องศา. (2556). *เมื่อยมองการท่องเที่ยวเกาหลี*. ออนไลน์. เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน

2556.เข้าถึงได้จาก: <http://www.posttoday.com>

- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด*. บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด. กรุงเทพมหานคร.
- วัฒนชัย ชูมาก. (2550). *แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. ออนไลน์. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2556. เข้าถึงได้จาก: http://library.cmu.ac.th/digital_collection/etheses/fulltext.php
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อปพับลิชชิง
- สถานเอกอัครราชทูต. (2555). *การท่องเที่ยวในเกาหลีใต้*. ออนไลน์. เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2556. เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaiembassy.org/seoul/th/business>