



If you know neither the enemy nor yourself, you will succumb in every battle.

If you know yourself, but not the enemy, for every victory gained, you will also suffer a defeat.

If you know the enemy and know yourself, you need not fear the results of hundred battles.


Sun Tzu

???

6Ws & 1H



- I. Who is in the target market ?
- II. What does the market buy ?
- III. Why does the market buy ?
- IV. Whom participates in the buying ?
- V. When does the market buy ?
- VI. Where does the market buy ?
- VII. How does the market ?

A top-down view of a wooden desk. In the center, a large map is spread out. A black camera is positioned in the upper right corner of the map. A hand is holding a black pen, writing in a red notebook at the bottom of the map. The notebook has some handwritten text in Thai. To the left of the map, there is a small potted plant and a white container. The overall scene suggests a travel planning or journaling activity.

❖❖❖

ความหมาย พฤติกรรม นักท่องเที่ยว

อ.ปานฤทัย
เห่งฟุ่ม

พฤติกรรม

Wade and Tavis 1999

- พฤติกรรม คือ การกระทำของคนเราที่สังเกตเห็นได้

Zimbardo and Gerring 1999

- เป็นการกระทำของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้

ชูดา จิตติพิทักษ์ 2541

- คือ การกระทำของบุคคลที่ไม่เฉพาะที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ในจิตใจของบุคคล ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า เจตคติ ความคิดเห็น ค่านิยม เป็นต้น

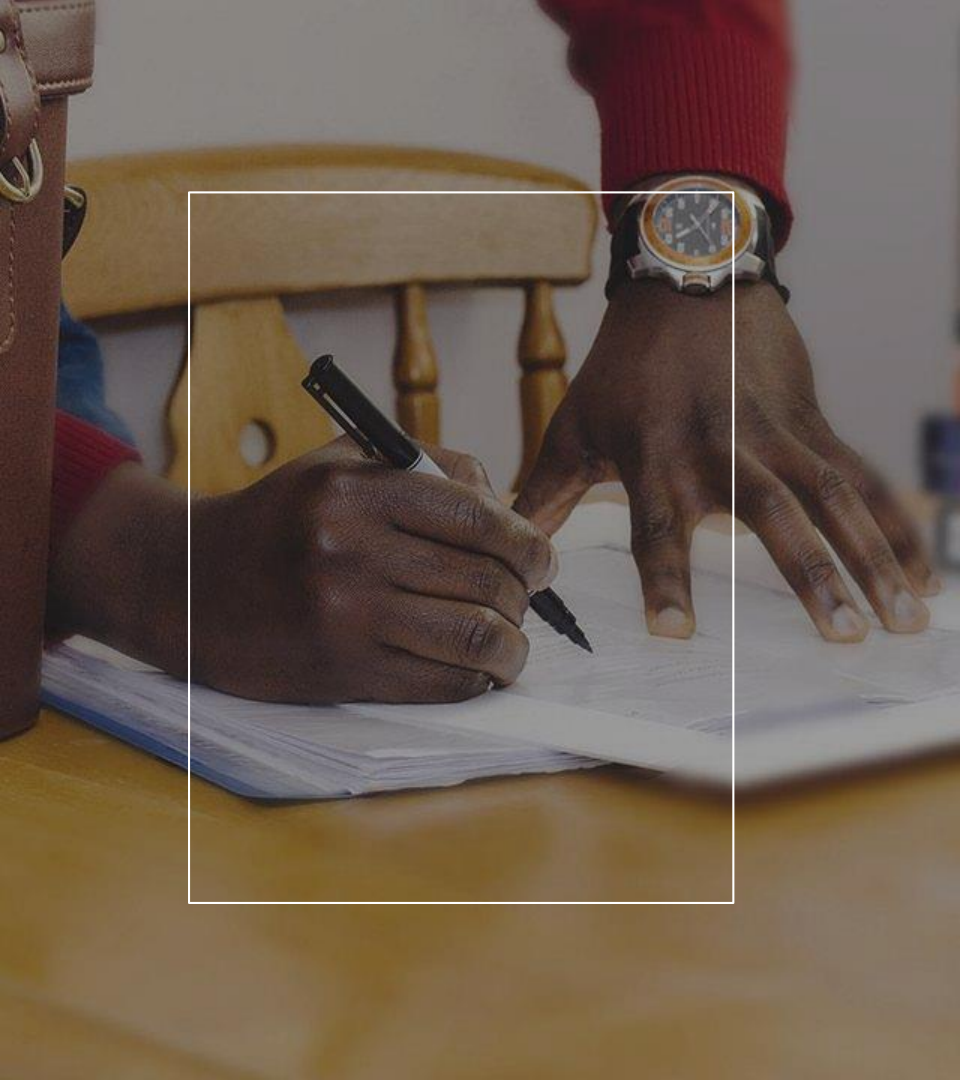
(วชิราภรณ์ , 2558)

1. การดำเนินชีวิตประจำวัน

สำคัญที่สุดในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
มนุษย์ : ผู้บริโภค

2. การพิจารณาตัดสินใจ

ระดับจุลภาค : เกี่ยวกับความเข้าใจพฤติกรรม
ผู้บริโภค ผู้ผลิตนำไปใช้แก้ปัญหา วางแผน ตรง
ความต้องการ
ระดับมหภาค : แก้ปัญหาเศรษฐกิจ สังคม
ระดับประเทศ นโยบาย



- ❑ ในทุกๆ ธุรกิจสินค้าและบริการต้องมีการกำหนดตำแหน่ง ส่วนแบ่งตลาดและกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจของตนเอง เพื่อที่จะสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป

ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ความสำคัญในด้านการออกแบบสินค้าท่องเที่ยว (Product)

- ในการออกแบบสินค้าท่องเที่ยว ต้องเข้าใจว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของเรามีความต้องการอย่างไร// แบบไหนจะตอบสนองได้

2. ความสำคัญในด้านการตั้งราคาสินค้าท่องเที่ยว (Price)

- ความเข้าใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้สามารถตั้งราคาที่ดึงดูดการตัดสินใจซื้อได้
- บางครั้งการตั้งราคาที่ต่ำเกินไป ก็อาจไม่ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวซื้อก็ได้ // คุณภาพ// ลดคุณค่าสินค้าเรา
- หากต้องการแข่งขันด้านราคา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสินค้าราคาถูก

3. ความสำคัญในด้านการหาช่องทางจำหน่ายสินค้าท่องเที่ยว (Place)

- แม้ว่าสินค้าจะถูกออกแบบมาดี แต่เลือกช่องทางในการจำหน่ายไม่เหมาะสมก็ไม่อาจประสบความสำเร็จได้
- การที่ผู้ประกอบการธุรกิจเข้าใจ/รับรู้ว่านักท่องเที่ยวซื้อสินค้าจากช่องทางใด จะทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่าจะใช้ช่องทางใดเป็นการจำหน่าย

4. ความสำคัญในด้านการออกแบบกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าท่องเที่ยว (Promotion)

- กลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ที่ดี เกิดจากความรู้ความเข้าใจในการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
- จะต้องทราบว่ากลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวทั่วไปทราบข้อมูลจากไหน เช่น เพื่อน โฆษณารายการโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต
- จึงจะสามารถออกแบบข้อความที่ใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมได้

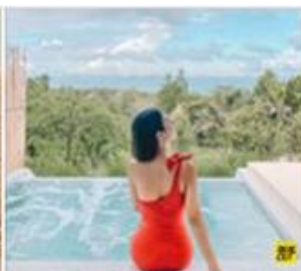
INTERCONTINENTAL
KOH SAMUI RESORT

ระดับ
5
ดาว

นอนสมุยสุดหรู
แค่ 1,260 บาท/คน

ลดกระหน่ำ **#เราเที่ยวด้วยกัน**

SNEAK
OUT



วัตถุประสงค์ของเพจได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสามารถดูได้ว่าผู้
ที่จัดการและโพสต์เนื้อหาบนเพจได้ดำเนินการอะไรไป
บ้าง

📅 วันที่สร้างเพจ - 1 พฤษภาคม 2017

สมาชิกในทีม



Jukkaphan Boss Wongkanit

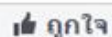
เพจที่ถูกใจโดยเพจนี้



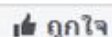
The Journey



รีวิวที่พัก



โปรเที่ยว - เที่ยวช...





อาสา พาไปหลง

3 วัน · 🌐

อาสาพา "ญาญา" ไปหลงบางกะเจ้า!!!

ถ้าอยากหาโอโซนเต็มร่างไม่ต้องไปไกล แนะนำบางกะเจ้าที่เปรียบเหมือนปอดของกรุงเทพฯ ชมชมริมน้ำสุดชิลที่ปั่นจักรยานได้ทั้งวัน มีมุมถ่ายรูปเก๋ๆ และร้านอาหารให้แวะชิมเที่ยว!

แถมยังมีคาเฟ่สุดชิป อย่าง Bangkok Tree House ซ่อนตัวอยู่ท่ามกลางป่าที่ใครไปก็ห้ามพลาด!!

แล้ววันนี้เป็นโอกาสพิเศษมากๆ ที่ได้มาบางกะเจ้ากับญาญา ปั่นจักรยานและทำกิจกรรมกลางแจ้งแดดทั้งวันกับญาญาแบบนี้ ถึงอากาศอาจจะร้อน แดดจะแรง ไม่ต้องกลัวและไม่ต้องทาครีมแดดให้ตัวเหนียวเหนอะหนะ เพราะผมใส่เสื้อกันยูวีของ Uniqlo กันแดดได้ทั้งที่ใส่สวมใส่ ใส่ปี๊บกันบีบ ภายใตริเดียว! ที่สำคัญคือมีหลายแบบให้เลือกใส่ให้เหมาะกับแต่ละกิจกรรม เวลาลุยๆ เข้าป่าก็ใส่เป็นเสื้อสูดกันยูวีแบบพับเก็บได้ กึ่งผ้าร่ม กันละอองน้ำได้ ส่วนตอนที่ย่อยากชิลแบบนั่งกินขนมจิบกาแฟ ผมก็จะเปลี่ยนมาใส่เสื้อสูดกันยูวี AIRism ผ้าระบายอากาศดีใส่สบาย หรือแอดที่ทนออกก็จะใส่เสื้อสูดกันยูวี DRY-EX เพราะระบายเหงื่อได้เร็ว พุดไปอาจยังไม่เห็นภาพ ไปดูรูปกันเลยดีกว่าครับ 5555

ใครอยากแต่งสไตล์ผมกับญาญา เริ่มลิงก์นี้ได้เลยจ๊ะ

<https://bit.ly/alostliketripUV>

ขอบคุณภาพสวยๆ จาก ELLE Thailand ด้วยนะค้าบ

#อาสาพาไปหลง

#กันยูวีในริเดียว

#UVProtectionClothing

#UniqloThailand



?page_story_id=1630638473653006



ส่งท้ายปีเก่า..ต้อนรับปีใหม่
สวดมนต์ทำวัตร..อินเดียง



อัมบญ อุ่ใจ ไม้กับ ธรรมนรรษาทักร์

www.dhammadhansa.com

• ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

(บุญเลิศ, 2557)

- การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว
- พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากสภาพแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- บุคคลที่แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการได้ โดยนักท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่ใช้เพื่อแลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการ คือ เงิน เวลา และความพยายาม

- ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

(วชิราภรณ์ , 2558)

- การแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกในการท่องเที่ยว

องค์ประกอบ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความพร้อม

สถานการณ์

การแปลความหมาย

เป้าหมาย

การตอบสนอง

ปฏิกิริยา
ต่อความผิดหวัง

ความรู้
และประสบการณ์

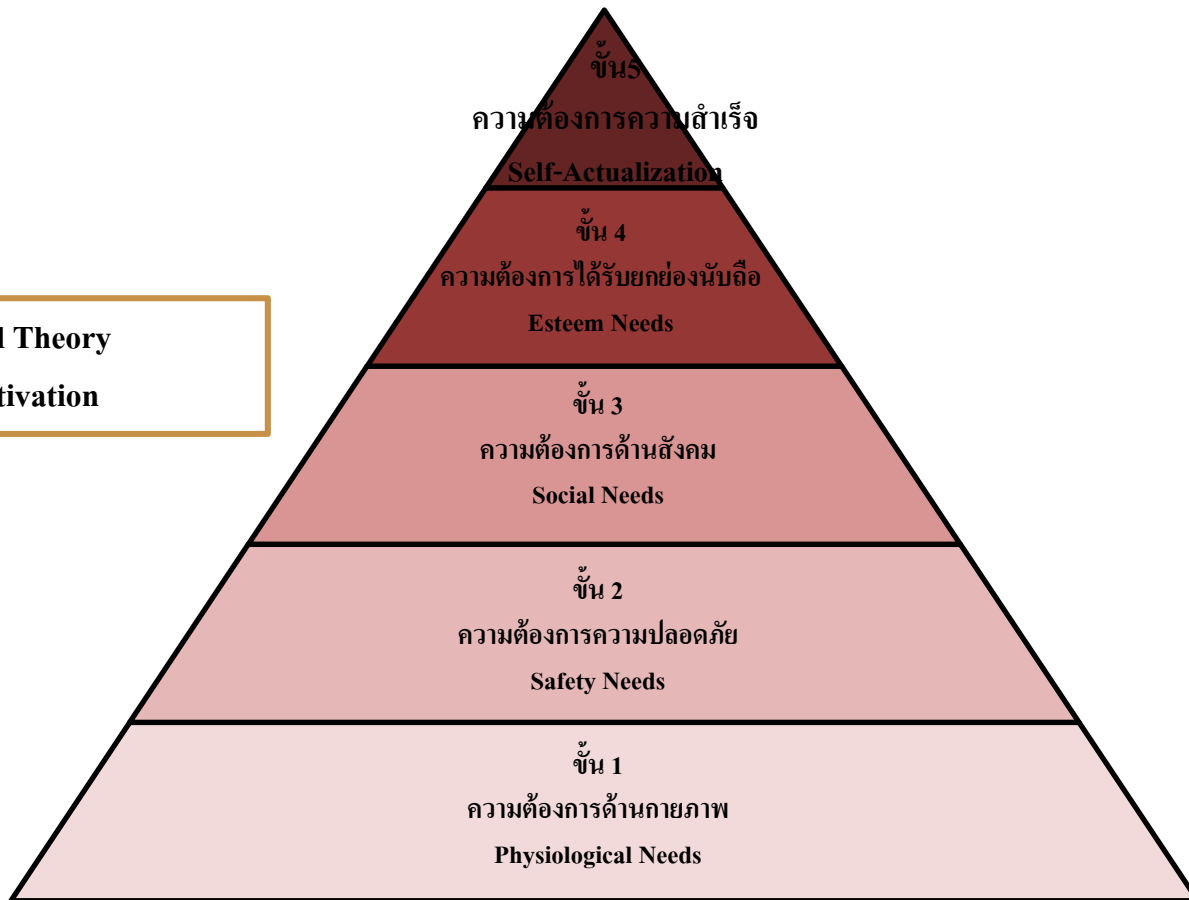
ทัศนคติและค่านิยม

ผลลัพธ์ที่ตามมา

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สำคัญ

(บุญเลิศ , 2557)

Maslow's General Theory of Human & Motivation



@jeshoots



ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค
Customer Behavior Model

ตัวแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
Tourist Behavior Model

Marketing
and Other Stimulus

Tourist's Black Box

Tourist's Response

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด
ควบคุมได้
สิ่งกระตุ้นภายนอกอื่นๆ
ควบคุมไม่ได้

ความคิดหรือทัศนคติในตัวของ
นักท่องเที่ยว นักการตลาดเข้าถึง
ไม่ได้
ต้องพยายามศึกษา

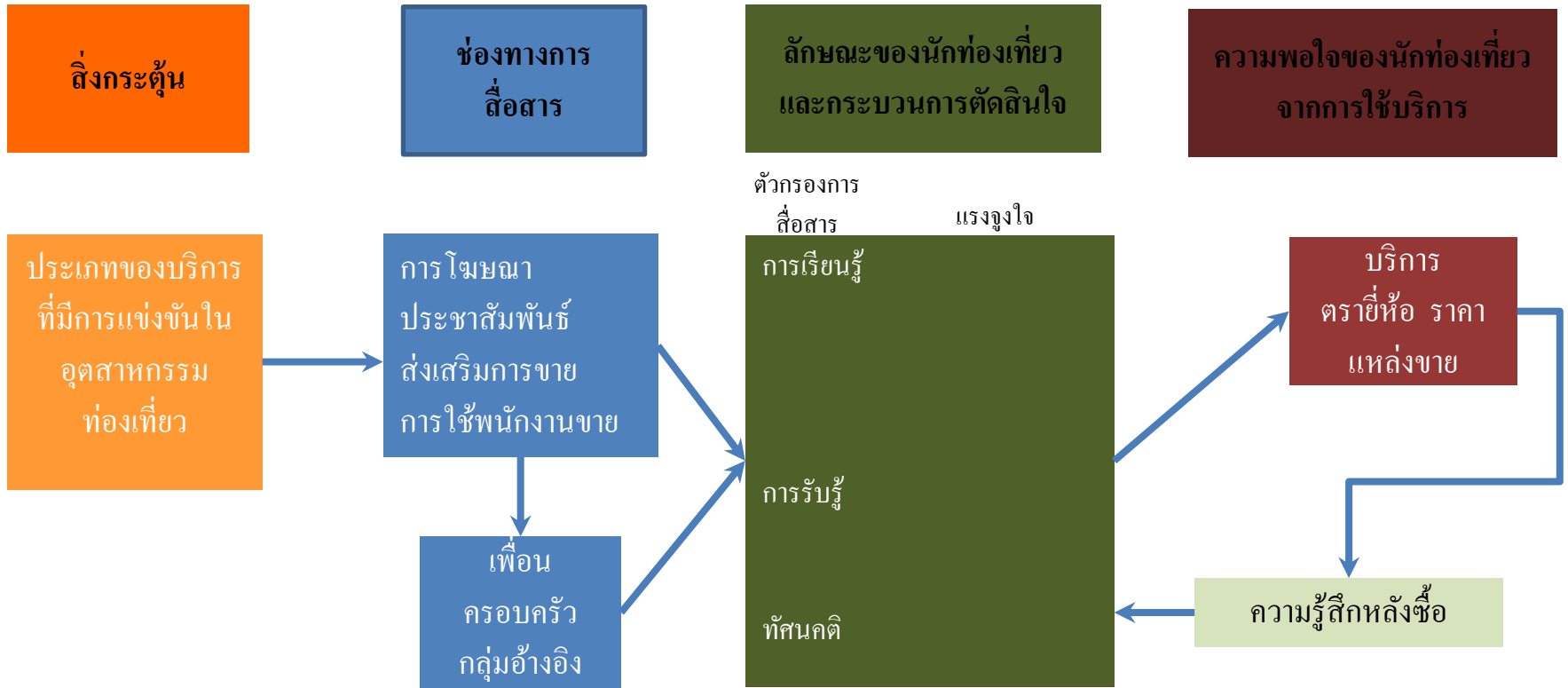
การตัดสินใจซื้อ
การเลือกซื้อสินค้า/บริการ
เลือกรูปแบบ วิธีการซื้อ วิธีชำระ
ปริมาณ
เลือกตราสินค้า
พึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

2. สิ่งกระตุ้นภายใน
- เกิดจากความรู้สึก ค.คิด นิสัย
ลักษณะทัศนคติให้แสดงออก

แบบจำลองสิ่งกระตุ้น-การตอบสนองของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

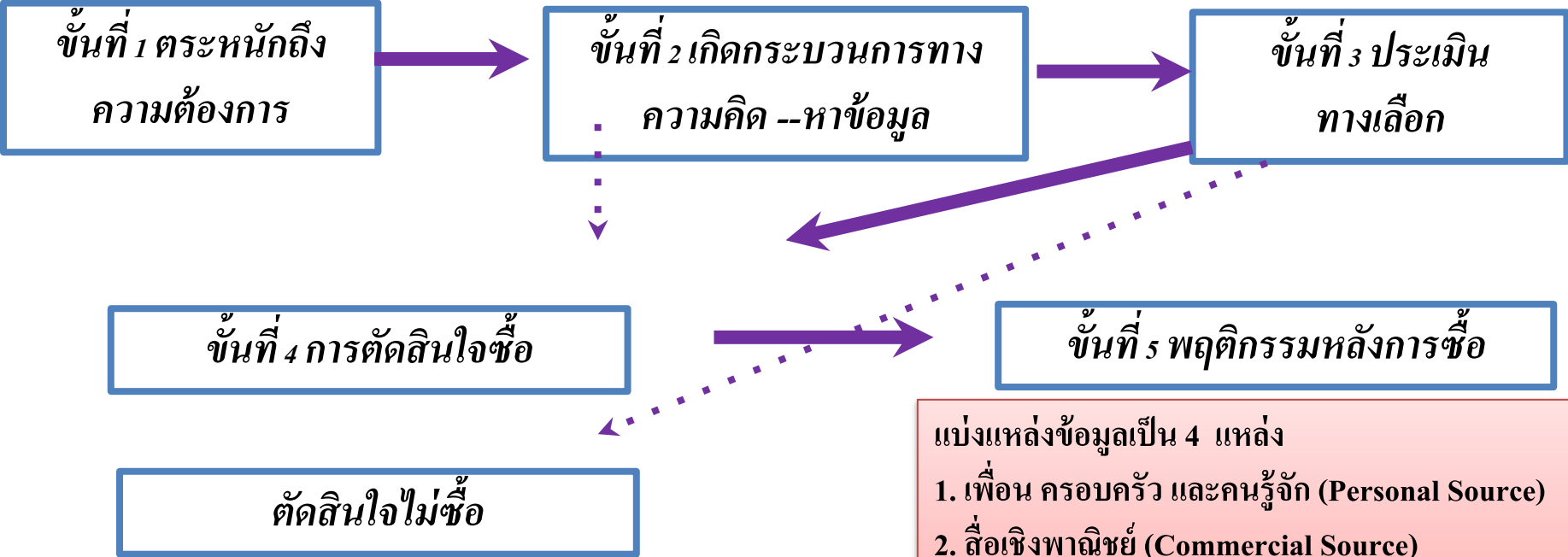
Tourist Behavior Stimulus-Response Model

จำลองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของ V.Middleton



กระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว
Tourist Decision Process

ดัดแปลงจาก คอตเลอร์และคณะ (Kotler et al, 1999) ดังนี้



- แบ่งแหล่งข้อมูลเป็น 4 แหล่ง
1. เพื่อน ครอบครัว และคนรู้จัก (Personal Source)
 2. สื่อเชิงพาณิชย์ (Commercial Source)
 3. สื่อสาธารณะ (Public Source)
 4. อินเทอร์เน็ต (The Internet)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า



1. อิทธิพลทางสังคม

- วัฒนธรรม
- วัฒนธรรมย่อย
- ชั้นทางสังคม
- กลุ่มอ้างอิง
- ครอบครัว

2. อิทธิพลส่วนบุคคล

- แรงจูงใจ
- การรับรู้
- การเรียนรู้
- ทักษะคติ
- บุคลิกภาพ
- วิธีการดำเนินชีวิต

3. ปัจจัยสถานการณ์

- สิ่งแวดล้อมในการซื้อสินค้า
- เวลา ช่วงเวลาในการซื้อ
- เหตุผลของการซื้อ
- สถานะการเงิน



นักท่องเที่ยวคือใคร?

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO)

(อ้างถึงใน สมบัติ กาญจนกิจ, 2557) ในปีพ.ศ. 2506 ได้ให้ความหมายว่า

นักท่องเที่ยว

หมายถึง ผู้คนที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังต่างถิ่น ที่มีไว้ที่
อยู่อาศัยตามปกติ ด้วยเหตุผลที่มีใช้การดำรงชีพในถิ่นที่เดินทางไป
เยี่ยมเยือนปลายทาง (Destination)

รวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ และเก็บ
รวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดิน
ทางผ่าน (Transit Passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border
workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ เช่น
กลุ่มคณะทูตของประเทศต่าง ๆ ผู้แทนกงสุล และผู้แทนทางการ
ทหาร ใช้คำจำกัดความว่า ผู้มาเยือน (Visitor)

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติไว้ว่า
นักท่องเที่ยว

หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้



พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายไว้ว่า

นักท่องเที่ยว

หมายถึง ผู้เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อประโยชน์ในการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาหาความรู้ การบันเทิง หรือการอื่นใด

แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. **นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยือนและพำนักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และแบ่งตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

- **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist)** หมายถึง เดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (หนึ่งคืน) และไม่มากกว่า 60 วัน
- **นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist)** หมายถึง อาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยตามปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

2. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง แบ่งตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้คือ



- **นักทัศนจรระหว่างประเทศ (International Excursionist)** ผู้ที่มาเดินทางท่องเที่ยวชั่วคราวในต่างประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และมีได้พักค้างคืน
- **นักทัศนจรภายในประเทศ (Domestic Excursionist)** ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และมีได้พักค้างคืน



ปัจจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. ระดับการศึกษา
5. ระดับรายได้
6. สถานภาพสมรส
7. ถิ่นพำนัก



