

ครั้งที่ 7

องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว

SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT



การตลาดท่องเที่ยว

- คือ การวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไรที่จะเป็นจุดขาย และจะขายให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไหนจึงจะเหมาะสม แล้วใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างไร เพื่อให้สามารถทำการขายได้หรือมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว



แนวคิดการตลาดท่องเที่ยว

- มุ่งเน้นการกำหนดความต้องการและความจำเป็นของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- ความพึงพอใจ = ความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยวภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว
- ซึ่งวัดได้จาก สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ กับ สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

ถ้าสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวัง =

ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction)

ถ้าสิ่งที่ได้รับตรงกับสิ่งที่คาดหวัง =

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ถ้าสิ่งที่ได้รับมากกว่าสิ่งที่คาดหวัง =

ความประทับใจ (Impression)

แนวคิดการตลาดมุ่งเน้นสังคม

กำหนดตำแหน่ง
ผลิตภัณฑ์ให้เป็นจุด
ขาย

- อยากให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองเป็นอะไรในความคิดของนักท่องเที่ยว
- เช่น สถานที่พักผ่อนของครอบครัว, เป็นถ้าที่สวยงามที่สุด, ร้านอาหารที่รักษาสูตรโบราณไว้ได้, ที่พักเทียบเท่าโรงแรม5 ดาว

เลือกตลาดท่องเที่ยว
เป้าหมาย

- เราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกกลุ่ม
- เช่น ชอบเที่ยวเหนือ, คนวัยทำงานกับคนที่รายได้สูงชอบเที่ยวมากกว่าวันเกษียณ

พัฒนาส่วนผสมทาง
การตลาดที่
เหมาะสม

- 4p's
- Product / Price / Place(ขายตรง,ผ่านตัวแทน,internet) / Promotion(โฆษณา, ประชาสัมพันธ์,)

นักท่องเที๋ยวคุณภาพเพื่่อการตลาดท่องเที๋ยวแบบยังยืน

- นักท่องเที๋ยวคุณภาพ หมายถึง นักท่องเที๋ยวที่เที๋ยวอย่างมีจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที๋ยวและสิ่งแวดล้อม โดยช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที๋ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที๋ยวให้คงอยู่อย่างยังยืน

คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวคุณภาพ

- 1.เป็นผู้ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางธรรมชาติและวิถีปฏิบัติขนบธรรมเนียมของท้องถิ่น
- 2.เป็นผู้เลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและไม่มีประวัติเคยสร้างความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม
- 3.เป็นผู้ท่องเที่ยวอย่างมีสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม
- 4.เป็นผู้ละเว้นการซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่อาจทำลายสภาพนิเวศและวัฒนธรรมในชุมชน เช่น ปะการัง เขา งาสัตว์
- 5.เป็นผู้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด

จะเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ต้องพร้อมอะไรบ้าง ปฏิบัติตัวก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง

- **1. ต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง**
 - อยู่ที่ไหน ไปถึงได้อย่างไร มีที่พักที่ไหนบ้าง ราคาเท่าไร
 - อากาศ ช่วงมรสุม น้ำขึ้นน้ำลง
 - ยาประจำตัว แก้วเมารถ เมารถเมาเรือ

- 2. ศึกษาประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว
 - ด้านเศรษฐกิจ การประกอบอาชีพ
 - ด้านสังคม ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต
 - ด้านกลุ่มชาติพันธุ์
- 3. เข้าใจเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดทิศทาง จุดเยี่ยมชม ยานพาหนะ
- 4. สนใจสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพ

- **Tourism Image** คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนได้รับประสบการณ์เดินทางจริงด้วยตนเอง
- อาจเกิดจาก : การอ่านหนังสือ นิตยสาร สื่อโฆษณา การพูดคุย การได้ยืมกิตติศัพท์เล่าลือ แผ่นพับ โบปลิว การออกนิตรรศการ



- เกาะภูเก็ต
 - ไข่มุกแห่งอันดามัน
- ประเทศไทย
 - สยามเมืองยิ้ม
- ภาคอีสาน
 - ยากจน แห่งแล้ง
- อินเดีย
 - ทักษมาฮาล
- เมืองเพชรบูรณ์
 - มะขามหวาน

- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว ททท. ลงนามความร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย พร้อมเสวนา “ความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยม”



Association of Thai Tourism Marketing: (ATTM)

- นางสุทัศนีย์ เหล่าหงษ์เกียรติ นายกสมาคมการตลาดท่องเที่ยวไทย

เปิดเผยทิศทางการดำเนินงานของสมาคม ผลักดันการท่องเที่ยวไทยให้เติบโต อย่างยั่งยืน เน้นพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรม การสร้างเครือข่าย

ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ

ของประเทศอย่างยั่งยืน

