

บทที่ 1

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ
พฤติกรรมนกทองเที๋ยว

เนื้อหาที่จะเรียนในบท

- o ความหมายและประเภทของพฤติกรรมมนุษย์
- o องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์
- o ความหมายและประเภทของนักทอ่งเทียว
- o ความหมายและความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักทอ่งเทียว
- o แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักทอ่งเทียว
- o ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักทอ่งเทียว

1. ความหมาย และประเภทของพฤติกรรม มนุษย์

ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมมนุษย์”

- ความหมายตามราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมมนุษย์” หมายถึง การกระทำอาหารที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก โดยการรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว
- ความหมายตามนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมมนุษย์” หมายถึง ปฏิบัติการและกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกมาทางรูปธรรม และนามธรรม

สิ่งกระตุ้น
ภายใน

สิ่งกระตุ้น
ภายนอก

อวัยวะรับ

ความรู้สึก

ประสาทรับ

ความรู้สึก

ประสาทสั่งงาน

ระบบประสาท
ส่วนกลาง

อวัยวะตอบสนอง

ความรู้สึก

พฤติกรรมที่

แสดงออก

สรุป

- พฤติกรรม (Behavior) คือ กริยาอาการที่แสดงออกหรือปฏิกิริยาโต้ตอบเมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ต่าง ๆ อาการแสดงออกต่าง ๆ
- อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น
- ส่วนสิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรม ก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus)

ประเภทของพฤติกรรมมนุษย์

- พฤติกรรมของมนุษย์ตามนักจิตวิทยาแบ่งประเภทพฤติกรรมของมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้
 - ❖ พฤติกรรมภายนอก แบ่งได้ออกเป็น 2 ชนิด คือ
 1. พฤติกรรมที่สังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การหัวเราะ การร้องไห้
 2. พฤติกรรมที่ต้องใช้เครื่องมือหรือการวิเคราะห์เชิงวิทยาศาสตร์ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสารเคมีหรือปริมาณน้ำตาลในกระแสเลือด การทำงานของกระเพาะอาหารและลำไส้ซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ด้วยตาเปล่า

ประเภทของพฤติกรรมมนุษย์

- ❖ พฤติกรรมภายใน หรือที่เรียกว่า “ความในใจ” เป็นพฤติกรรมที่เจ้าตัวเท่านั้นรู้ดี
- ❖ ถ้าไม่บอกใคร ไม่แสดงออกก็ไม่มีใครรู้ได้ดี เช่น การจำ การรับรู้ การเข้าใจ การได้กลิ่น การได้ยิน การฝัน การหิว การโกรธ ความคิด การตัดสินใจ เจตคติ เป็นต้น

เกณฑ์ที่ใช้จำแนกพฤติกรรม มนุษย์

o ตามแนวคิดของกฤษศรี คำชายและคณะ. 2545
แบ่งออกเป็น 5 เกณฑ์ ดังนี้

เกณฑ์ที่ 1 เกณฑ์ในการใช้การสังเกตพฤติกรรม

เกณฑ์ที่ 2 เกณฑ์ด้านแหล่งกำเนิดพฤติกรรม

เกณฑ์ที่ 3 เกณฑ์ด้านภาวะทางจิตของบุคคล

เกณฑ์ที่ 4 เกณฑ์ด้านการแสดงออกของอินทรีย์

เกณฑ์ที่ 5 เกณฑ์ด้านการทำงานของระบบประสาท

เกณฑ์ที่ 1 เกณฑ์ในการใช้การ สังเกตพฤติกรรม

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior)
ซึ่งปรากฏเห็นได้ชัดเจน เช่น การหัวเราะ ยิ้ม
ร้องไห้ เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior)
ซึ่งไม่ปรากฏให้สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจน
เช่น ความคิด ความรู้สึก การเข้าใจ ความจำ
 เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 2 เกณฑ์ด้าน แหล่งกำเนิดพฤติกรรม

1. พฤติกรรมวุฒิภาวะ (Maturity) ซึ่งเป็นความพร้อมที่เกิดขึ้น โดยมีธรรมชาติเป็นตัวกำหนดให้เป็นไปได้ตาม
เฟ่าพันธ์ และวงจรของชีวิต มนุษย์สามารถเกิดพฤติกรรม
นั้นขึ้นมาได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องผ่านประสบการณ์หรือการ
ฝึกฝน เช่น การคลาน การร้องไห้ การนอน เป็นต้น
2. พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned) ซึ่งเป็นผล
มาจากการได้รับประสบการณ์และการฝึกฝน เช่น การว่ายน้ำ
น้ำ การขี่จักรยาน การอ่านหนังสือ เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 3 เกณฑ์ด้านภาวะ ทางจิต

1. พฤติกรรมที่กระทำโดยรู้ตัว (Conscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตสำนึก เช่น วิ่ง เดิน เป็นต้น
2. พฤติกรรมที่กระทำโดยไม่รู้ตัว (Unconscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตไร้สำนึก หรือจิตใต้สำนึก หรือเป็นพฤติกรรมที่ขาดสติสัมปชัญญะ เช่น ผื่น ละเมอ เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 4 เกณฑ์ด้านการ แสดงออกของอินทรีย์

1. พฤติกรรมทางกาย (Physical activity) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยใช้อวัยวะของร่างกายอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายด้วยแขน หรือขา การปรับเปลี่ยนอิริยาบถของร่างกาย การพยักหน้า การโคลงตัว เป็นต้น
2. พฤติกรรมทางจิต (Psychological activity) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใน เช่น ความคิด ความเข้าใจ หรือการเกิดอารมณ์ เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 5 เกณฑ์ด้านการทำงานของระบบประสาท

1. พฤติกรรมที่ควบคุมได้ (Voluntary) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในความควบคุมและสั่งการด้วยสมอง จึงสามารถแสดงพฤติกรรมได้ตามที่ต้องการ เช่น การพูดคุย การแกว่งแขนขา
2. พฤติกรรมที่ควบคุมไม่ได้ (Involuntary) เป็นการทำงานของอินทรีย์ที่เป็นไปโดยอัตโนมัติ เช่น ปฏิกริยาสะท้อน (สะอึก) สัญชาติญาณ (สะดุ้ง) และการทำงานของอวัยวะภายใน เป็นต้น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวดึกษา ?

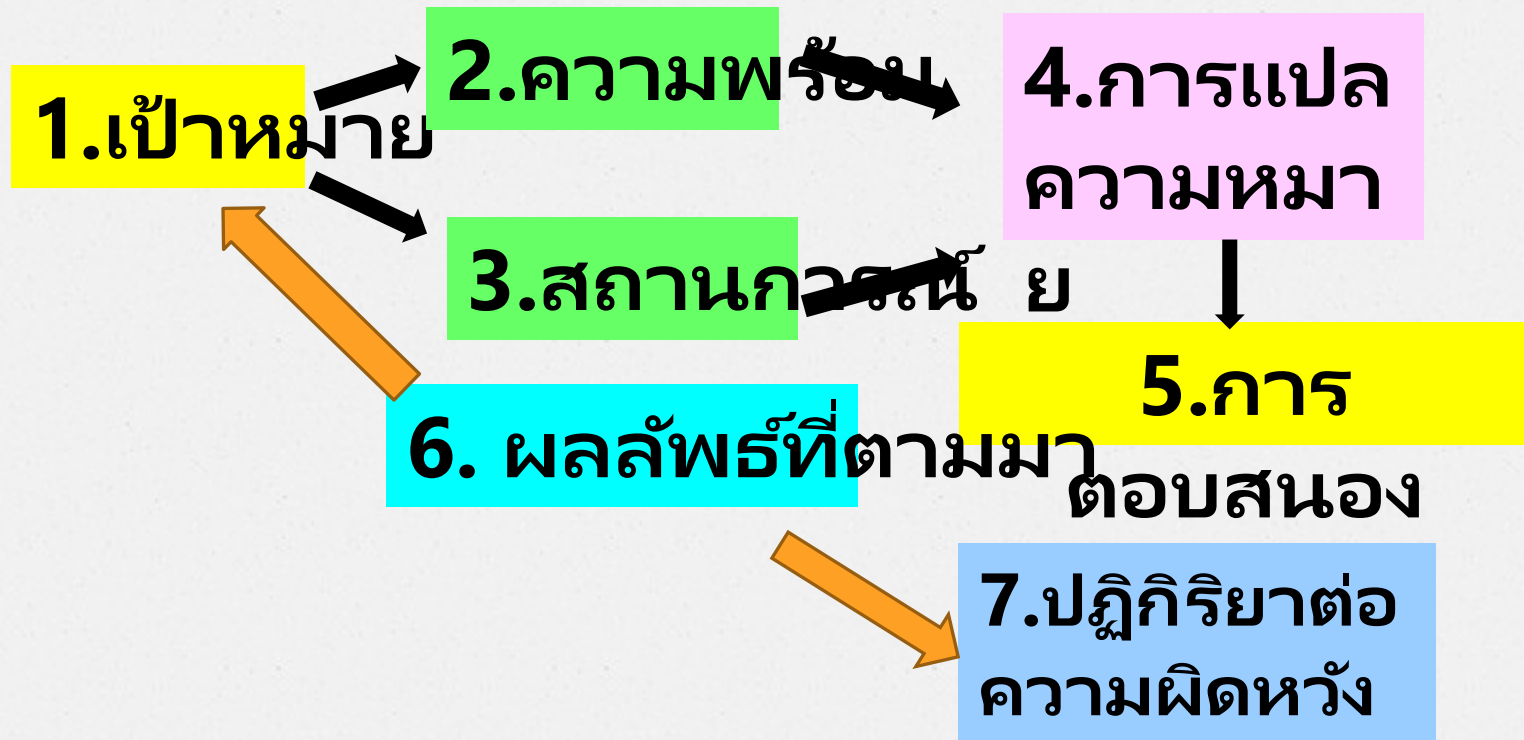
ด้านภูมิหลัง
(Back Ground)

ทัศนคติ
(Attitude)

วางแผน พัฒนา และปรับปรุงการ

นักท่องเที่ยวพึงพอใจ

องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์



2. ความหมาย และประเภทของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนำหมายถึง
....????

ความหมายของคำว่า "นักท่องเที่ยว"

หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอัน
เป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่น
อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ
และด้วยวัตถุประสงค์มิใช่การประกอบ
อาชีพหรือหารายได้

คำว่า “นักท่องเที่ยว” ตามความหมายขององค์การ ท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization : WTO)

1. Traveler หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว รวมถึง ผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บข้อมูลสถิติได้

2. Visitor หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

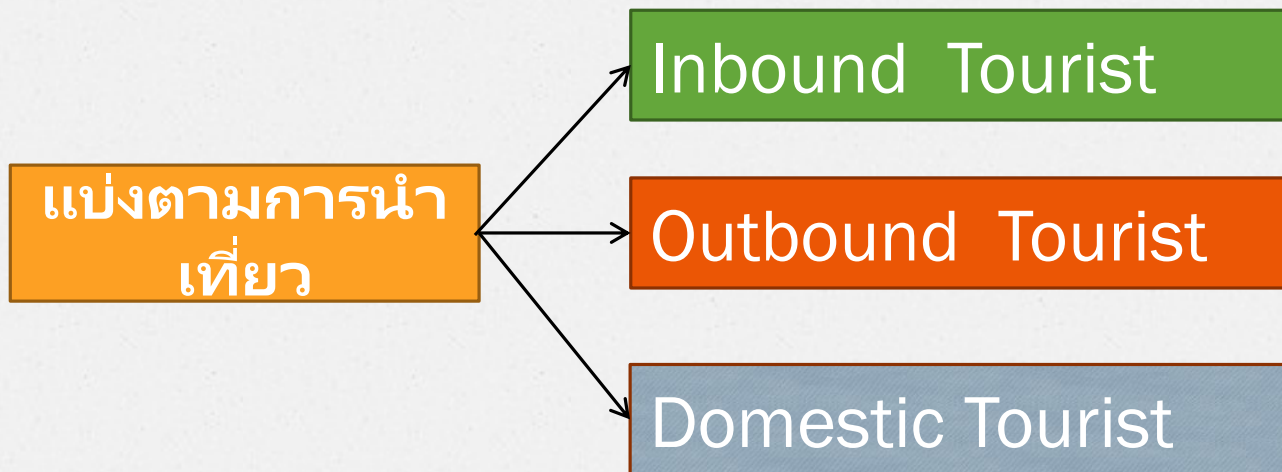
2.1. International Tourist หมายถึงนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืนเดินทางเดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่เกิน 60 วัน

2.2. Excursionist หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

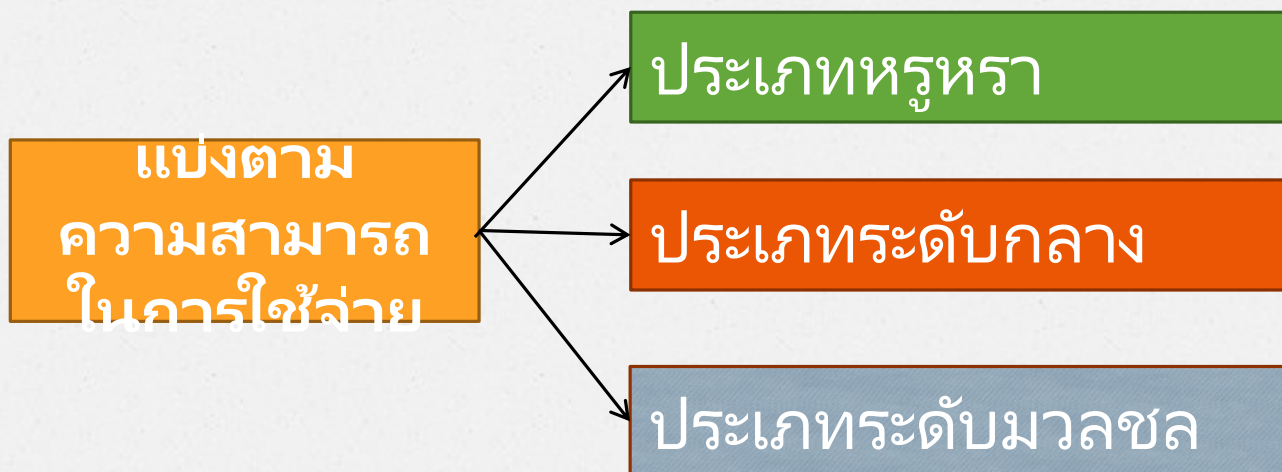
คำว่า "นักท่องเที่ยว" ความหมายของ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดของเขามีถิ่นที่อยู่หรือที่นำพักอันถาวรนั้น
3. นักทัศนาจรชาวต่างชาติ (International Excursionist) หมายถึง นักทัศนาจร ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอยู่ในประเทศไทยไม่ถึง 24 ชั่วโมง
4. นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic Excursionist) หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งอาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทย หรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งก็ได้ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดของเขามีถิ่นที่อยู่หรือที่นำพักอันถาวรและอยู่ในพื้นที่ไม่ถึง 24 ชั่วโมง

ประเภทของนักท่องเที่ยว



ประเภทของนักท่องเที่ยว



พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) ?

หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และ ประเมิน
สินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้”
การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้
สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้ง
กระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

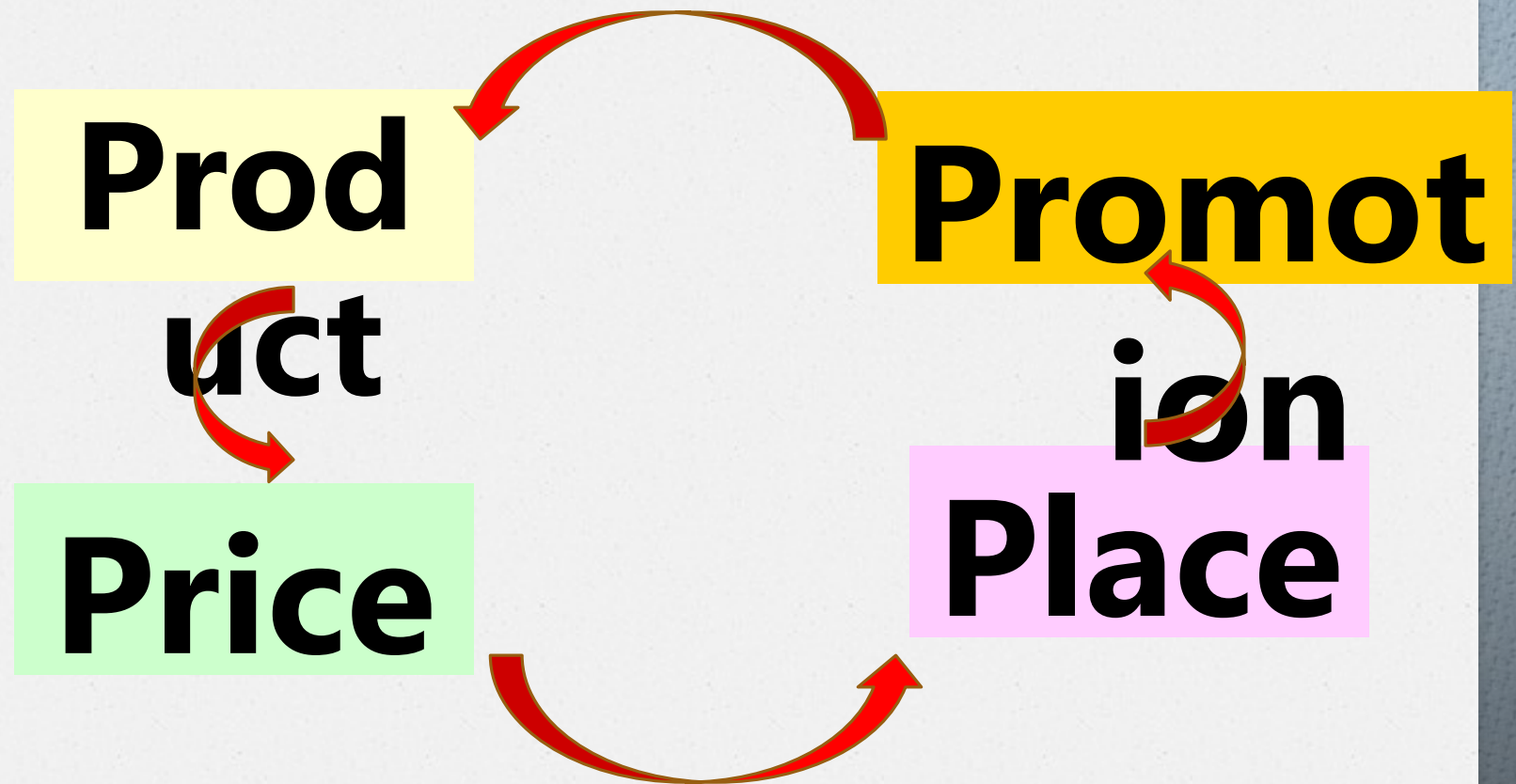
- พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
- พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
- พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายในการตอบสนอง
แรงจูงใจเหล่านั้น

ทำไมต้องศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยว?

รูปแบบการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยว ว่า

- เขาซื้อสินค้าบริการอะไร
- ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไร
- ซื้อบริการที่ไหน
- ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน
- เขาประเมินบริการเหล่านั้น

ความสำคัญของการศึกษา
พฤติกรรมมนุษย์.

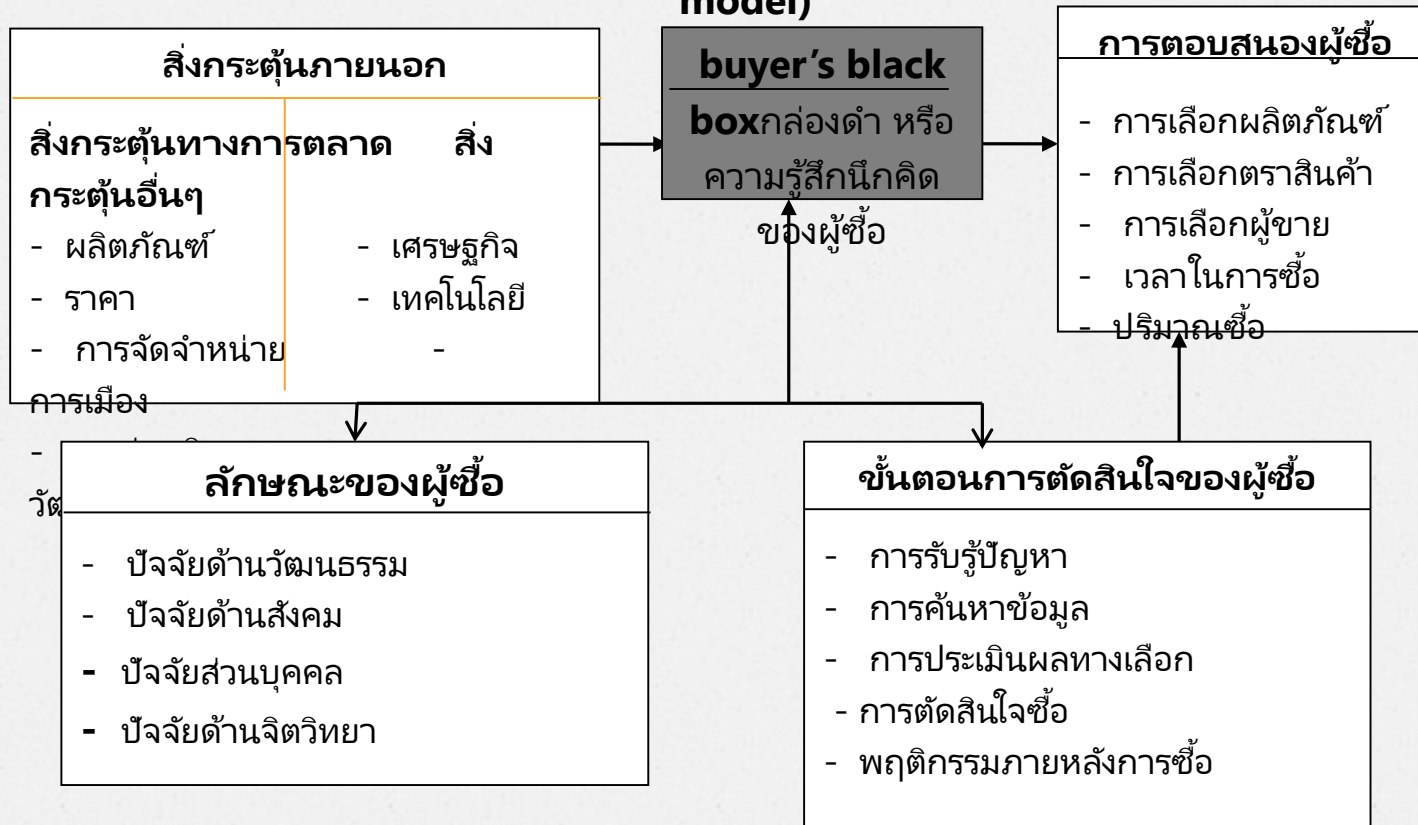


**แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการ
วิเคราะห์พฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยว**



1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model)



ที่มา : Kotler, Philip. (1997). Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control. P. 172 9th ed. New Jersey : A simon& Schuster Company

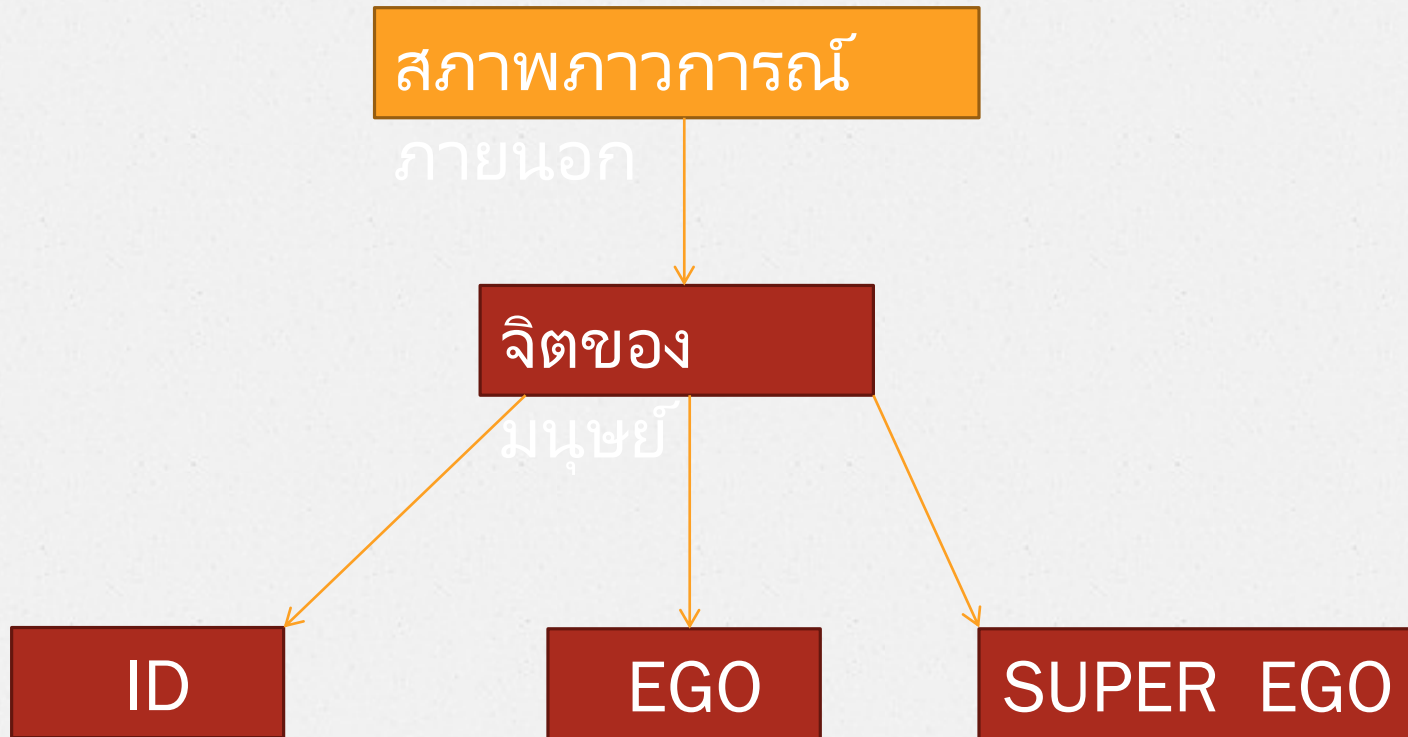
2. ทฤษฎีความต้องการของ Maslow



- | | |
|--|---|
| 5. ความต้องการความสำเร็จสูงสุด | → |
| 4. ความต้องการชื่อเสียง, การยกย่องนับถือ | → |
| 3. ความต้องการความรัก | → |
| 2. ความต้องการความปลอดภัย | → |
| 1. ความต้องการทางร่างกาย | → |

ที่มา : http://www.enttraining.net/article-paradorn_pyramid-of-maslow.php

2. แนวคิดจิตวิทยาของ sigmund Freud



ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยว

1. ทำให้เข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ในความแตกต่าง
2. สามารถตอบสนองความต้องการของ
นักท่องเที่ยวได้
3. สามารถทำให้ธุรกิจที่ทำประสบความสำเร็จ
4. ทำให้พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตาม
ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
5. ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชน สามารถ
ปรับปรุงกลยุทธ์และการตลาดของธุรกิจทางได้
การท่องเที่ยวได้

กิจกรรมที่นักศึกษาต้องทำ

- ให้นักศึกษาจับคู่และวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว พร้อมยกตัวอย่างทฤษฎีที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์มาอย่างน้อย 2 ทฤษฎี

ส่งท้ายชั่วโมง

บทที่ 2

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว

Factors Influencing the Behavior of Tourists

ความหมายของคำว่า “ปัจจัย”

- ตามพจนานุกรมของไทย “ปัจจัย” หมายถึง เหตุอันเป็นทางให้เกิดผล
- ตามหลักทางศาสนา โดย พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ปัจจัย” หมายถึง เหตุ สภาวะที่เอื้อเกื้อหนุน ค้ำจุน เปิดโอกาส เป็นที่อาศัย เป็นองค์ประกอบร่วม หรือเป็นเงื่อนไข ใดๆอย่างหนึ่ง ที่จะให้สิ่งนั้นๆ เกิดมีขึ้น ดำเนินต่อไป หรือเจริญงอกงาม

ทำไมต้องศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัย.....

คำตอบ เพื่อให้รู้ว่าสิ่งที่มากระทบแล้วทำให้
นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการ ชอบ หรือไม่
ชอบ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม นักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน
2. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายใน

ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยภายในทางด้านจิตวิทยา
2. ปัจจัยภายในด้านพื้นฐานส่วนบุคคล

1. ปัจจัยภายในด้าน จิตวิทยา

ประกอบด้วย

- ความต้องการ
- แรงจูงใจ
- การรับรู้และการเรียนรู้
- ความเชื่อและทัศนคติ

สิ่งที่นักท่องเที่ยวยุคต้องการ....







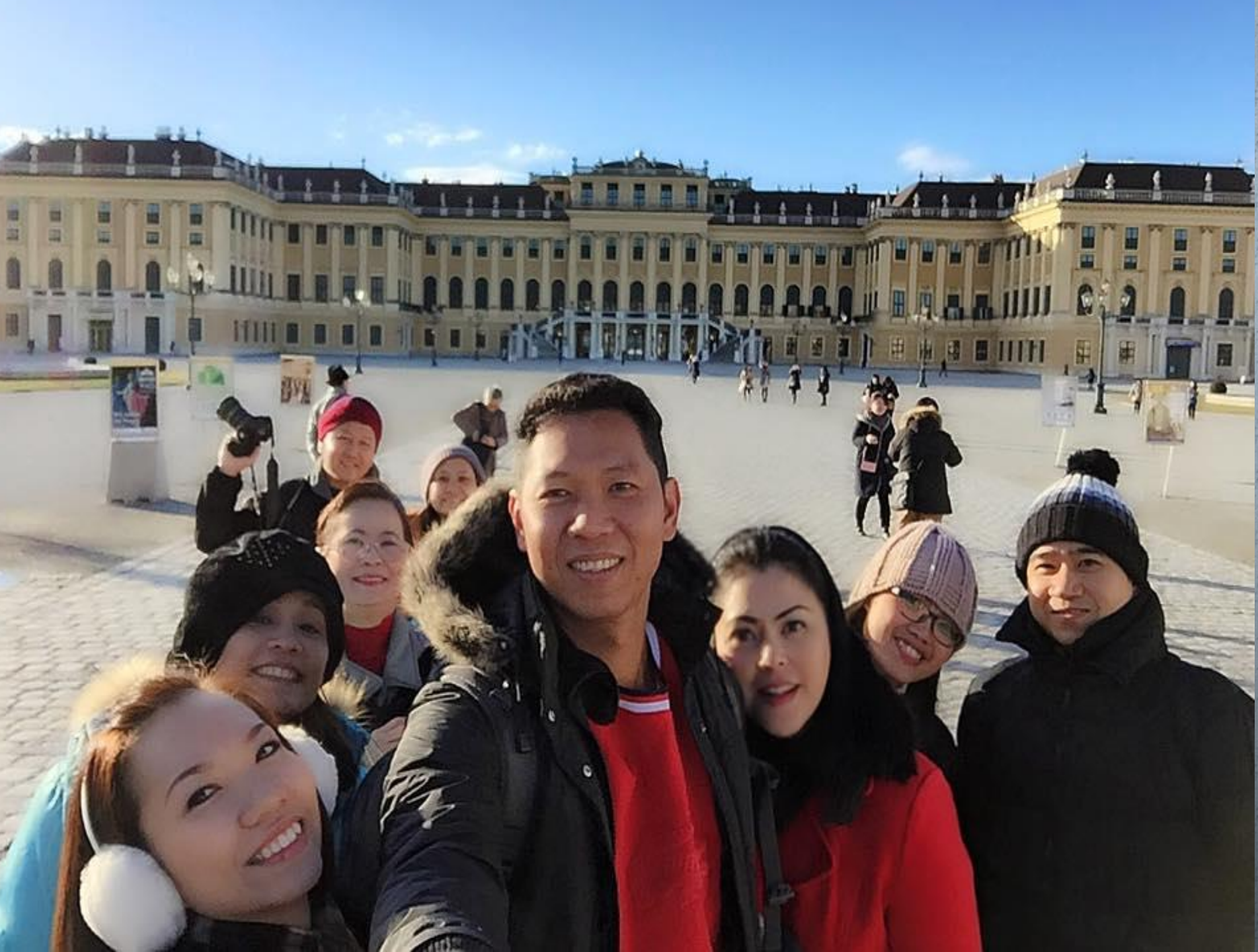











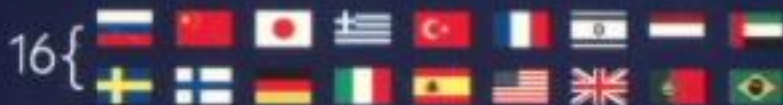




BUS STOP

SIGHTS OF ATHENS

See, Listen & Enjoy! 



multilingual commentary

ticket price

Adult ~~16.80€~~ 13.00€
Child (age 5-15) 6.00€
Family 34.00€
(2 adults & 3 children)

Timetable	
Blue Line (Athens - Acropolis)	08:30 10:00 11:30 13:00 14:30 16:00 17:30 19:00
Green Line	08:30 10:00 11:30 13:00 14:30 16:00 17:30 19:00
Red Line (Athens - Acropolis)	08:30 10:00 11:30 13:00 14:30 16:00 17:30 19:00
Blue Line (Athens - Acropolis)	08:30 10:00 11:30 13:00 14:30 16:00 17:30 19:00





2. ปัจจัยภายในเกี่ยวกับพื้นฐาน ส่วนบุคคล ประกอบด้วย

เพศ	อายุ
วัฏจักรชีวิตครอบครัว	อาชีพ
รายได้	การศึกษา
รูปแบบการดำรงชีวิต ลักษณะ	บุคลิก



ของส่วนตัว
เสื้อผ้า บ้านเท็ง
พักผ่อนทำทาย



สินค้าน่าว
บ้าน
รถยนต์
เฟอร์นิเจอร์



สินค้าน่าว
สินค้าน่าเด็ก
สินค้าน่าใหม่ ๆ



สินค้าน่าบรโภค
แบบเรียน
ของเล่น
เทียวง่าย ๆ

1.
The Bachelor

2. Newly
Married Couples

3.
Full Nest (1)

4.
Full Nest (2)

5.
Full Nest (3)

6.
Empty Nest (1)

7.
Empty Nest (2)

8. Solitary
Survivors



สินค้าน่าว
(ทดแทน)
บ้านใหญ่ รถใหม่
พักผ่อนหรูหรา

เดินทางพักผ่อน
งานสังสรรค์
บริจาคเพื่อสังคม



สินค้าน่า
สุขภาพ
ยารักษาโรค
พักผ่อนสบาย ๆ



สินค้าน่าสุขภาพ
สินค้าน่าผู้สูงอายุ
ค่ารักษาพยาบาล
ยารักษาโรค



ปัจจัยภายนอก

ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยภายนอกทางด้านวัฒนธรรม
2. ปัจจัยภายนอกด้านสังคม
3. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ
4. ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองการปกครอง
5. ปัจจัยภายนอกด้านการตลาด

1. ปัจจัยภายนอกด้าน วัฒนธรรม




ปัจจัยภายนอกด้านสังคม

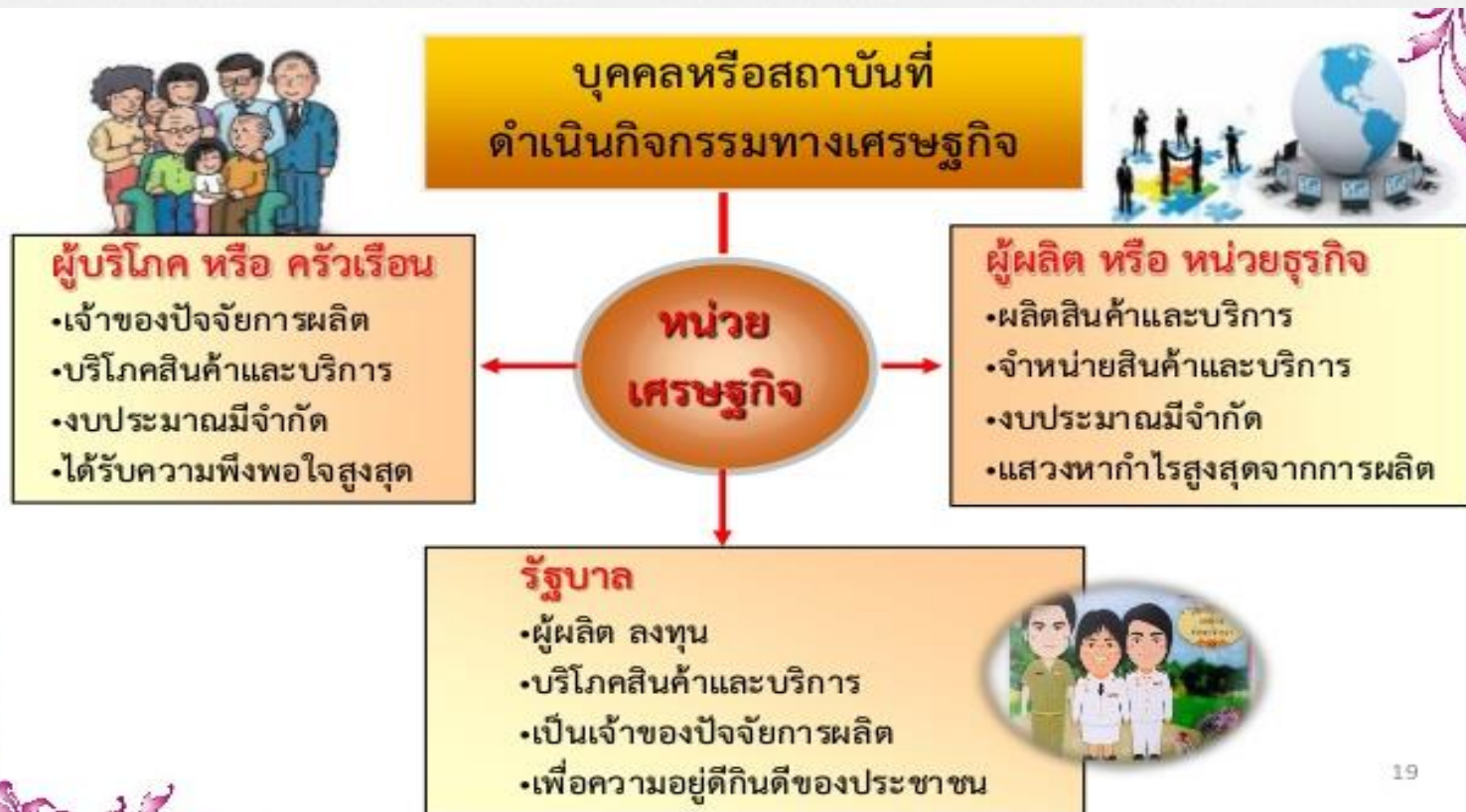


ความแตกต่างระหว่างมนุษย์

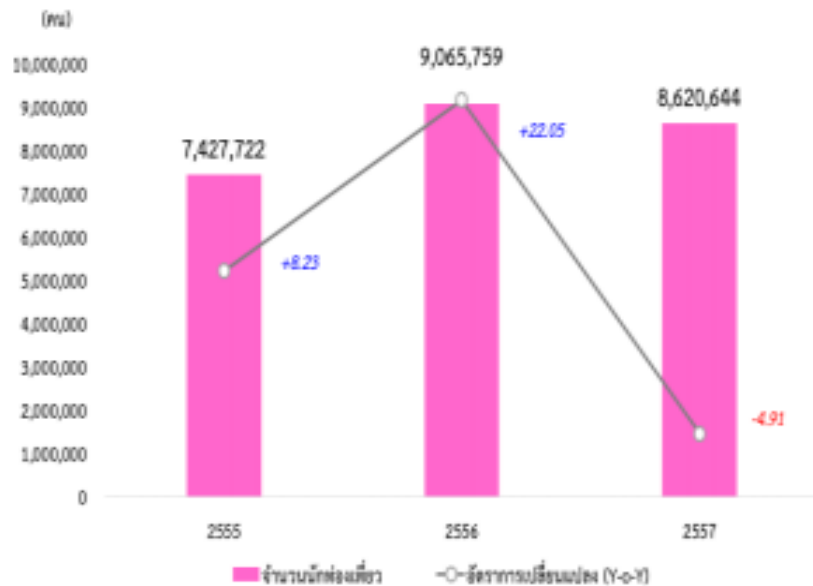
ความแตกต่าง	ลักษณะพฤติกรรม
ทางกาย (Physical)	รูปร่างที่เห็นภายนอก หน้าตา ท่าทาง โครงกระดูก ผิว ผม กล้ามเนื้อ เป็นต้น
ทางอารมณ์ (Emotion)	การแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึก ดีใจ เสียใจ โกรธ อิจฉา ก้าวร้าว ขบขัน เป็นต้น
ทางสติปัญญา (Intelligence)	ความคิด หรือความสามารถในการแก้ปัญหา ไอคิวสูง ไอคิวต่ำ เป็นต้น
ทางสังคม (Social)	ความสามารถในการแสดงออกในหมู่คน หรือระหว่างคน การเข้าสังคม การพูดคุย อีคิว เป็นต้น



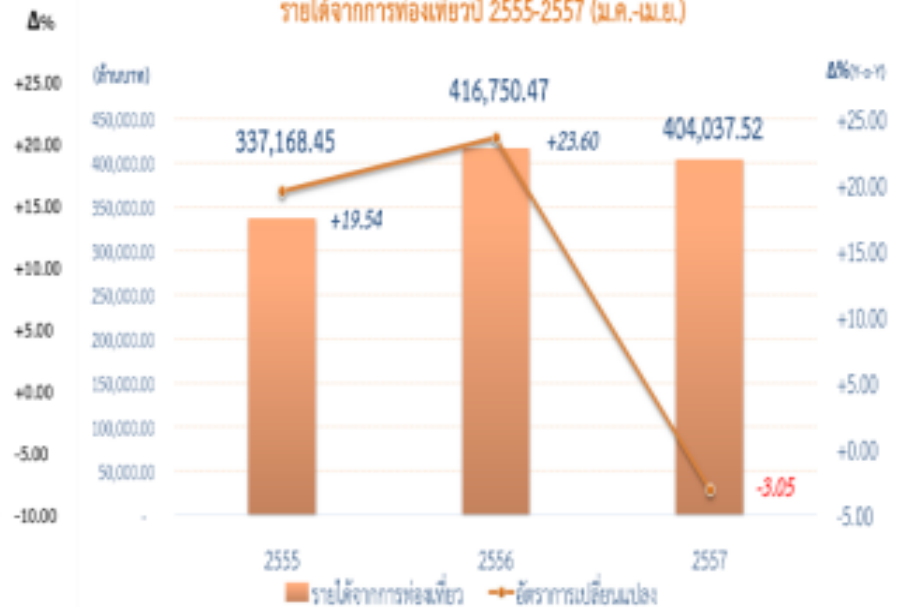
3. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ



จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2555 - 2557 (ม.ค. - เม.ย.)



รายได้จากการท่องเที่ยวปี 2555-2557 (ม.ค.-เม.ย.)



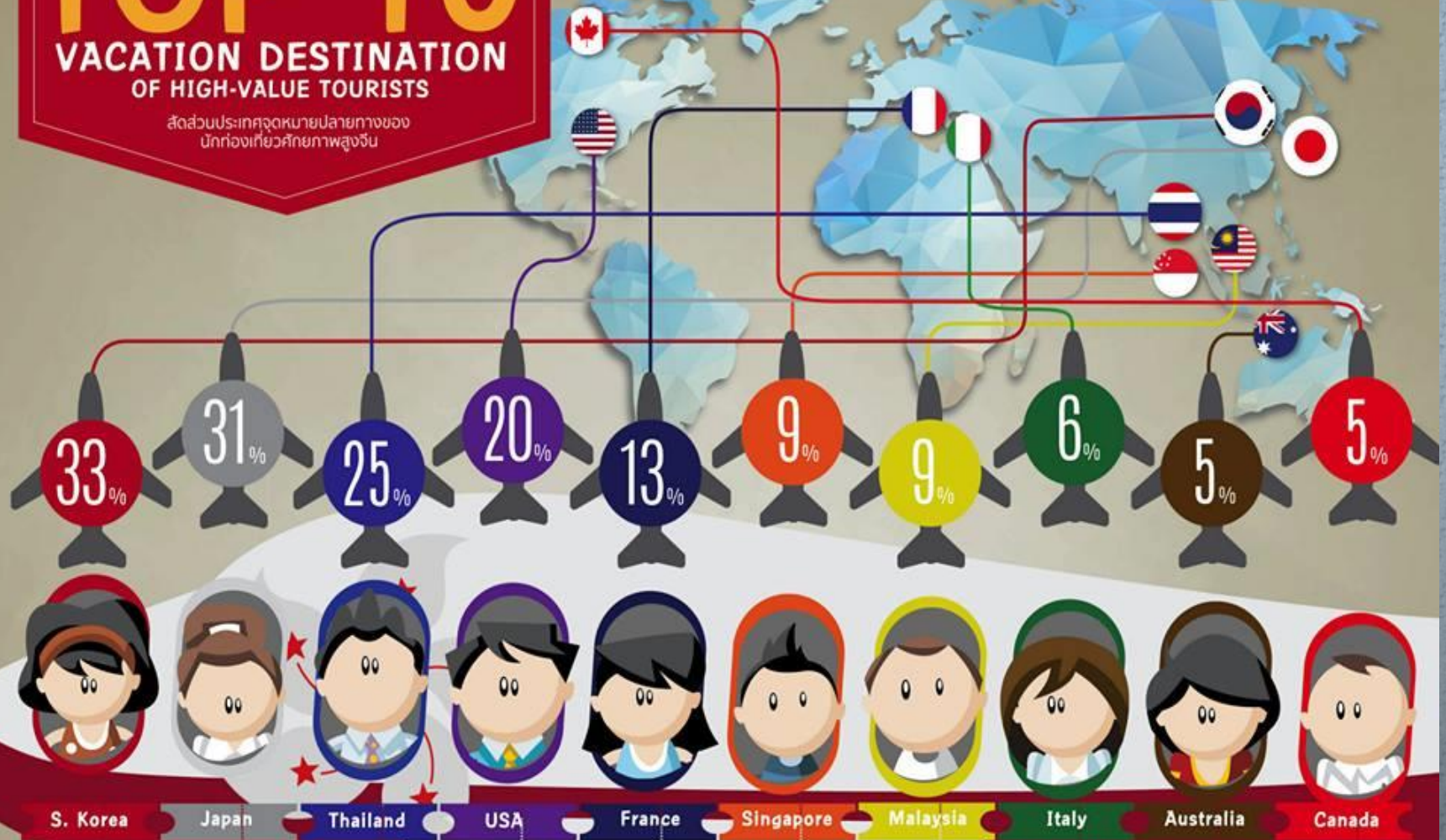
จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวมกราคม-เมษายน 2557

Country of Nationality	Number of Arrivals			Tourism Receipts (Mil.Baht)		
	2014	2013	%Δ	2014	2013	%Δ
East Asia	4,516,709	5,109,516	-11.60	146,343.20	172,309.13	-15.07
Europe	2,756,133	2,560,754	+7.63	180,399.83	165,998.81	+8.68
The Americas	429,793	427,724	+0.48	28,921.05	28,607.57	+1.10
South Asia	365,392	411,892	-11.29	13,478.95	14,856.78	-9.27
Oceania	325,653	326,791	-0.35	21,461.92	21,738.42	-1.27
Middle East	171,323	181,361	-5.53	10,036.97	10,383.75	-3.34
Africa	55,641	47,721	+16.60	3,395.60	2,856.01	+18.89
Grand Total	8,620,644	9,065,759	-4.91	404,037.52	416,750.47	-3.05

TOP 10

VACATION DESTINATION OF HIGH-VALUE TOURISTS

สัดส่วนประเทศจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงจีน



Ref.:Q13) ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของเมือง-ประเทศที่เป็นจุดหมายการเยือนของจีน
Base: นักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวจีน (n=286)

TAT Review Magazine.com

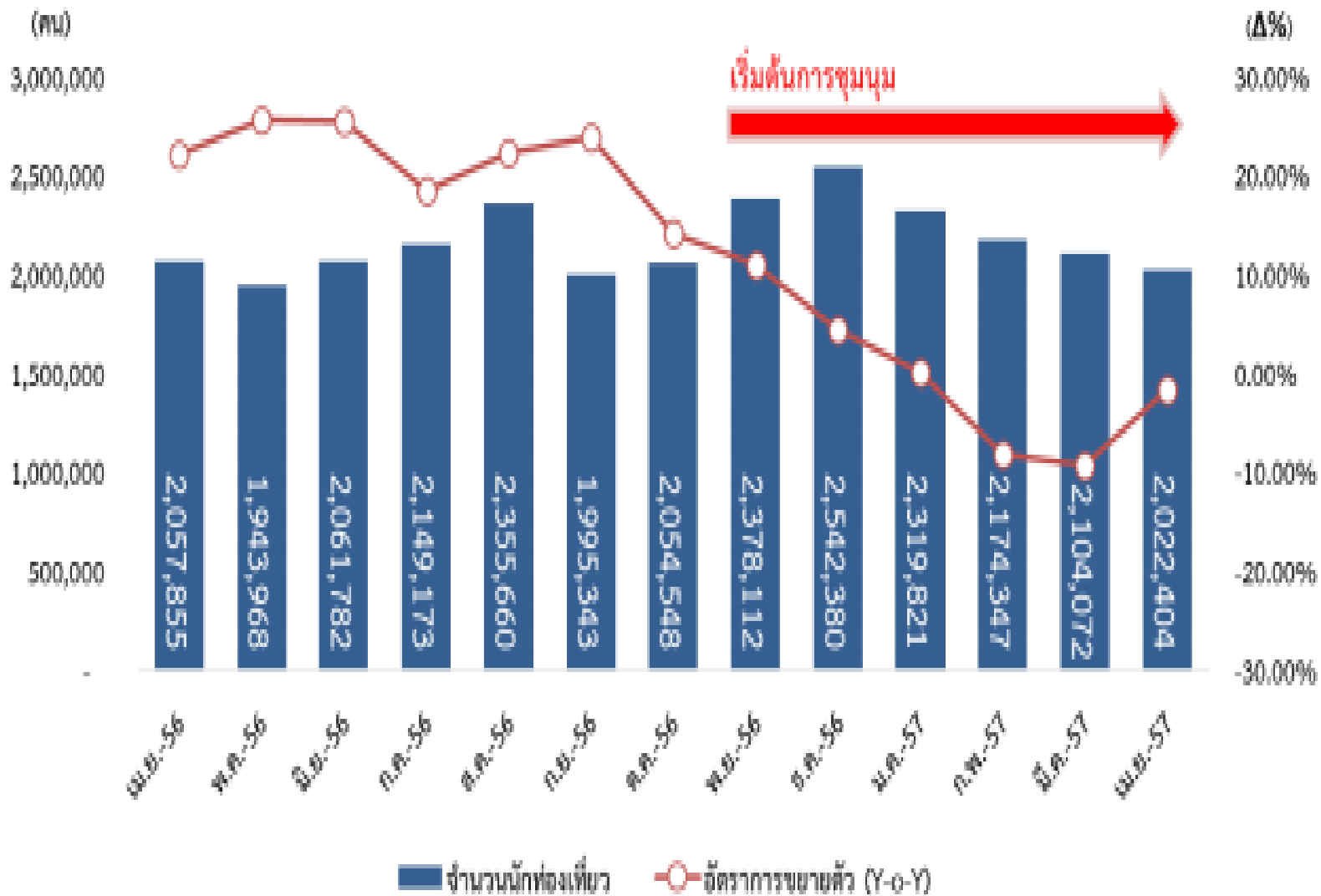


ที่มา: ททท.

4. ปัจจัยภายนอกด้านการเมือง การปกครอง



จำนวนนักท่องเที่ยวเมษายนปี 2556 - เมษายน 2557



ที่มา : ททท.

ปัจจัยทาง การตลาด



ที่มา : <http://thaimarketing.in.th/2014/11/11/service-marketing-mix/>



โบราเคย์



เจจู



โอกินาว่า



ซาบาร์ท



มัลดีฟส์



มอริเชียส



บาห์ลี



กระบี่



ภูเก็ต



สมุย

ฤดูร้อนนี้
ชาวต่างชาติไปเที่ยวที่ไหนกันบ้าง ?

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครเฉิงตู

ร่างเป้าหมายเบื้องต้นตัวเลขนักท่องเที่ยวและรายได้จากตลาดต่างประเทศปี 2559



	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (%)	ยอดนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเติบโต (%)
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	1,536,000	+8.3	30,569,400	+4
เอเชียและแปซิฟิก	955,900	+10.4	22,822,700	+4.8
เอเชียตะวันออก	574,400	+12.1	12,130,600	+5.5
อาเซียน	245,160	+8.3	8,348,800	+4.3
เอเชียใต้	62,450	+7.1	1,386,600	+2.5
โอเชียเนีย	73,890	+7.3	956,700	+3.4
ยุโรป & อเมริกา	580,100	+5.1	7,746,700	1.7
อเมริกา	92,850	+5.8	1,182,500	+2.3
ยุโรป	420,000	+4.4	5,660,000	+1.5
แอฟริกา	11,400	+7	170,500	+2.1
ตะวันออกกลาง	55,850	+8.7	733,700	+2.2

ที่มา : ททท.

กระทรวงการท่องเที่ยว

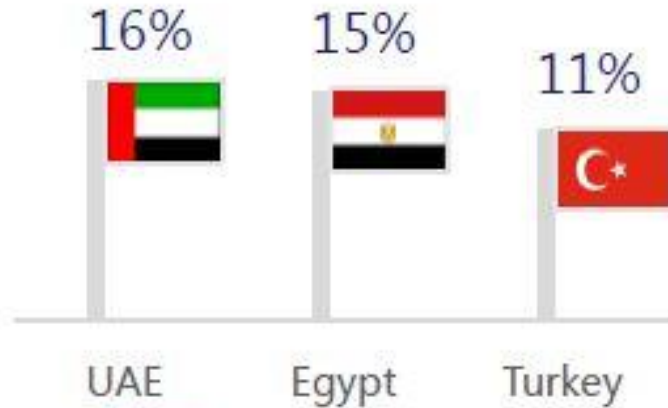
ที่มา : ททท.

Top three destinations by travellers from each region in the past two years

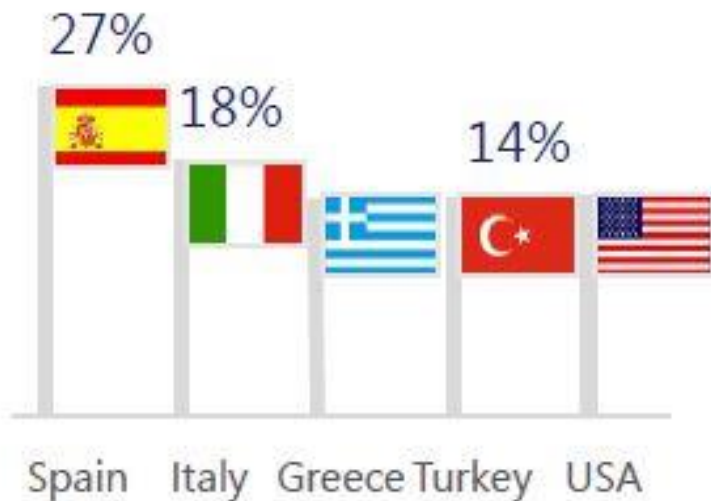
Travellers from Asia Pacific



Travellers from Africa and Middle East



Travellers from Europe



Travellers from the Americas



กิจกรรมที่นักศึกษาต้องทำ

- ให้นักศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้ตัวนักศึกษาเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว
ต่างประเทศ พร้อมยกตัวอย่าง
ประเทศที่จะไป
- ส่งท้ายชั่วโมง



การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

Cross – Cultural Communication

Cross – Cultural ?



Cross – Cultural + Communication

กระบวนการแลกเปลี่ยนและการตีความเชิงสัญลักษณ์ของบุคคลผ่านกระบวนการสื่อสารที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมที่มากพอที่จะชี้ชัดถึงพฤติกรรมและความคิดของกลุ่มสังคมนั้น ๆ เพื่อที่จะทำให้สามารถเข้าใจรูปแบบ และกำหนดทิศทางของลักษณะความเป็นไปในภายภาคหน้า

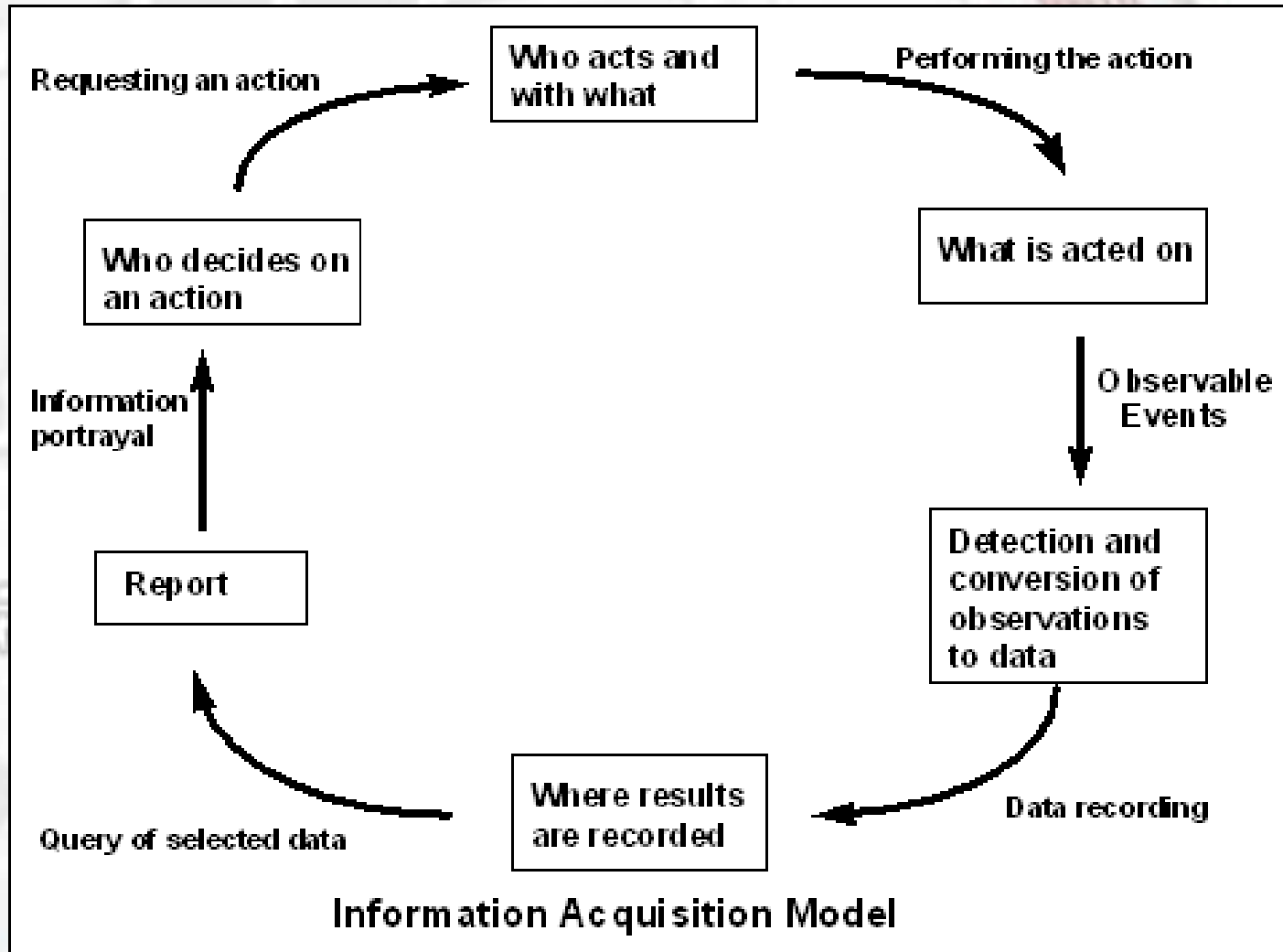


**ปัจจัยความแตกต่างทางวัฒนธรรม
ที่ส่งผลต่อการสื่อสาร**

ระดับบุคคล : Individual Level

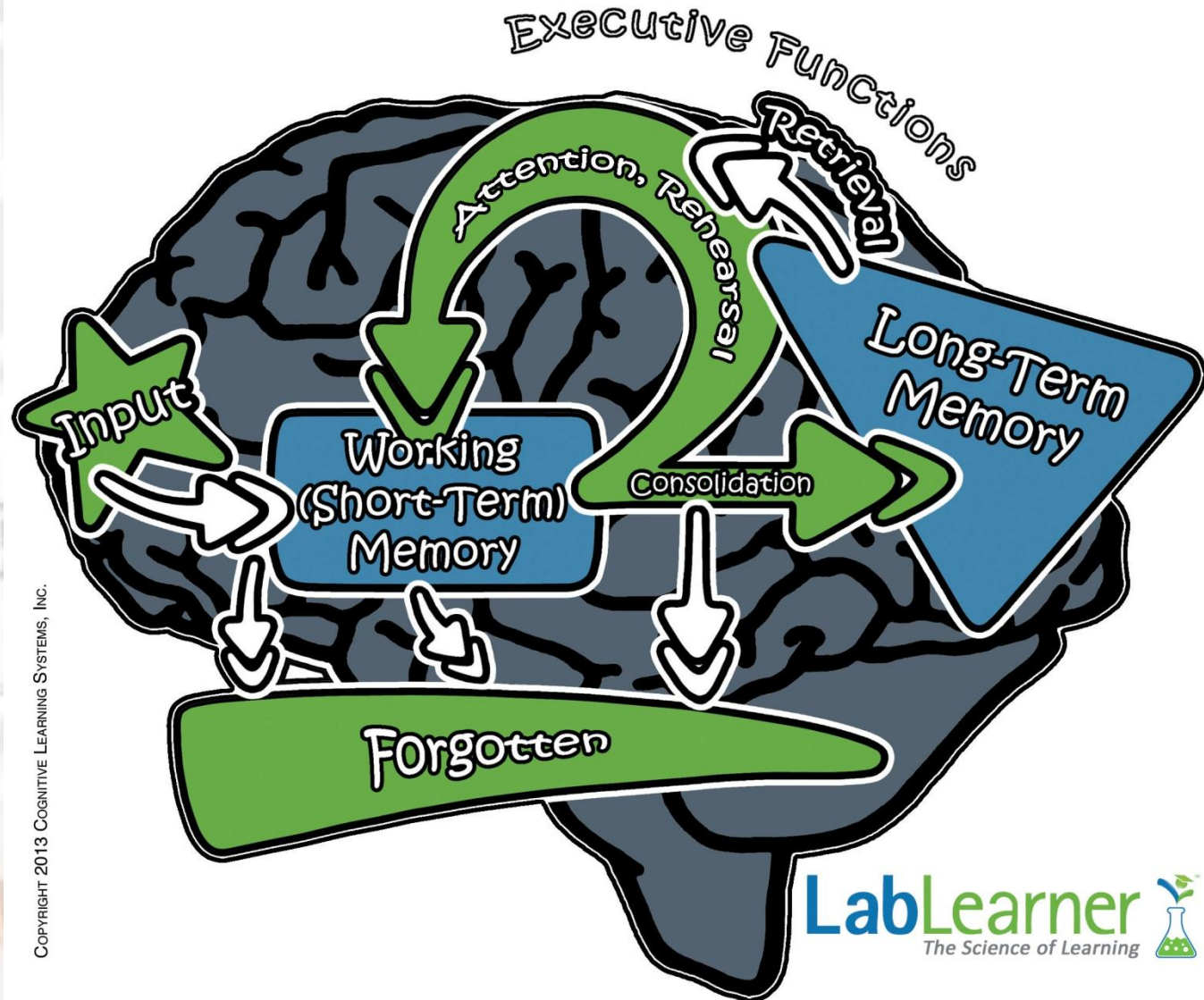
1. Information Acquisition

การได้ยิน การฟัง
การมองเห็น
การสัมผัส ฯลฯ



2. Information Processing

การคิด การเรียนรู้ การจดจำ ฯลฯ



3. Information Transmission

การแสดงออกทางท่าทาง การพูด การเขียน ฯลฯ



ระดับระหว่างบุคคล : Interpersonal Level



- ความดึงดูดใจ
- ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
- การตอบสนองในทันที

- ความไวเนื้อเชื่อใจ
- ความสัมพันธ์ระหว่าง
บทบาทและสถานภาพ



ระดับองค์กร : Organizational Level



ระดับมวลชน : Mass Level





วัฒนธรรมแปลก ๆ จากมุมโลก

ท่าทางเหมือน แต่ ต่างความหมาย

Ans. Greece



**Extend Your Hand,
Palm Outward in Greece**



**Ans. Middle
East**

**Give the Thumbs-Up In The
Middle East**





Ans. China

**Finish Your Meal In Thailand /
The Philippines / China**

**Ans. Saudi
Arabia**



**Say “Hi” to a Member of the
Opposite Sex in Saudi Arabia**



Ans. Russia

**Give an Even Number of
Flowers in Russia**

**Ans. India
Africa
Srilanka
Middle East**



**Give a Gift With Your Left Hand,
Pretty Much Anywhere**



Ans. Brazil

Give the "OK" Sign in Brazil



ความตระหนกทางวัฒนธรรม

Cultural Shock

Culture Shock (Kalvero Oberg)

ความตระหนกวัฒนธรรมเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน บางครั้ง
เกิดขึ้นภายหลังที่พัก อันเป็นความกังวล ซึ่งเกิดจากการสูญเสีย
สัญลักษณ์บางอย่างที่คุ้นเคย



การทำงานร่วมกันในกลุ่มสังคมที่ความแตกต่าง
ทางด้านวัฒนธรรมมาก จึงทำให้เกิดความยากลำบากในการ
ปรับตัว และต้องทุกข์ เรียกว่า ภาวะตื่นตระหนกทาง
วัฒนธรรม และจะหายไปต่อเมื่อมีการปรับตัวเข้ากับ
สภาพแวดล้อมนั้นได้

Culture
SHOCK

การปรับตัว

กับ

Culture
SHOCK

**Step 4 :
Devolution**

ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรม

Step 3 : Participle

เรียนรู้มากยิ่งขึ้น

**Step 2 : Self -
alignment**

สนใจกลับสิ่งที่ไม่คุ้นเคย

Step 1 : Discovery

ตื่นเต้นและรู้สึกยินดี

ปัจจัยที่มีผลต่อ

ระดับของ

Culture
SHOCK



Predisposition

Host-Environment

Roles of medias, Law and religious.

Culture

Sociology

การปรับตัวทางวัฒนธรรม



Intercultural Communication

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

- **Interpersonal**
- **communication**
- **Non-mediated**
- **Face to face**
- **Interaction**

≠

- เปรียบเทียบว่าคนใน
แต่ละวัฒนธรรม
สื่อสารต่างกันอย่างไร

การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

Cross-cultural Communication

วัฒนธรรมหลัก

วัฒนธรรมของสังคมใหญ่
สังคมใหญ่เป็นสังคมที่
ประกอบด้วยสังคมย่อยๆ
หลายสังคม

- วัฒนธรรมย่อยตามเชื้อชาติ (Ethnic)
- วัฒนธรรมย่อยตามเกณฑ์อายุ (Age)
- วัฒนธรรมย่อยตามท้องถิ่น (Regional)
- วัฒนธรรมย่อยตามอาชีพ (Occupational)
- วัฒนธรรมย่อยตามเพศ (Sex)

รูปแบบพฤติกรรมของคน
กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่มีลักษณะ
เด่นเป็นเอกลักษณ์ของ
ตนเอง



วัฒนธรรมรอง

ความแตกต่างทางวัฒนธรรมในระดับต่างๆ

ซีกโลกตะวันออก-ตะวันตก (east-west)

ทวีป (continental)

ประเทศ (national)

รัฐ / ภาค (regional)

กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ
(ethnic)

กลุ่มสังคมวัฒนธรรมต่างๆ
(socio-cultural group)

ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ เพศ

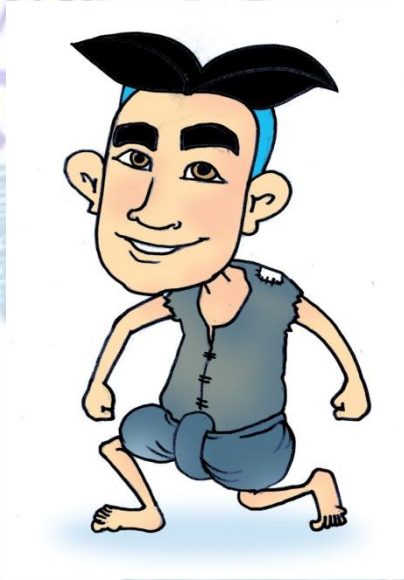
ฯลฯ

กลุ่มสังคมวัฒนธรรมต่างๆ
(socio-cultural group)

ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ

เพศ ฯลฯ

ปัจจัยแตกต่างทางวัฒนธรรม



Culture SHOCK



การปรับตัวทางวัฒนธรรม

การเลือกปฏิบัติตัวในวัฒนธรรมเจ้าบ้าน

- สามารถพูดภาษาที่ใช้ในวัฒนธรรมนั้น
- มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเจ้าบ้าน
- ลดความคิดแบบเหมารวมของคนชาตินั้น
- มีทัศนคติที่ดีกับวัฒนธรรมและคนในชาติ
- มีความใกล้ชิดสนิทสนมกับสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมนั้น
- หาจุดที่เหมือนกันระหว่างวัฒนธรรมเรากับวัฒนธรรมเขา
- มีเครือข่ายการติดต่อสื่อสารร่วมกัน
- มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองในเชิงบวก

แนวทางที่ 1 การลดความไม่แน่ใจด้วยการเข้าใจ

1.1 การบรรยายถึงลักษณะพฤติกรรมของคนต่างวัฒนธรรม
ช่วยทำให้เกิดความเข้าใจ แต่การประเมินอาจทำให้เกิด
ความเข้าใจที่ผิด

- การบรรยายพฤติกรรมคือ พูดยในสิ่งที่เห็น ไม่มีการแต่งเติม
การบรรยายนั้น
- พยายามทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมที่ผู้อื่นปฏิบัติต่างจากเรา
และพยายามปรับเปลี่ยนการตีความของเราเมื่อมีปฏิสัมพันธ์
ผู้อื่นให้ดีขึ้น

วิธีการหาความรู้เกี่ยวกับคนต่างวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

- หยุดและบรรยายได้ว่าเราเห็นอะไร
- มองที่การตีความว่าเราเลือกให้ความหมายแก่พฤติกรรมนั้นอย่างไร
- ไม่สามารถคาดเดาได้ เราต้องหาข้อมูลเพิ่มเติม
- ร่างบทสรุปว่าเราตีความอย่างไรกับสิ่งที่เกิดขึ้น
- รวบรวมข้อสรุป และความเข้าใจของเราเกี่ยวกับกลุ่มวัฒนธรรมนั้น



1.2 ความรู้เรื่องวัฒนธรรมและภาษาเป็นสิ่งที่จำเป็นในการ ทำความเข้าใจพฤติกรรมของคนต่างวัฒนธรรม

- การศึกษาภาษาของชาติเขา เข้าใจภาษา ก็จะทำให้เข้าใจ
วัฒนธรรม



1.3 ความคาดหวังมีอิทธิพลต่อการทำความเข้าใจคนต่างวัฒนธรรม

การมองเหมารวม (**stereotype**) ที่เรามีต่อคนต่างวัฒนธรรม ทำให้เราเกิดความคาดหวังเกี่ยวกับประสบการณ์ของเราขณะที่ต้องอาศัยอยู่ในที่ต่างวัฒนธรรม ถ้าเรามีใจเปิดกว้าง มีทัศนคติ และการมองเหมารวมในทางที่ดี เราก็จะคาดหวังประสบการณ์ไปในทางที่ดี

แนวทางที่ 2 ลดความกังวลใจ

การลดความกังวลใจ ด้วยการจัดการตอบสนองทางอารมณ์ของเราอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1 ความวิตกกังวลและความเครียดเป็นเรื่องธรรมดาที่ต้องเกิดขึ้น เมื่อเข้าไปอยู่ที่ต่างวัฒนธรรมและต้องปฏิสัมพันธ์กับคนต่างชาติ

- กังวลว่าจะเกิดผลลบต่อตนเอง
- กลัวผลลบจากการสื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรม
- กลัวคนต่างวัฒนธรรมจะประเมินเราในทางลบ
- กลัวสมาชิกในกลุ่มตนไม่ยอมรับ



2.2 ยิ่งยืดหยุ่น ยิ่งเป็นผลดี เพราะจะช่วยให้เราสามารถ
รับมือกับความวิตกกังวลและความเครียดได้ เมื่อเราต้อง
ปฏิสัมพันธ์กับคนต่างวัฒนธรรม

การปรับตัวพฤติกรรมของเราให้เข้ากับสถานการณ์
ด้วยท่าทาง กิริยาที่เหมาะสม ต้องรู้จักสังเกตพฤติกรรม
ที่คนในวัฒนธรรมนั้นปฏิบัติกัน



2.3 เราสามารถใช้กลยุทธ์รับมือเพื่อขจัดความวิตกกังวลและความเครียดในที่ต่างวัฒนธรรม เหมือนกับกลยุทธ์ที่เราใช้ในวัฒนธรรมเราเองก็ได้

การสร้างเครือข่ายสนับสนุนการสร้างสัมพันธภาพกับคนในวัฒนธรรมใหม่ ในรูปแบบเพื่อนที่อยู่วัฒนธรรมนั้น

อุปสรรคในการปรับตัวที่สำคัญ คือ

วิตกกังวลและความเครียด



Gudykunt และ Hammer (1988)

“จะต้องลดความไม่แน่ใจ
ความเครียดและความกังวลที่มีอยู่ จะ
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวได้
ดียิ่งขึ้น”



**การปรับตัวท่ามกลางวัฒนธรรมที่
หลากหลาย**

เงื่อนไข

ลดความไม่แน่ใจ
ความเครียดและ
ความกังวล



สิ่งที่ต้องทำ

การทำตัวเองให้
คุ้นเคยกับ
วัฒนธรรม

รูปแบบความ
หลากหลายทาง
วัฒนธรรม

Ethnocentrism

Acculturation

Assimilation

Test



India





HELLO

TI PUBET

SALUT

MERHABA

你好

China



Thailand

CIA

BONJOUR

SHALOM

ALOHA

HALLO

OLÁ

你好

องค์ประกอบ ทางสังคมวัฒนธรรม



สมาชิกภาพใน
กลุ่มสังคม

การรับรู้ตนเอง

บทบาททางสังคม

ความคาดหวังต่อ
ความสัมพันธ์ของ
บุคคลในสังคม

สมาชิกภาพในกลุ่มสังคม

กลุ่มที่เป็นสมาชิก



กลุ่มอ้างอิง

- กลุ่มที่ต้องการเป็นสมาชิก
- ชี้นำพฤติกรรม

ความแตกต่างทางวัฒนธรรมตามความเป็น

สมาชิกภาพ

- การแบ่งเชื้อชาติกลุ่มใหญ่และตามถิ่นกำเนิด
- เกิดความลำเอียงทางการสื่อสาร

- มีจุดเริ่มต้นเหมือนกันแม้อยู่คนละที่ก็ได้

Racial Groups

Ethnic Groups

Majority and Minority Group

Ingroup and outgroup

- คนกลุ่มน้อยมักถูกขัดเกลาทางสังคมให้ต่างจากคนกลุ่มใหญ่
- คนกลุ่มน้อยไม่ต้องการเป็นรอง และมีลักษณะชาตินิยม

- มักคาดหวังกลุ่มเดียวกันมีความคิดและพฤติกรรมเหมือนกัน
- โน้มเอียงและเข้าข้างกลุ่มตัวเรา

การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง

* **Social Identity** คือสิ่ง
สำคัญในการสื่อสารกับคนต่าง
วัฒนธรรม

การรับรู้เกี่ยวกับ
ตนเอง

Socio -
Cultural

การให้ค่าของตนเอง

เกณฑ์ของตน

=

เกณฑ์สังคม

สิ่งสำคัญในการสื่อกับคนต่างวัฒนธรรม

Social Identity

การรับรู้
สมาชิก

การให้คุณค่า

นัยยะทาง
อารมณ์

การประเมินและการแสดงตัวตนในกลุ่ม

Cultural Difference and Self Concept



ธรรมชาติและบทบาทความสัมพันธ์ทางสังคม

ระดับความ
เป็นบุคคลและ
ความเป็น
ส่วนตัว

ระดับความ
เป็นทางการ

ระดับความ
เหลื่อมล้ำระหว่าง
บุคคลหรือระดับ
ชนชั้นในสังคม

ระดับการ
อนุโลมให้
เบี่ยงเบนไป
จากมาตรฐาน

ความคาดหวังในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ระดับความสัมพันธ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ ล้วนแต่ต้องเข้าใจเกี่ยวกับ

- รูปแบบความสัมพันธ์

- กระบวนการสร้างความสัมพันธ์

- ความคาดหวังความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล

จัดระดับความสัมพันธ์ของบุคคล

เป็นมิตร	ศัตรู
เท่าเทียม	ไม่เท่าเทียม
สนิท	ผิวเผิน
เน้นความสัมพันธ์	เน้นงาน

ความคาดหวังในพฤติกรรมการ

สื่อสารระหว่างบุคคล

มิติ 1

Association

Dissociation

มิติ 2

Superordination

Subordination

มิติ 3

Intimacy

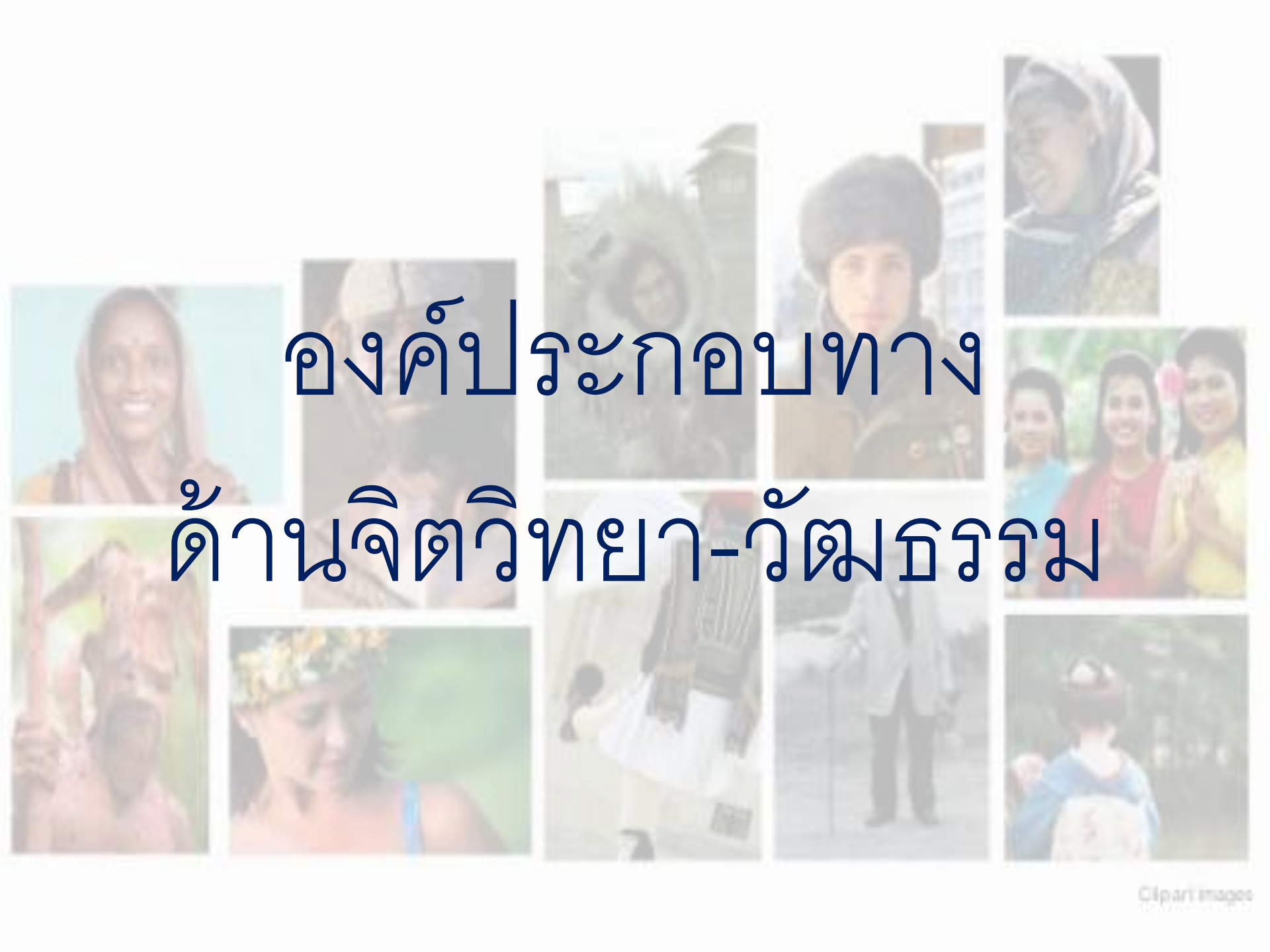
Formality

มิติ 4

Overt

Covert

องค์ประกอบทาง ด้านจิตวิทยา-วัฒนธรรม



Psycho-Cultural Influence

ผู้ส่งสาร

ผู้รับสาร



เข้าใจ - ตีความ

- ส่งสารกลับ

กระบวนการภายในตัวบุคคล ซึ่งทำให้เกิดความคิดทัศนคติ การรับรู้ การตีความ และรูปแบบทางความคิดที่แตกต่างอันเกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ และกระบวนการขัดเกลาทางสังคม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางจิตวิทยา-วัฒนธรรม

- กระบวนการรับรู้
- รูปแบบทางความคิด
- องค์ประกอบอื่น ๆ

กระบวนการรับรู้

การเลือกสาร



การเรียบเรียง
สาร



การตีความสาร

กระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดความตีความ
เข้าข้างตนเองและมองคนอื่นผิด

รูปแบบทางความคิด

ระดับวัฒนธรรม

- แบบเส้นตรง
- แบบไม่อิงการตีความ
- รูปแบบความคิดแบบกว้าง
และแบบแคบ

ระดับบุคคล

- การคิดแบบนิรนัย
- การคิดแบบอุปนัย

อุปสรรคที่มีผลต่อการสื่อสาร

- การคิดแบบเหมารวม

- ทัศนคติระหว่างกลุ่ม

- ความไม่แน่ใจ

การคิดแบบเหมารวม

ภาพหรือลักษณะของบุคคลกลุ่ม
หนึ่งที่อยู่ในการคิดของเรา

Hewstone and Brown :

- บุคคลมักถูกแบ่งแยกจากบุคคลิกที่เห็นชัด
- ทัศนคติจะถูกนำมาใช้เป็นเหตุผลในการอธิบายถึงพฤติกรรมของคนในกลุ่มนั้น
- ทัศนคติจะถูกนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมของสมาชิกคนในกลุ่มที่ถูกมองแบบเหมารวม

ทัศนคติระหว่างกลุ่ม

Cognitive Component

- ความคิด ความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- การตัดสินใจที่ปลอดจากอารมณ์ แต่ใช้ความเชื่อ

Affective Component

- การใช้อารมณ์ในการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Coative Component

- ความตั้งใจ เจตนาที่จะแสดงออก
- สัมพันธ์ต่อความรู้สึก สติ เหตุและผลในการแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทัศนคติระหว่างกลุ่มที่มีผลต่อการสื่อสารต่าง

วัฒนธรรม

Ethnocentrism :

3 ระดับทางด้านระยะห่างการสื่อสาร คือ

- 1.** ระยะห่างที่เกิดจากการไม่แยแสใส่ใจ
- 2.** ระยะห่างที่เกิดจากการหลีกเลี่ยง
- 3.** ระยะห่างที่เกิดจากการดูถูก ดูหมิ่น

ทัศนคติระหว่างกลุ่มที่มีผลต่อการสื่อสารต่าง

วัฒนธรรม

Prejudice :

6 อคติ

- Red Racism
- Symbolic Racism
- Tokenism
- Arm's length prejudice
- Real likes and dislikes
- Familiar and Unfamiliar

ทัศนคติระหว่างกลุ่มที่มีผลต่อการสื่อสารต่าง

วัฒนธรรม

Uncertain and Anxiety :

Uncertain

- Predictive Uncertainty**
- Explonatory Uncertainty**

Variable of Anxiety

- ความสัมพันธ์ในอดีต**
- Intergroup Cognitive**
- The Situational Factors**

Intergroup Anxiety

affect 3 sides as follows :

Behavioral

Cognitive

Affective

องค์ประกอบทางสภาพแวดล้อม
ที่มีผลต่อการสื่อสารข้าม
วัฒนธรรม

สภาพแวดล้อมการสื่อสาร คือ สิ่งรอบตัวของผู้ใช้สื่อสารนอกเหนือจากองค์ประกอบอื่น โดยเป็นสถานที่ซึ่งมีการจัดสถานที่ บรรยากาศ เวลา โอกาส และเหตุการณ์อื่นๆไว้

ยกเว้น ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการสื่อสาร อาทิ สภาพอากาศ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือระหว่างการสื่อสาร

ความสัมพันธ์สภาพแวดล้อมต่อการสื่อสาร

การสื่อสารของสังคมแตกต่างกันตามแต่สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย ซึ่งมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมอย่างมาก เนื่องด้วยวัฒนธรรมเกิดจากการปรับตัวของมนุษย์ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมนั้นๆ อันส่งผลให้เกิดความแตกต่างกันหลายด้าน รวมไปถึงด้านการสื่อสารอีกด้วย

สภาพแวดล้อม

วัฒนธรรม

ภูมิประเทศ

ค่านิยม

ภูมิอากาศ

วิถีชีวิต/วิถีคิด

สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง

ประเพณี/พิธีกรรม

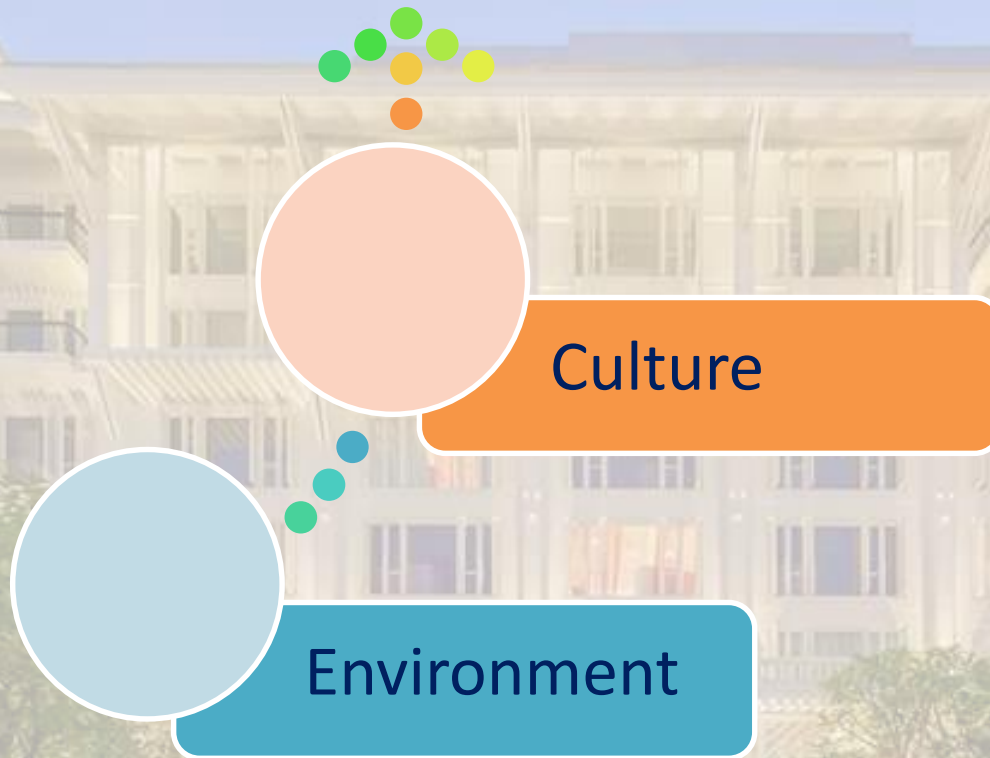
เทคโนโลยี

ภาษา

สื่อมวลชน

การแต่งกาย แฟชั่น

Understanding Cross Cultural Communication



“We shape our buildings, and afterwards our buildings shape us”Winston Churchill said

A modern, multi-story building with a courtyard and a swimming pool. The building has a light-colored facade and multiple balconies. The courtyard is lush with greenery, including trees and plants. A swimming pool is visible in the foreground, reflecting the sky and the building. The overall scene is bright and sunny.

อิทธิพลทางสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการสื่อสารกับ บุคคลต่างวัฒนธรรม

- 1.สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment)
- 2.สภาพแวดล้อมทางจิตวิทยา (psychological environment)

หลายคนเชื่อว่า

“สภาพแวดล้อมทางจิตวิทยามีความสำคัญต่อพฤติกรรมมากกว่า
ทางกายภาพ”

ทั้งนี้ ระดับความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ประกอบด้วย
อย่างน้อย 5 ระดับ ดังนี้

- 1.ความรู้สึกที่มีต่อสภาพแวดล้อมนั้น
- 2.การใช้ช่องว่างและการจัดการกับเนื้อที่ว่าง
- 3.การจัดประเภทของปรากฏการณ์ต่างๆ รวมถึงการนอยามสภาพเหตุการณ์
- 4.การกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- 5.วิถีคิดของเราที่กำหนดว่าสิ่งใดควรไม่ควร

การใช้พื้นที่

ระยะห่าง

และเวลา

ในการติดต่อสื่อสาร

ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่กับการติดต่อสื่อสาร

1.The Fixed Features - สภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถเคลื่อนที่หรือเปลี่ยนแปลงได้

ความแตกต่างสังคมเมืองและสังคมชนบท

Ex. ครอบครัวอเมริกัน

1. the authority – centered home
- 2.The social-centered home

2.Semi – Fixed Features –สภาพแวดล้อมกึ่งเคลื่อนที่ได้ เป็นการจัดพื้นที่สิ่งทีเคลื่อนที่ได้ภายในห้อง ทั้งขนาดและตำแหน่ง

ทำให้เกิดการสื่อสารที่ต่างกันออกไปจากการจัดสถานที่

การจัดที่เน้นปัจเจกและเน้นกลุ่ม

3.The dynamic Features - สภาพแวดล้อมที่เคลื่อนที่ได้

Ex. การเคลื่อนไหวของการสื่อสารของคนตะวันออกกลางกับคนยุโรป

การให้ความสำคัญกับพื้นที่ส่วนตัวในการปฏิสัมพันธ์ตลอดจนสื่อสารทัศนคติ

ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้ระยะห่างกับการติดต่อสื่อสาร



ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้เวลากับการติดต่อสื่อสาร

Monochronic Time (M-Time)

เป้าหมายแน่นอนในการทำงานโดยมีการจัดตารางไว้ และทำงานเพียงอย่างจนเสร็จ แต่เมื่อเวลาหมดก็หยุดกิจกรรมนั้นไม่เสร็จหรือไม่ก็ตาม อาทิ ยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น



ลักษณะ

- การจัดตารางเวลาเหนือกว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- เวลานัดหมายยื่นหยุ่นไม่ได้
- ทำงานเพียงอย่างเดียวนในช่วงเวลาหนึ่ง
- ให้ความสำคัญกับการหยุดพักและเรื่องส่วนตัวมากกว่ายึดติดกับคนอื่น
- เวลาเป็นสิ่งที่แน่นอน
- เวลาส่วนตัวและทำงานจะแยกออกจากกัน
- การทำงานในองค์กรจะถูกวัดเป็นชั่วโมง นาที

ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้เวลากับการติดต่อสื่อสาร

Polychronic Time (P-Time)

สามารถทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกันได้
ยึดติดกับตารางเวลา สามารถยืดหยุ่นได้เพื่อความสำเร็จ
ของกิจกรรมนั้นๆ อาทิ ลาตินอเมริกา อาหรับ เอเชีย
แอฟริกา ฯลฯ



ลักษณะ

- ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าการจัดตารางเวลา
- เวลานัดหมายยืดหยุ่นได้
- สามารถทำงานหลายงานในช่วงเวลาเดียวกันได้
- ให้ความสำคัญกับคนอื่นมากกว่าการหยุดพัก
- เวลาส่วนตัวและทำงานจะแยกออกจากกันไม่ได้
- การทำงานในองค์กรจะถูกวัดโดยความสำเร็จอย่างมีส่วนร่วม
- เวลายืดหยุ่นได้และเป็นสิ่งไม่แน่นอน



“Time is money”
“He who hesitates is lost”



“Think 3 time before you
act”



A man in a dark suit is bowing slightly towards a woman in a dark business suit. The woman is gesturing with her right hand towards the man. The background is plain white.

อุปสรรคและปัญหาในการ สื่อสารต่างวัฒนธรรม

อุปสรรคในการสื่อสารกับบุคคลต่างวัฒนธรรม

-การไม่เข้าใจและขาดความรู้ภาษานั้นๆ
-การขาดความรู้วัฒนธรรมนั้นๆ
-ความแตกต่างทางการรับรู้และวิธีคิด

1. อุปสรรคด้าน
ความรู้และ
ความคิด

2. อุปสรรคด้าน
ทัศนคติและ
ความรู้สึก

-ขาดประสิทธิภาพในการรับรู้
-มีทัศนคติที่เป็นอุปสรรค
-ขาดอารมณ์และความรู้สึกเกื้อหนุน

3. อุปสรรคด้าน
พฤติกรรม

พฤติกรรมบางอย่างที่เป็นอุปสรรคต่อการ
สร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคคล



การไม่เข้าใจทั้งตัวภาษาและการใช้ระดับของภาษา ทั้ง
วจนและอวจนภาษา รวมถึงปัญหาหลัก คือ นัยยะของ
ความหมายแฝง



-มีประสบการณ์น้อยหรือเพียงผิวเผิน
-รู้เพียงกว้าง หรือ รู้แต่เพียงวัฒนธรรมหลักๆเท่านั้น
-รู้จากข้อมูลที่ผิดพลาด ไม่ตรงกับสภาพที่เป็นจริง



การคิดและการเข้าใจ ตลอดจนมุมมองต่างๆของแต่ละ
วัฒนธรรมที่มีลักษณะที่ต่างกันออกไป



- Freezing perception
- Stereotype
- Black and white perception
- Jumping perception


ขาดการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ

ทัศนคติที่เป็นอุปสรรค

- Bias and Prejudice
- ethnocentrism

- การยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรมอื่น
- การแสดงออกของเจ้าของวัฒนธรรมในทางบวกแก่คนต่างวัฒนธรรมเพื่อลดความตระหนกและปรับตัวทางวัฒนธรรมได้

ขาดอารมณ์และ
ความรู้สึกร่วม



3.อุปสรรคด้าน
พฤติกรรม

อาทิเช่น

- ไม่ใส่ใจหรือไม่สนใจที่จะเรียนรู้
- ไม่กล้าเผชิญหรือพบปะ หรือปรับตัวกับบุคคลต่างวัฒนธรรม
- การยึดติดกับความเชื่อ ความคิด กรอบธรรมเนียมที่เคยปฏิบัติ แต่ขาดการยืดหยุ่น
- ไม่เคารพและมองวัฒนธรรมอื่นในทางลบ
- ขาดทักษะในการใช้ภาษาที่ต่างออกไป



**ประสิทธิภาพในการสื่อสาร
ข้ามวัฒนธรรม**

ความรู้และความ
นึกคิด
(cognitive)

- Ability in others languages
- Knowledge of others cultures
- category width
- Avoid stereotype
- Differentiate between explanation, interpretation and evaluation.

อารมณ์ และ
ความรู้สึก
(Affective)

- third culture perspective
- Flexibility
- without bias and prejudice
- empathy
- Attitude based on love

พฤติกรรม
(Behavioral)

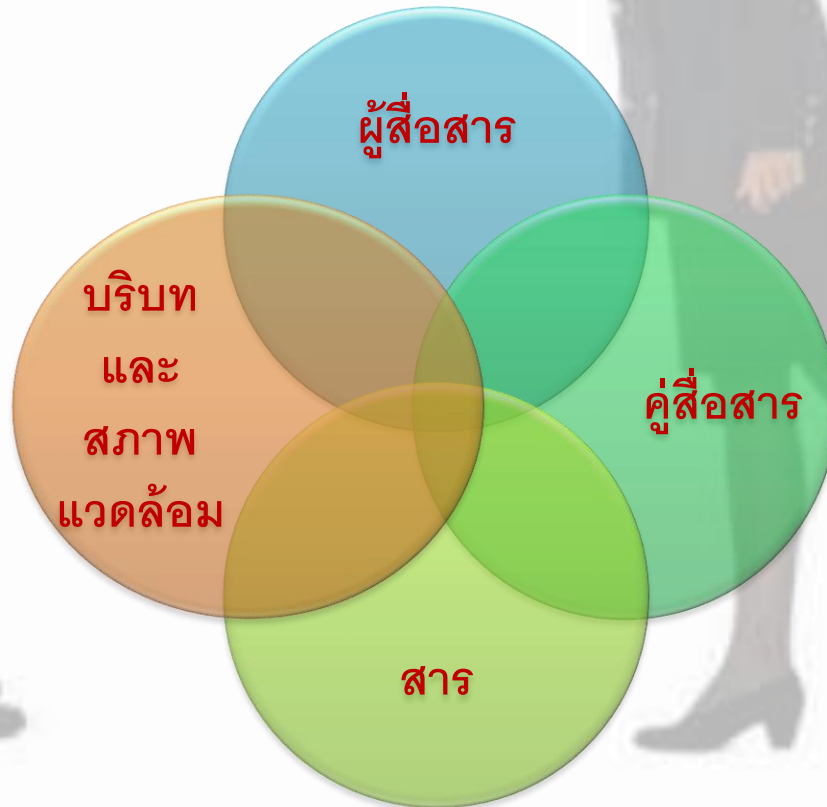
- Honor and Respect the others
- respond the others friendly
- Interaction management



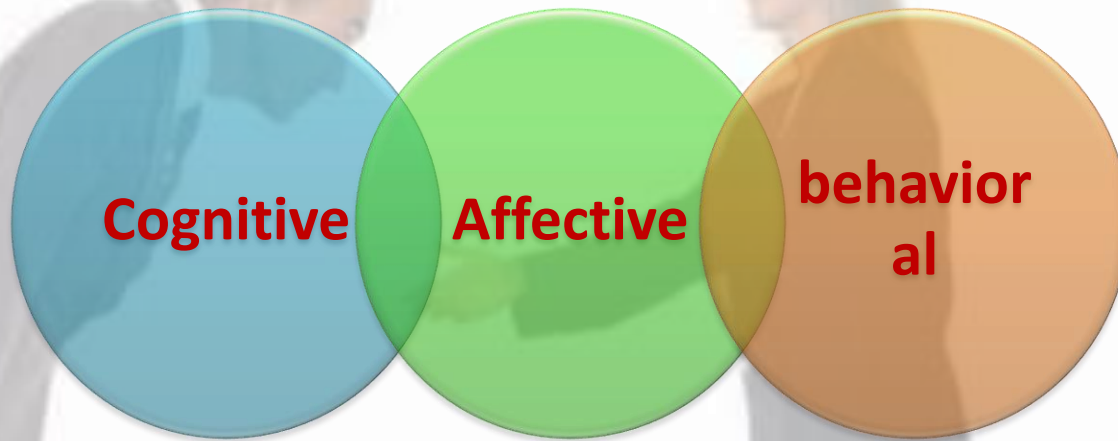
**แนวทางการพัฒนาในการ
สื่อสารข้ามวัฒนธรรม**

1.ประสิทธิภาพและความสามารถในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมสัมพันธ์กับ
ความสามารถในการปรับตัวทางวัฒนธรรม

2.ประสิทธิภาพการสื่อสารต่างวัฒนธรรมต้องอาศัยองค์ประกอบ ดังนี้



3. ทักษะและความสามารถทั้ง 3 ด้าน



4. มีพฤติกรรมที่นำไปสู่ประสิทธิภาพในการสื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรม

พฤติกรรมเชิงสนับสนุน	พฤติกรรมเชิงปกป้องตัวเอง
Description	Evaluation
Problem/issue orientation	Manipulation
Spontaneity	Strategy
Empathy	Neutrality
Equality	Superiority
Flexibility	Regidity

5.การพัฒนาบุคลากรข้ามวัฒนธรรม คือ การเรียนรู้ ดังนี้





<https://www.youtube.com/watch?v=SYbynThuONs>

https://www.youtube.com/watch?v=glywa5MxbE4&ebc=ANyPxKqAihscwxYQTK0FDbwwaKk86MqyEZvrOBlyMizii9Vkf_a24muAqCHFY807qi0CyGOQDQ5-XZ1aQU4UMwLsMJ-ftsKT3A

<https://www.youtube.com/watch?v=LQQtoyStMe4>

<https://www.youtube.com/watch?v=XUO59Emi3>

[eo](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=blu34t4wu>

[o](#)