



พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

CONSUMER BEHAVIOR IN TOURISM

ดร.วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์

ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง เหรียญทอง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

M.Sc. (International Hotel Management) University of Surrey, U.K.

Ph.D. (Tourism) University of Surrey, U.K.

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

CONSUMER BEHAVIOR IN TOURISM

| | |
|---------------------|---|
| ผู้แต่ง | ดร.วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์ |
| สงวนลิขสิทธิ์ | การทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ต้องได้รับความยินยอมจากผู้แต่ง |
| พิมพ์ครั้งที่ 3 | เดือนกรกฎาคม 2552 |
| จำนวน | 360 เล่ม |
| เจ้าของ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| ผู้พิมพ์และผู้โฆษณา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัญญ์ ภั้งคานนท์ |
| จัดพิมพ์โดย | สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทร. 0-2902-0299 ต่อ 2850-2852 โทรสาร 0-2902-0299 ต่อ 2850 http://bupress.bu.ac.th e-Mail: bupress@bu.ac.th |
| จัดจำหน่ายโดย | ร้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำกัด 119 ถนนพระราม 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทร. 0-2350-3500 ต่อ 1340 |

ข้อมูลของบัตรรายการ

Cataloging in Publication Data

วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์.

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว = Consumer behavior in tourism / วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์ ;
ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. -- พิมพ์ครั้งที่ 3. --
ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2552.

128 หน้า : ภาพประกอบ.

บรรณานุกรม.

1. นักท่องเที่ยว--พฤติกรรม. 2. พฤติกรรมผู้บริโภค. (1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยว. (2) ชื่อเรื่อง. (3) ชื่อเรื่อง : Consumer behavior in tourism.

G155 .A1 ว344พ 2552

CIP

ได้รับแจ้งความตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 เลขที่ 1/2549

ธุรกิจการท่องเที่ยวได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่จะมีการขยายตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นหัวข้อที่มีการพูดถึงกันเป็นอย่างมาก การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว ล้วนเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวในยุคสมัยนี้มีความต้องการที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้นักการตลาดต้องเร่งที่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะเข้าใจความแตกต่างของนักท่องเที่ยวและเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการเหล่านั้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ความรู้และความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน เพื่อนำไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจและการซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่งจะได้รับความสนใจจากธุรกิจเมื่อไม่นานมานี้ วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้พัฒนามาจากวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเป็นการนำ 4 ศาสตร์หลักที่สำคัญคือ จิตวิทยา สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ มารวมไว้ด้วยกัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงนับว่าเป็นวิชาที่ค่อนข้างใหม่สำหรับการศึกษาวิชาทางการท่องเที่ยวและการโรงแรม ตำราเล่มนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนวิชา ทร. 328 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับนักศึกษาภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้เขียนมีความมุ่งหวังว่าตำราเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนในวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และเนื่องจากตำราทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าตำราเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ในวงกว้างต่อนักศึกษาในสถาบันอื่นที่มีการเรียนการสอนทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และผู้สนใจศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วไป

ผู้เขียนขอขอบคุณเจ้าของตำราทุกท่านที่ผู้เขียนได้นำข้อความมาเรียบเรียงไว้ในตำราเล่มนี้ และขอขอบคุณ ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ ศรีภักดิ์บุญ ที่ช่วยอ่านและให้ข้อเสนอแนะดีๆ ให้แก่ตำราเล่มนี้ นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณสามีและลูกสาวที่ช่วยเป็นแรงบันดาลใจและกำลังใจที่ดีที่สุดในการเรียบเรียงหนังสือเล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ประโยชน์อันใดที่เกิดจากตำราเล่มนี้ ผู้เขียนขออุทิศคุณความดีทั้งหมดนี้แก่บิดามารดา ครู อาจารย์ ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้เขียนตลอดมา

| | หน้า |
|----------------|---|
| คำนำ | (3) |
| สารบัญ | (5) |
| สารบัญภาพ | (9) |
| สารบัญตาราง | (10) |
| บทที่ 1 | บทนำ |
| | 1 |
| | ความนำ |
| | 1 |
| | ความหมายของการท่องเที่ยว |
| | 1 |
| | ความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว |
| | 2 |
| | ความแตกต่างระหว่างสินค้าทางการท่องเที่ยวกับสินค้าทั่วไป |
| | 4 |
| | ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว |
| | 5 |
| | สหวิทยาการในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว |
| | 6 |
| | ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว |
| | 6 |
| | การวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว |
| | 8 |
| | สรุป |
| | 9 |
| | คำถามท้ายบท |
| | 10 |
| บทที่ 2 | รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทนักท่องเที่ยว |
| | 11 |
| | ความนำ |
| | 11 |
| | รูปแบบการท่องเที่ยว |
| | 11 |
| | ประเภทของนักท่องเที่ยว |
| | 15 |
| | สรุป |
| | 19 |
| | คำถามท้ายบท |
| | 21 |
| บทที่ 3 | ความต้องการท่องเที่ยว |
| | 22 |
| | ความนำ |
| | 22 |
| | ความหมายของความต้องการ |
| | 22 |
| | ลักษณะสำคัญของความต้องการ |
| | 23 |
| | ทฤษฎีความต้องการท่องเที่ยว |
| | 24 |
| | สาเหตุของความต้องการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนมากขึ้น |
| | 26 |
| | ปัจจัยสนับสนุนความต้องการท่องเที่ยว |
| | 27 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| | ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความต้องการท่องเที่ยว | 29 |
| | ผลจากความต้องการท่องเที่ยวไม่ได้รับการตอบสนอง | 31 |
| | ความขัดแย้งของความต้องการ | 31 |
| | สรุป | 32 |
| | คำถามท้ายบท | 33 |
| บทที่ 4 | แรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 34 |
| | ความนำ | 34 |
| | ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 34 |
| | คุณลักษณะของแรงจูงใจ | 35 |
| | บทบาทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 36 |
| | แรงจูงใจในการซื้อสินค้า | 37 |
| | ประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 37 |
| | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 40 |
| | แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและการเลือกแหล่งท่องเที่ยว | 41 |
| | ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 42 |
| | สรุป | 43 |
| | คำถามท้ายบท | 44 |
| บทที่ 5 | ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว | 45 |
| | ความนำ | 45 |
| | ปัจจัยภายใน | 46 |
| | - บุคลิกภาพ | 46 |
| | - การรับรู้ | 49 |
| | - การเรียนรู้ | 50 |
| | - ทักษะ | 51 |
| | ปัจจัยภายนอก | 53 |
| | - ครอบครัว | 53 |
| | - ชั้่นสังคม | 55 |
| | - วัฒนธรรมและวัฒนธรรมกลุ่มย่อย | 57 |
| | - กลุ่มอ้างอิง | 59 |
| | สรุป | 60 |
| | คำถามท้ายบท | 61 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| บทที่ 6 | การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว | 62 |
| | ความนำ | 62 |
| | ระดับการตัดสินใจในการซื้อสินค้า | 62 |
| | ลักษณะเด่นของการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว | 63 |
| | ขั้นตอนสำคัญในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว | 64 |
| | ทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว | 65 |
| | สรุป | 73 |
| | คำถามท้ายบท | 74 |
| บทที่ 7 | สถิติการท่องเที่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว | 75 |
| | ความนำ | 75 |
| | ประโยชน์ของสถิติการท่องเที่ยวต่อการเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว | 75 |
| | การจำแนกนักท่องเที่ยวเพื่อการเก็บสถิติท่องเที่ยว | 76 |
| | วิธีการเก็บข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว | 78 |
| | สถิติการท่องเที่ยวของโลก | 81 |
| | สถิติการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ | 83 |
| | สรุป | 85 |
| | คำถามท้ายบท | 86 |
| บทที่ 8 | พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนไทย | 87 |
| | ความนำ | 87 |
| | การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย | 87 |
| | การท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย | 92 |
| | สรุป | 94 |
| | คำถามท้ายบท | 95 |
| บทที่ 9 | พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ | 96 |
| | ความนำ | 96 |
| | จำนวนนักท่องเที่ยว | 96 |
| | ค่าใช้จ่าย | 97 |
| | ขนาดของกลุ่ม | 98 |
| | แรงจูงใจในการท่องเที่ยว | 98 |
| | แหล่งข้อมูล | 98 |
| | ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว | 98 |
| | กิจกรรมยอดนิยม | 99 |
| | จังหวัดหลักที่ได้รับความนิยม | 99 |
| | สรุป | 100 |
| | คำถามท้ายบท | 101 |

| | | |
|-------------------|--|------------|
| บทที่ 10 | ผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว | 102 |
| | ความนำ | 102 |
| | ผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ | 102 |
| | ผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อสังคม | 104 |
| | ผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม | 106 |
| | ผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม | 107 |
| | แนวทางการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี | 108 |
| | สรุป | 110 |
| | คำถามท้ายบท | 111 |
| | | |
| บทที่ 11 | แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต | 112 |
| | ความนำ | 112 |
| | การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต | 113 |
| | กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นในอนาคต | 113 |
| | ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว | 114 |
| | แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต | 116 |
| | ผลของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว | 118 |
| | สรุป | 120 |
| | คำถามท้ายบท | 121 |
| | | |
| บรรณานุกรม | | 122 |