

คู่มือ

ผู้ประกอบการ
TOURISM NORTH

ฉบับเข้มข้น

วนอ้อมน้ำโจ้ว
พา/แอวนน้อ
กับเส้นทาง R3A

TOURISM NORTH



**SPECIAL
ISSUES**

คู่มือผู้ประกอบการ TOURISM NORTH ฉบับเข้มข้น

บทนำ

คู่มือผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคเหนือในเส้นทาง R3A ฉบับนี้ ถูกจัดทำโดยมีเป้าหมายให้ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนได้มีความเข้าใจในความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรม รวมถึงความต้องการเชิงลึกของนักท่องเที่ยว (Tourism Inside) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังภาคเหนือ ผู้จัดทำจึงได้รวบรวมเนื้อหาที่สำคัญๆ และข้อมูลพื้นฐานทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้อง ไปจนถึงข้อแนะนำ มาเล่าให้กันฟังในรูปแบบที่กลมกล่อมและเข้มข้นแต่เข้าใจง่าย

ผู้จัดทำเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการทุกรายมีส่วนสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวทางภาคเหนือให้เป็นที่รู้จักในหมู่ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจให้กับแหล่งชุมชนในพื้นที่ไปจนถึงประเทศชาติ ให้ก้าวไปเป็นสวรรค์เมืองเหนือที่ทุกคนต้องนึกถึง โดยมีจุดเริ่มต้นจาก ความเข้าใจ ในพฤติกรรมที่แตกต่าง ท่ามกลางสภาพแวดล้อม เทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษาและนำไปปรับใช้กับธุรกิจของท่านได้ไม่มากก็น้อย

ลูกค้าคือใคร ?



ในเชิงการตลาดก็เลย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว
นั่นเอง จะเป็นใครมาจากไหนก็ได้ เพียงแค่พวกเขาเหล่านั้น
มีโอกาสที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการของธุรกิจเรา ล้วนเป็น
Target group หรือกลุ่มเป้าหมายเราทั้งสิ้น ดังนั้นใน
ฐานะผู้ประกอบการ เราจะทำอย่างไร ?

ให้ Consumer (ผู้บริโภคหรือลูกค้าทั่วไป) กลายเป็น
Customer (ผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการ) ของธุรกิจเรา



To Understand Customer
Needs or Customer Inside

คำตอบคือ

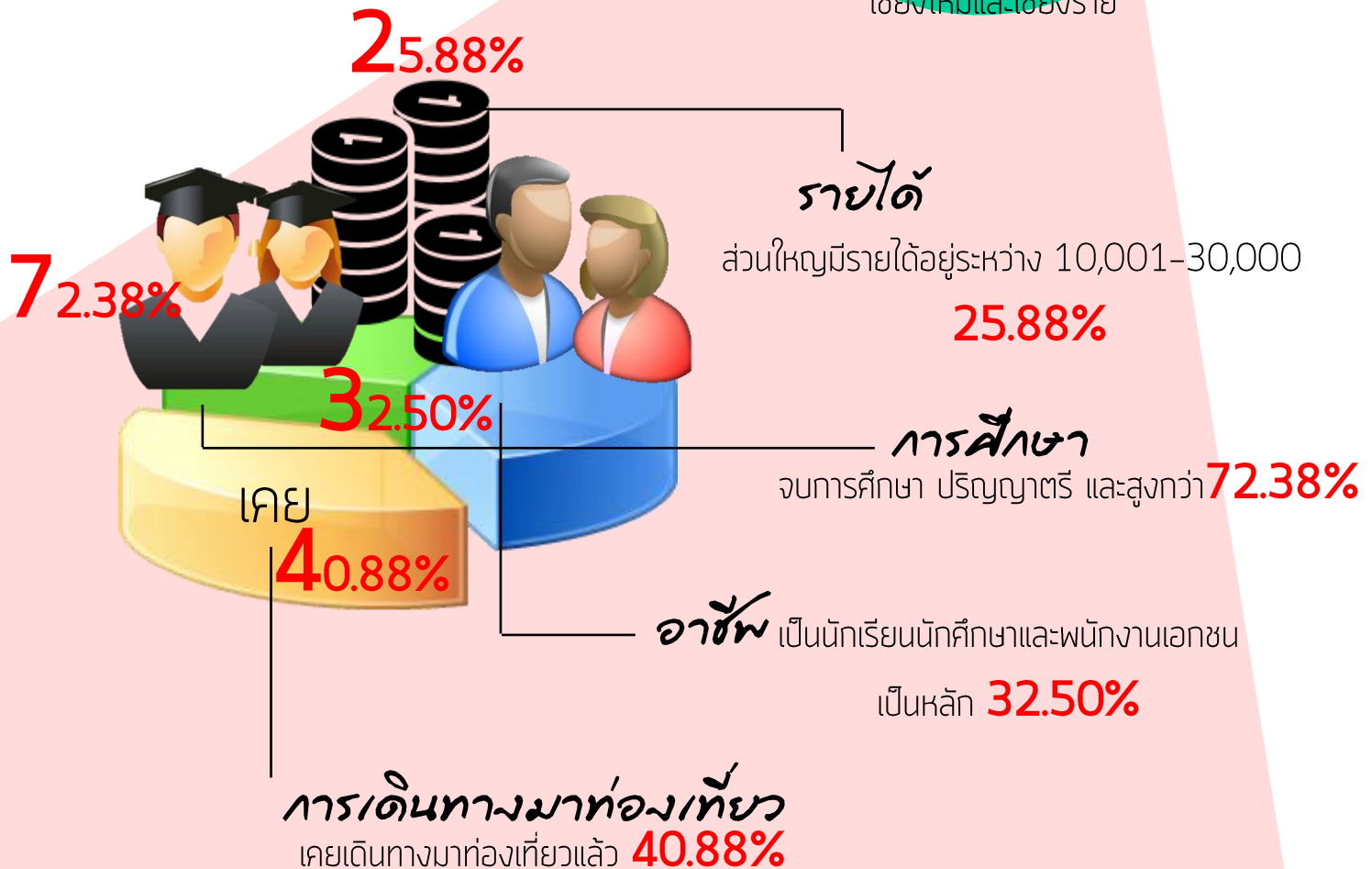


การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง
กล่าวคือ หากเราสามารถรู้ถึงความต้องการต่อ เหตุการณ์
ผลิตภัณฑ์ หรือแม้แต่การบริการ ของลูกค้า เราในฐานะ
ผู้ประกอบการก็สามารถที่จะเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการได้
อย่างตรงใจลูกค้า นั้นแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการที่ลูกค้า
จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ และเกิดความพึงพอใจใน
ที่สุด



ลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม พุทธกรรมและ
รูปแบบการท่องเที่ยว สิ่งจูงใจ และ
ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวใน
พื้นที่เชียงใหม่และเชียงราย



- จะอย่างไรให้เด้าบอกต่อ ?
- จะอย่างไรให้เด้ากลับมาอีก ?

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.63 และ ร้อยละ 45.28 ตามลำดับ) โดยมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 - 40 ปี โดยเป็นนักเรียนนักศึกษาและพนักงานเอกชนเป็นหลัก อยู่ที่ร้อยละ 32.50 เท่ากัน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า รวมคิดเป็นร้อยละ 72.38 และเคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่แล้วคิดเป็นร้อยละ 40.88 ในส่วนของรายจาก เมื่อตัดจำนวนผู้ไม่เปิดเผยข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 30,000 คิดเป็นร้อยละ 25.88 และมีรายได้สูงกว่านั้น คิดเป็นร้อยละ 31.00 เมื่อพิจารณาจำแนกตามพื้นที่ 2 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ และเชียงราย พบว่า ปริมาณนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชายในทั้ง 2 จังหวัด หากแต่ในจังหวัดเชียงใหม่สัดส่วนจะแตกต่างกันมากกว่าในจังหวัดเชียงราย อายุของนักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ส่วนมากจะต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67

ในขณะที่นักท่องเที่ยวในเชียงรายจะอยู่ในกลุ่มอายุที่สูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด เมื่อพิจารณาการกลับมาเที่ยวซ้ำ

พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ร้อยละ 51.25 เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนนักท่องเที่ยวในเชียงรายมีเพียงร้อยละ 30.5 ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่ ในขณะที่ตัวแปรอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดระหว่าง 2 จังหวัด

เมื่อจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและจีนโดยส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 และ 55.50 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอื่นๆ เป็นเพศชายโดยส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 54.00 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีอายุอยู่ใน 2 กลุ่มอายุ ได้แก่ กลุ่มต่ำกว่า 20 ปี และ กลุ่ม 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 36.75 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอายุในช่วง 20 - 30 ปี เป็นหลัก ในส่วนของอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกันทั้ง 3 กลุ่มสัญชาติ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน เมื่อพิจารณาประเด็นรายได้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสัดส่วนรายได้สูงสุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไป โดยร้อยละ 42.50 มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มที่มีรายได้
ในภาพรวมต่ำกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ และ
ถ้าหากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนมาก
จะเคยเดินทางมาในพื้นที่แล้ว คิดเป็นร้อยละ
69.00 แต่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้ง
ชาวจีน และชาติอื่นๆ มีเพียงส่วนน้อยที่เคย
เดินทางมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 13.50 และ
12.00 ตามลำดับ

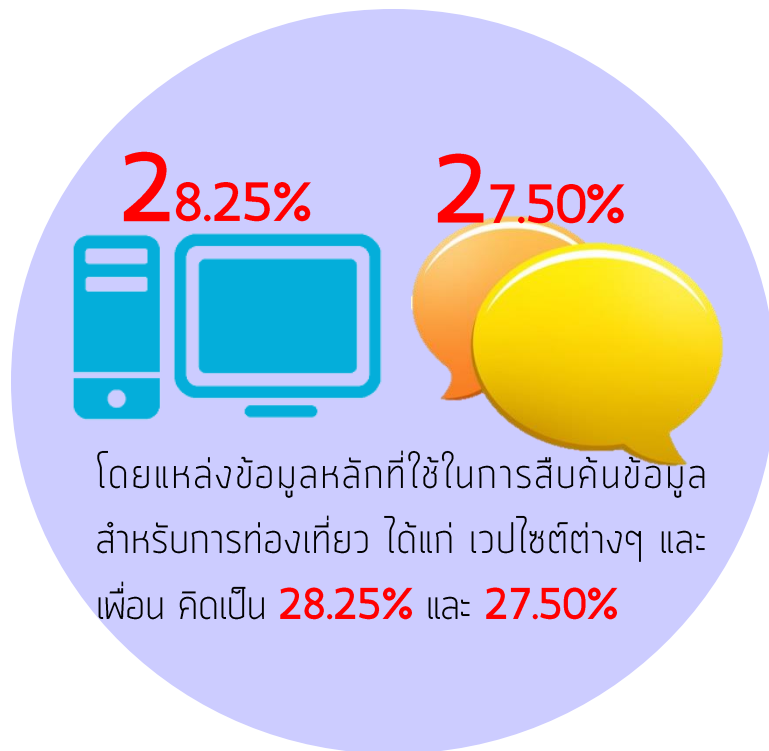
เมื่อพิจารณาจำแนกตามพื้นที่และ
สัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเพศหญิงมี
สัดส่วนมากกว่าเพศชายในทั้งเชียงใหม่และ
เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 61.00 และ
56.00 ตามลำดับ ในส่วนของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติอื่นๆ ทั่วไป พบว่า มีสัดส่วนเพศ
ชายมากกว่าเพศหญิงในทั้ง 2 จังหวัด สำหรับ
ชาวจีน พบว่า มีนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่า
ชายในเชียงใหม่ (คิดเป็นร้อยละ 64.00) แต่มี
นักท่องเที่ยวหญิงน้อยกว่าชายในพื้นที่
เชียงราย (คิดเป็นร้อยละ 47.00) ด้านอายุ
พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่จะมีอายุกระจุก
ตัวอยู่ในช่วงต่ำกว่า 30 ปี ในขณะที่
นักท่องเที่ยวในเชียงรายจะมีการกระจายของ
กลุ่มอายุมากกว่า และมีอายุในช่วง 31 – 50
ปี มากกว่าในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวคือ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังเชียงรายจะมีอายุ

มากกว่านักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ประเด็น
น่าสนใจที่เกี่ยวกับอาชีพ พบว่า
นักท่องเที่ยวชาวจีนในเชียงใหม่ส่วนมากเป็น
นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 48.00
ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนในเชียงราย
ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ
40.00 และนักศึกษา เพียงร้อยละ
24.00 ขณะที่รายได้เฉลี่ย การศึกษา และการ
มาเที่ยวซ้ำ ไม่พบความแตกต่างอย่างชัดเจน
จากภาพรวมเมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ
ในแต่ละพื้นที่



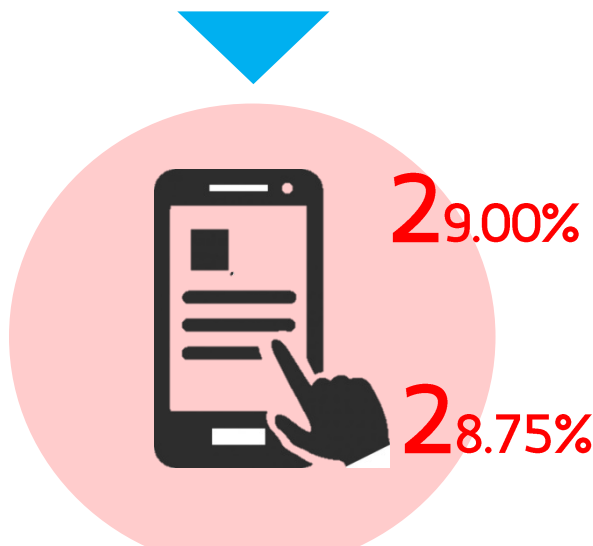
พฤติกรรม รูปแบบ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว



59.25%

นักท่องเที่ยวมีวางแผนก่อนการเดินทาง



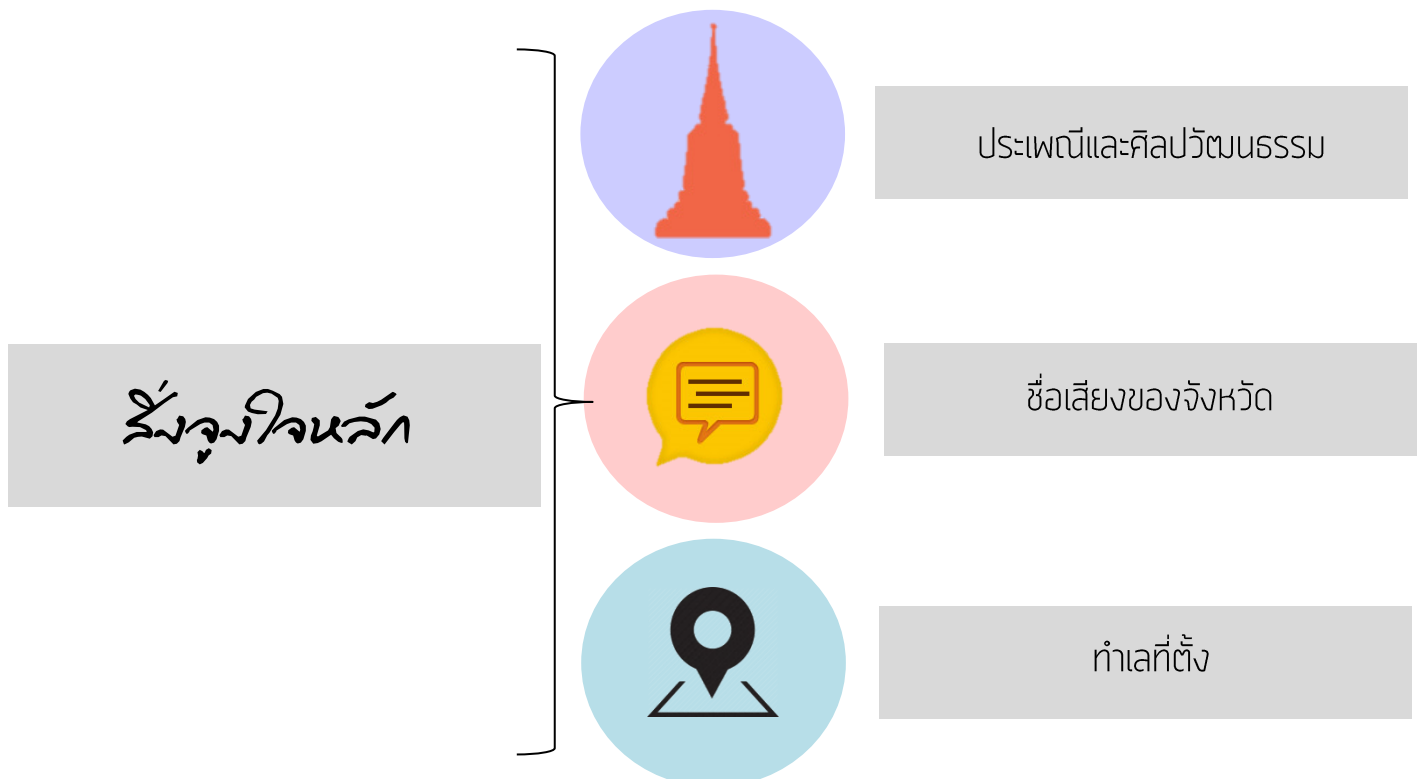
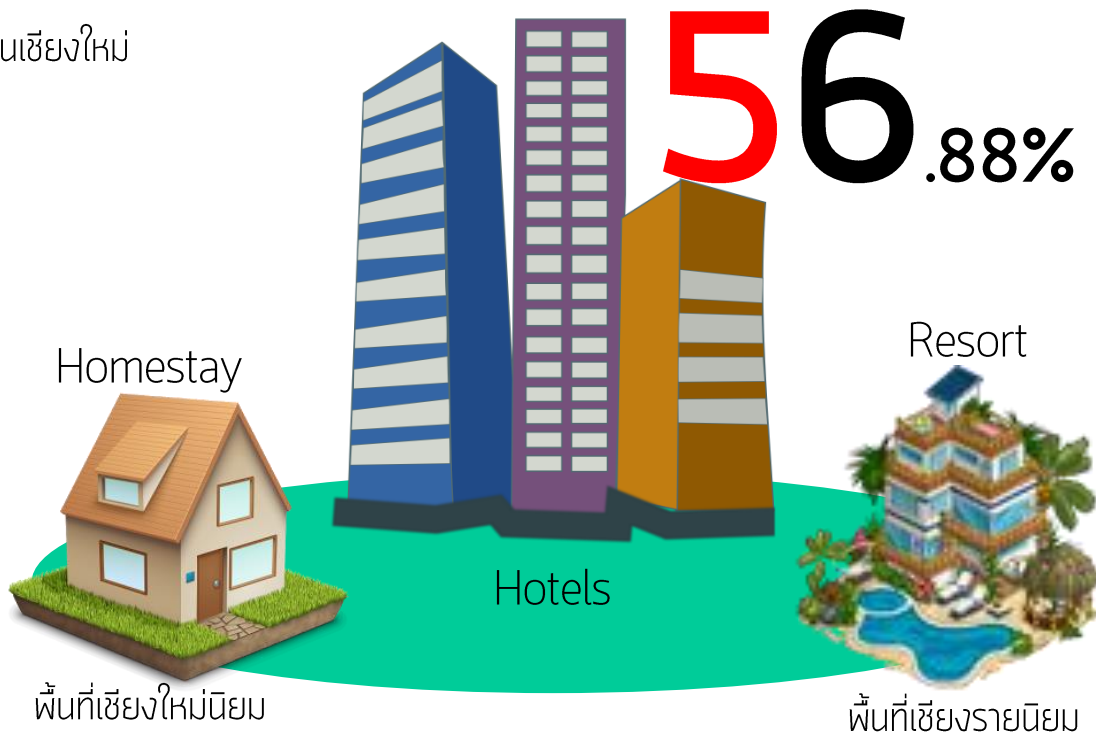
พื้นที่เชิงใหม่นิยม
งานจองผ่านทาง
โทรศัพท์

พื้นที่เชิงรายมีการ
จองที่หลากหลาย

การสำรองการบริการต่างๆ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก
ได้แก่ ผ่านทางโทรศัพท์ และเว็บไซต์ของผู้บริการ
โดยตรง คิดเป็น 29.00% และ 28.75%

พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

โดยที่พักที่นิยมใช้บริการ ได้แก่ โรงแรม คิดเป็น 56.88% เมื่อจำแนกตามพื้นที่ยังคง พบว่า โรงแรมเป็นทางเลือกของรูปแบบที่พักอาศัยหลักระหว่างการท่องเที่ยวในทั้ง 2 พื้นที่ แต่ในพื้นที่เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกพักแบบโฮมสเตย์มากกว่าเชียงราย ในขณะที่นักท่องเที่ยวในเชียงรายเลือกพักแบบรีสอร์ทมากกว่าในเชียงใหม่



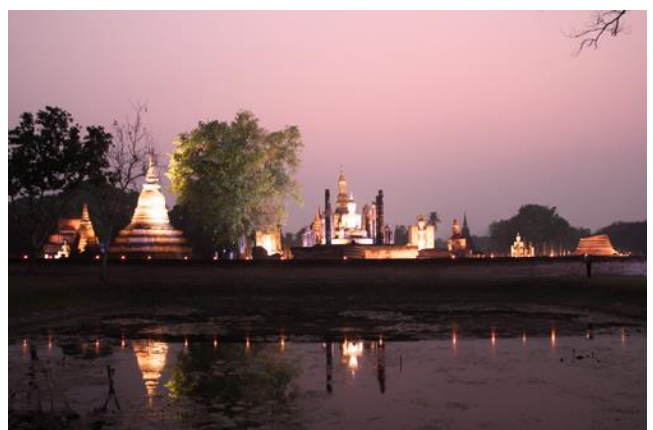
พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

จากการสำรวจจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีวางแผนก่อนการเดินทาง ร้อยละ 59.25 โดยมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงใหม่และเชียงราย โดยแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆ และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และ 27.50 ตามลำดับ โดยเมื่อมีข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะดำเนินการสำรองบริการต่างๆ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ผ่านทางโทรศัพท์ และเว็บไซต์ของผู้บริการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ 28.75 ตามลำดับ แต่ในประเด็นนี้เมื่อจำแนกตามพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่นิยมที่จะสำรองบริการผ่านโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก (ทั้งเว็บไซต์ของผู้บริการ และเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย) แต่นักท่องเที่ยวในเชียงรายจะมีรูปแบบการจองที่หลากหลาย และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในแต่ละรูปแบบ โดยที่พิกที่นิยมใช้บริการ ได้แก่ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 56.88 เมื่อจำแนกตามพื้นที่ยังคง พบว่า โรงแรมเป็นทางเลือกของรูปแบบที่พักอาศัยหลักระหว่างการท่องเที่ยวในทั้ง 2 พื้นที่ แต่ในพื้นที่เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกพักแบบโฮมสเตย์มากกว่าเชียงราย

ในขณะที่นักท่องเที่ยวในเชียงรายเลือกพักแบบรีสอร์ทมากกว่าในเชียงใหม่ สิ่งจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาในพื้นที่ทั้ง 2 จังหวัด ได้แก่ ประเด็นเรื่องความโดดเด่น ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ชื่อเสียงของจังหวัด และทำเลที่ตั้ง โดยนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้ามาในพื้นที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะชมศาสนสถาน และชมประเพณี/วิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 26.88 และ 22.38 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ชมศาสนสถาน แต่นักท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงราย มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ชมประเพณี/วิถีชีวิต

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และชาติอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 68.50 56.00 และ 56.50 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะอาศัยการสำรองบริการผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก ร้อยละ 47.30 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน จะใช้การสำรองผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก อันได้แก่ เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย และเว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 32.50 และ 24.50 ตามลำดับ

ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ จะใช้เว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรงเป็นหลักในการสำรองการบริการ คิดเป็นร้อยละ 28.00 แต่ไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนในเรื่องแหล่งข้อมูลในการสืบค้น และประเภทที่พักอาศัยระหว่างนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ แต่มีความแตกต่างกันในวิธีการสำรองการบริการ เมื่อพิจารณาในเรื่องของสิ่งจูงใจ พบว่า นอกเหนือจากประเด็นในเรื่องของประเพณีศิลปวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวทุกชาติให้ความสำคัญและนักท่องเที่ยวชาวไทยพิจารณาในเรื่องของทะเลที่ตั้งของจังหวัด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีน ให้ความสำคัญกับเรื่องของความปลอดภัยเป็นหนึ่งในอันดับต้นๆ ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ มองเรื่องความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจ เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวพบว่า ชาวไทยและชาวจีนสนใจในการชมประสาธและชมศาสนสถานเป็นหลัก ในขณะที่มีความสนใจเรื่องประวัติความเป็นมาต่ำที่สุด หากแต่นักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ มีวัตถุประสงค์หลักที่จะศึกษาประวัติความเป็นมาของพื้นที่และคนในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 14.00



พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ภาพรวม

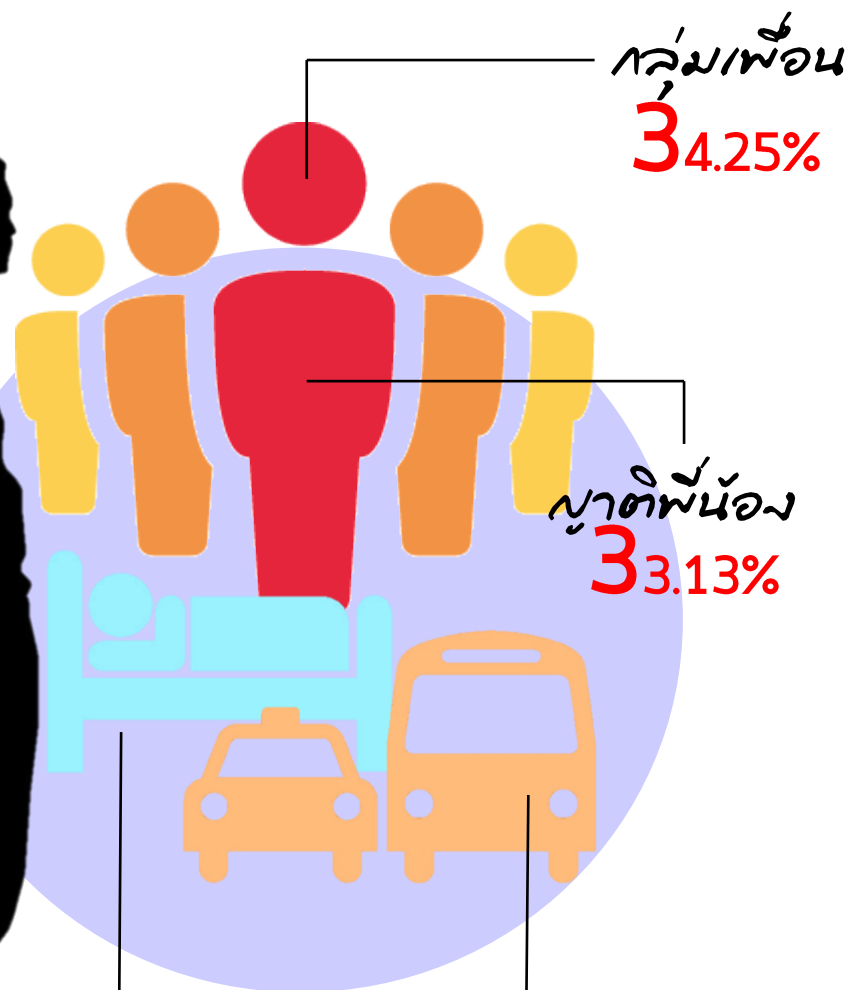
74.38%

เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง



ระยะเวลา

เฉลี่ย 3-4 วัน



กลุ่มเพื่อน

34.25%

การเดินทาง

33.13%

การเดินทาง

ขนส่งสาธารณะเป็นหลัก

พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในภาพรวมพบว่า คิดเป็นร้อยละ 74.38 ซึ่งจะเดินทางกับกลุ่มเพื่อนหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ 33.13 ตามลำดับ โดยจะอยู่ท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.13 และใช้การขนส่งสาธารณะเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 33.00 ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ในเชียงรายจะเดินทางโดยการเช่าใช้รถยนต์/มอเตอร์ไซด์เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 22.50

เมื่อจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.50 โดยเดินทางกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง ซึ่งจะใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ ทั่วไป เดินทางด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 71.00 50 โดยเดินทางกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง และใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยมากับทัวร์เป็นหลัก คิดเป็น ร้อยละ 54.50 และท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 45.50 โดยเดินทางกับเพื่อน และเดินทางคนเดียวเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 53.80 และ 27.50 ตามลำดับ และใช้เวลาในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป



พฤติกรรมนันทนาการ/เดินทางท่องเที่ยว

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวแสดงเจตจำนงที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีก ร้อยละ 92.25 และจะแนะนำเพื่อนหรือผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 98.00 โดยเมื่อพิจารณาแยกจังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวและบอกต่อผู้อื่นมากกว่า จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 93.75 และ 99.00 กับ 90.75 และ 97.00 ตามลำดับ

พิจารณาตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราส่วนที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.80 ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้อยละ 90.00 ส่วนการแนะนำต่อพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มสัญชาติจะบอกต่อหรือแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 97.00 98.00 และ 99.00 สำหรับ นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวจีน และชาติอื่นๆ ตามลำดับ



92.25%

เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีก

98.00%

แนะนำเพื่อนหรือผู้อื่นให้มา
ท่องเที่ยวในพื้นที่

