

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของมนุษย์มี 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน (Internal Factor) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล อยู่ภายในตัวบุคคลหรือเป็นสิ่งที่เกิดจากนิสัยหรือสัญชาตญาณที่มีอยู่ในตัวไปกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ขึ้น ประกอบด้วย

1.1 ความต้องการ (Need) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม กล่าวได้ว่าสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการนั้น ส่งผลให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง ตัวอย่างเช่น ผู้ที่รู้สึกเหนื่อยล้าจะแสดงพฤติกรรมด้วยการนอนหรือนั่งพัก หรือเปลี่ยนบรรยากาศและเปลี่ยนอิริยาบถ ดูหนังฟังเพลง ฯลฯ ส่วนใหญ่เกิดเนื่องมาจากความต้องการของบุคคล ความต้องการในคนเรามีหลายประเภท นักจิตวิทยาได้อธิบายเรื่องความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และได้จำแนกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ความต้องการทางกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากธรรมชาติของร่างกาย ตัวอย่างเช่น ต้องการกินอาหาร หายใจ ขับถ่ายของเสีย การเคลื่อนไหว พักผ่อน และต้องการทางกายทำให้เกิดแรงจูงใจให้บุคคลกระทำการเพื่อสนองความต้องการดังกล่าว เรียกแรงจูงใจ (Id) นี้ว่าแรงจูงใจทางชีวภาพ หรือทางสรีรภาพ (Biological Motives)



ภาพ การเดินทางไปพักผ่อนที่รีสอร์ทที่ใกล้ชิดธรรมชาติเนื่องจากความต้องการทางด้านร่างกาย

2) ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการทางจิตใจ (Social Psychological) เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความรัก ความมั่นคง ความปลอดภัยในสังคม ต้องการอิสรภาพ ความสำเร็จในชีวิต การยกย่องและตำแหน่งทางสังคม ความต้องการทางจิตใจดังกล่าวนี้ เป็นเหตุให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าว คือทำให้เกิดแรงจูงใจที่เรียกว่า แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives)

1.2 ความรู้สึก (Feeling) เป็นภาวะทางจิตใจที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่สร้างแรงผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามความรู้สึก เรียกได้ว่าความรู้สึกเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำ การแสดงออกเพื่อให้บรรลุหรือสนองต่อความรู้สึกนั้นสนองต่อความรู้สึกนั้น ตัวอย่างเช่น กรณีการรับประทานอาหารเพื่อตอบสนองของร่างกาย และการนั่งพักหรือนอนพักเมื่อเกิดความรู้สึกเหนื่อยล้า และกรณีที่มีความรู้สึกทำงานให้เสร็จสิ้นก็จะเกิดแรงขับเพื่อให้เกิดความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานจนสำเร็จ ถึงแม้จะเหน็ดเหนื่อยหรือยากลำบากเพียงใดก็ตาม เป็นต้น

1.3 ความคิด (Thinking) เป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเกิดแรงจูงใจได้มาก เนื่องจากความรู้สึกจะมาควบคู่กับความคิด มักจะเรียกกันว่าความรู้สึกนึกคิด คนเราจะคิดอยู่ตลอดเวลา มีความคิดเกี่ยวกับเรื่องนั้นเรื่องนี้ในแง่มุมต่างๆ กัน ทั้งนี้อาจปรับเปลี่ยนความคิดไปตามสภาวะการณ์ สภาพแวดล้อมหรือการได้พัฒนาจิต พัฒนาตนเอง ดังนั้นความคิดจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ครอบงำพฤติกรรมของมนุษย์ เมื่อความคิดเปลี่ยนพฤติกรรมจะเปลี่ยนตามความคิดนั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ที่ชอบรับประทานขนมหวานเมื่อมีความคิดว่าขนมหวานไม่ดีต่อสุขภาพ อาจทำให้เกิดโรคเบาหวานได้ หรือทำให้อ้วนได้ก็จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ลดการรับประทานขนมหวานหันมารับประทานผลไม้ที่มีรสหวานแทน

1.4 การตื่นตัว (Arousal) เป็นสภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเพื่อสนองต่อสภาวะนั้น สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมที่จะเคลื่อนไหวลักษณะดังกล่าวนี้เปรียบเหมือนเครื่องยนต์ที่ติดเครื่องพร้อมจะทำงาน ดังนั้นเมื่อคนเรามีการตื่นตัวไม่ว่าจะตื่นตัวในเรื่องใด ทั้งในการทำงาน การใช้ชีวิตประจำวัน ย่อมส่งผลให้การทำงานได้ดีขึ้น ใช้ชีวิตที่มีความสุขมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาธรรมชาติ พฤติกรรมของมนุษย์พบว่า การตื่นตัวมี 3 ระดับ คือ การตื่นตัวระดับสูง การตื่นตัวระดับกลาง และการตื่นตัวระดับต่ำระดับที่นักจิตวิทยาค้นพบว่าดีที่สุด ได้แก่ การตื่นตัวระดับกลาง ถ้าเป็นการตื่นตัวระดับสูงจะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจหรือตื่นเต้น ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อพฤติกรรมบางอย่างได้ ถ้าตื่นตัวระดับต่ำก็มักจะเฉื่อยทำอะไรก็เสร็จช้า และจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัวนั้น มีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในตัว ได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคนที่มีต่างๆ กัน ทั้งในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัยและระบบสรีระภายในของผู้นั้น

1.5 การคาดหวัง (Expectancy) ความคาดหวังเป็นมากกว่าความต้องการ เป็นความต้องการระดับสูงซึ่งจะมาควบคู่กัน เนื่องจากเมื่อไรที่มีความต้องการในสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็จะเกิดความคาดหวังควบคู่มาคาดหวังเป็นการตั้งความปรารถนาหรือการพยากรณ์ล่วงหน้าของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไป ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวต้องการพักโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน แต่ก็ยังมีความคาดหวังเกี่ยวกับการต้อนรับ การดูแลเอาใจใส่อย่างดีจากพนักงานต้อนรับของโรงแรม การคาดหวังดังกล่าวนี้ บางคนอาจจะสมหวังและมีอีกหลายคนที่ไม่ผิดหวัง ซึ่งในชีวิตจริงของคนเราโดยทั่วไป สิ่งที่เราคาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นไม่ได้ตรงกันเสมอไป แต่ความคาดหวังก็ยังคงเกิดขึ้นกับมนุษย์เสมอ

2. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก (External Factor) เป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล เป็นสิ่งแวดล้อมหรือเป็นปัจจัยทางการตลาดหรือบริการ ที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมและการกระทำต่างๆ ปัจจัยภายนอกจัดเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ มักจะต้องแสดงพฤติกรรมที่ตอบสนองแต่แรงจูงใจนั้น ปัจจัยภายนอกมีบทบาทต่อพฤติกรรมมนุษย์เป็นอย่างมาก ได้แก่

2.1 สิ่งจูงใจ (Incentives) เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้แสดงพฤติกรรมหรือกระทำการอย่างใดหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จัดเป็นแรงจูงใจภายใน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) โดยการชักจูงให้พนักงานทำงานเต็มกำลังความสามารถหรือขยันทำงานสร้างยอดขาย โดยเอารางวัลมาเป็นตัวล่อ สร้างเงื่อนไขให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะทำงาน เพื่อให้ได้รับรางวัลการเดินทางไปท่องเที่ยว การประกาศเกียรติคุณหรือการมอบรางวัลให้กับพนักงานหรือบุคคลดีเด่นประจำปี จะเห็นว่าตัวอย่างที่ยกมาเหล่านี้จัดเป็นการใช้สิ่งล่อใจหรือสิ่งจูงใจในการทำงานให้เกิดแก่พนักงานทั้งสิ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิ่งล่อใจนั้นเป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม อาจเป็นสิ่งของ วัตถุ เงินทอง เหตุการณ์ สัญลักษณ์ หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ และแสดงพฤติกรรมหรือกระทำการต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งล่อใจนั้น



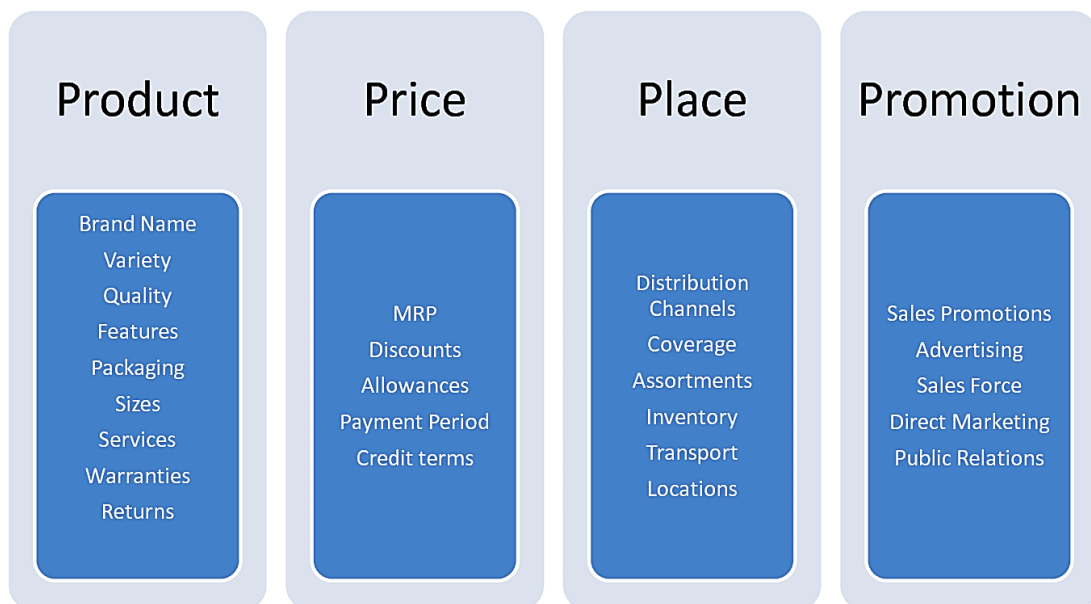
ภาพ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour)

2.2 กลุ่มผู้มีอิทธิพลหรือกลุ่มอ้างอิง (Group Influencer Reference Group) เป็นกลุ่มคนที่อยู่แวดล้อมตัวบุคคล อาจมีความเป็นอยู่เหมือนกันหรือมีวิถีชีวิตที่เป็นแบบอย่าง เช่น บิดามารดา ญาติ พี่น้อง คนในครอบครัว ผู้นำในสังคม หัวหน้างาน ฯลฯ คนเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความคิด ความต้องการ ทักษะของตัวบุคคล สามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนได้โดยง่าย ทั้งนี้อยู่บนพื้นฐานของพฤติกรรมเลียนแบบ พฤติกรรมสอดคล้อง การเห็นด้วยคล้อยตาม

2.3 ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Factor) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่เรื่ยนกันว่า ส่วนประสมการตลาด หรือ Marketing Mix : 4P's ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่จัดว่าเป็นกิจกรรมที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาวาง

จำหน่ายนั้น เป็นสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีราคาที่เหมาะสมผล มีการจัดวางจำหน่ายที่เหมาะสมกับยุคสมัยและมีกิจกรรมการส่งเสริมการขายการตลาด ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาขายและการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมทางการตลาดดังกล่าว จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมาก คนส่วนใหญ่จะคล้อยตามการโฆษณาหรือการขอซื้อของเพราะราคาถูก มีของแถม นับว่าการตลาดจัดเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการซื้อหรือการกระทำการต่างๆ ของคนเรา

Marketing Mix – 4P's



ภาพ Marketing Mix 4 Ps ส่วนประสมทางการตลาด