

แรงจูงใจและปัจจัยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการการท่องเที่ยวของมนุษย์ซึ่งเกิดขึ้นในตัวเองอยู่แล้ว โดยอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ ที่สนับสนุนทำให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจด้วยสาเหตุ เช่น ต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งที่พบเจอประจำ ต้องการเห็นสิ่งที่แปลกใหม่ ต้องการพักผ่อนเพื่อคลายความเครียด หรือเพื่อเดินทางไปเยี่ยมเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง หรือต้องการศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่แตกต่าง ฯลฯ



ภาพ น้ำพุร้อนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพ มอหินขาว จังหวัดชัยภูมิ

2. ความพร้อมในการเดินทาง การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวมีความพร้อม ทั้งความพร้อมที่อาจเกิดจากทางด้านกายภาพ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านการเงิน งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว หรือความพร้อมในหน้าที่การงาน ระยะเวลาที่จะใช้ในการเดินทาง ตลอดจนความพร้อมเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวอื่นๆ เช่น หากคนมาดูแลเด็ก คนแก่ ดูแลบ้าน สัตว์เลี้ยง ฯลฯ

3. สถานการณ์ที่อำนวยความสะดวก สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประเทศชาติบ้านเมือง เช่น ด้านการเมือง ด้านการทหาร ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ฯลฯ จะส่งผลกระทบต่อตรงต่อการท่องเที่ยวถ้าบ้านเมืองมีความสงบสุข เหตุการณ์ปกติ จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมาก แต่ถ้าเกิดความไม่สงบทางการเมืองเกิดเศรษฐกิจตกต่ำ มีการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ ฯลฯ สถานการณ์ดังกล่าวจะไม่อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นทุกปี เนื่องจากประเทศจีนเพิ่งเปิดประเทศและอนุญาตให้คนเดินทางออกนอกประเทศ ได้อย่างเสรีและสะดวกมากขึ้น ทำให้คนจีนซึ่งมีจำนวนมากหลั่งไหลออกนอกประเทศเพื่อท่องเที่ยว หลังจากที่ถูกปิดกั้นมาเป็นเวลานานจากระบอบการปกครองของประเทศ หรือในช่วงที่ประเทศไทยประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ น้ำท่วม หมอกควันปกคลุมหนาแน่น และความไม่สงบของบ้านเมือง ส่งผลต่อการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจอีกแรงหนึ่งที่เป็นทั้งแรงผลัก (Push Factors) และแรงดึง (Pull Factors) ให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นแรงจูงใจแอบแฝง เช่น การเดินทางท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการศึกษาต่อที่อาจเป็นช่วงเวลาสั้นๆ การท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการทำงานหารายได้พิเศษในระหว่างการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมกันมากในหมู่นักศึกษาหรือผู้ที่สำเร็จการศึกษาใหม่ๆ ซึ่งความก้าวหน้า หรือเงินค่าตอบแทนจัดเป็นแรงดึงดูดให้คนอยากไปสู่จุดดังกล่าวนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเอง จึงเกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นเมื่อมีโอกาส หรืออาจกล่าวได้อีกแง่มุมหนึ่งว่าแรงจูงใจแอบแฝงเป็นแรงจูงใจสะสมที่เก็บไว้หรือซ่อนไว้จนกว่าจะสามารถแสดงออกถึงความต้องการนั้นๆ ได้เมื่อโอกาสเอื้ออำนวย ดังนั้นคนเราจะกระทำการใดๆ ก็ตาม ก็สามารถเป็นไปได้ทั้งที่เกิดจากแรงจูงใจฉับพลันและแรงจูงใจแอบแฝง

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของคนจีน



ภาพ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของคนจีน

1) **ท่องเที่ยวอย่างมีสไตล์** ความเป็นเอกลักษณ์ Unique สถานที่เที่ยวมีเสน่ห์ ชวนให้ดึงดูด หรือมีความเฉพาะตัวสูง สิ่งนี้กลายเป็นปัจจัยอันดับหนึ่งที่ตั้งให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปมากที่สุด ซึ่งประเทศไทยก็มีจุดแข็งในด้านนี้ เช่น วัด สถานที่สำคัญ ธรรมชาติ น้ำตก ภูเขา ทะเล แล้วไม่ใช่แค่สถานที่เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงด้านวัฒนธรรม เช่น อาหารข้างทางที่เรียกว่า Street Food ซึ่งกลายเป็นจุดขายหลักของเมืองไทยไปแล้ว แล้วแม้กระทั่งรถตุ๊กตุ๊ก รวมถึง ศิลปะวัฒนธรรมของไทยอย่างเช่น การรำไทย ดนตรีไทย เป็นต้น

สำหรับอาหารที่เป็นจุดแข็งอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวไทย มีรายงานจาก MasterCard Global Destination Cities Index ชี้ว่า กรุงเทพฯ ติดอันดับ 1 ใน 10 ของเมืองที่มีอาหารอร่อยและการช้อปปิ้งมากที่สุดของโลกในปี 2018 ที่ผ่านมา โดยกรุงเทพฯ ติดอยู่ใน TOP อันดับ 3 ของเมืองที่มีอาหารอร่อยที่สุด และติดอันดับ 6 ของเมืองแห่งการช้อปปิ้งไปด้วย และในภาพรวมถือว่า กรุงเทพฯ ติดในอันดับที่ 1 และยังเป็นการครองแชมป์ 3 ปีติดต่อกันอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีจังหวัดและเมืองอื่นของประเทศไทยที่อยู่ในอันดับต้น ๆ ตัวอย่างเช่น ภูเก็ตติดอันดับที่ 12 และ พัทยา ในอันดับที่ 18 และนั่นทำให้ประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวในโลกที่มีเมืองสามารถติดใน 20 อันดับได้ถึง 3 เมืองสำคัญด้วยกัน จากข้อมูลเมื่อสิ้นปีที่ผ่านมา

2) ความปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญอันดับสอง เรื่องของ ความปลอดภัย ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยในสัดส่วนที่สูงไม่น้อยสำหรับการตัดสินใจเลือกประเทศและเมืองท่องเที่ยวของคนจีนและของนักท่องเที่ยวทั่วโลกด้วย เพราะเกี่ยวข้องกับชีวิตและทรัพย์สินโดยตรง

กรณีของประเทศไทย จากเหตุการณ์เรือล่มที่ภูเก็ต ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดภาคใต้ หายไปอย่างมาก แม้ว่าทางภาคเหนือจะยังคงมีเข้ามาอยู่ก็ตาม แสดงให้เห็นว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มองข้ามไม่ได้ แล้วที่สำคัญคือ กระแสบนโซเชียลของจีนเอง ซึ่งหากเกิดกรณีคร่ามาเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย หรือชีวิตของนักท่องเที่ยวจีน ก็จะได้รับ ความสนใจเป็นพิเศษ นี่จึงเป็นประเด็นที่ต้องระวังอย่างมาก

3) ความเป็นมิตร เรื่องความเป็นมิตรของผู้คนในท้องถิ่นนั้น ๆ กลายเป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะเรื่องนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับพื้นฐานของงานบริการ หรือ Service Mind กรณีประเทศไทย ได้รับฉายาว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม นี่จึงเป็นจุดขายอย่างหนึ่งของภาคการท่องเที่ยวไทย

4) ฐานะทางการเงิน ค่าใช้จ่าย เนื่องจากเวลานี้ คนจีนมีรายจ่ายเฉลี่ยตัวหัวเพิ่มขึ้นในภาพรวม ถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนจีนมีแนวโน้มในการใช้จ่ายระหว่างเดินทางไปนอกประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี งานอ้างอิงจาก Chinainternetwatch ชี้ว่า เฉพาะช่วงครึ่งปี 2019 นักท่องเที่ยวจีนมีการวางแผนใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเฉลี่ยตัวหัวสูงถึง 6,706 เหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ร้อยละ 15

สำหรับกลุ่มที่มาแรงมากก็คือ กลุ่มสาวจีน โดยเฉพาะในช่วงอายุ 25-35 ปี ถูกจัดว่าเป็นกลุ่มที่กำลังซื้อเพิ่มขึ้นสูงสุดจากปี 2018 ที่ผ่านมา ส่วนปัจจัยที่มีส่วนกระตุ้นให้รายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวจีนในต่างแดนเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากความที่ว่า นักท่องเที่ยวจีนมีรายได้เพิ่มขึ้น แล้วมีความต้องการซื้อสินค้าท้องถิ่นที่มีความเฉพาะตัว ไปจนถึงสินค้าแบรนด์เนมในต่างประเทศที่มีคุณภาพเหนือกว่าในประเทศจีน

5) ความสะดวกสบาย เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง และส่วนสำคัญคือ ความยุ่งยากในการขอขึ้นตอนและกระบวนการทางเอกสารในการขอวีซ่าและขอพาสปอร์ตท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่ให้ความสะดวกของการดำเนินการด้านนี้ได้ดี

อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญก็คือ การใช้บริการธุรกรรมการเงิน ผ่านทาง Mobile Payment ซึ่งร้านค้าที่เน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้วมีบริการด้านนี้ จะมีโอกาสมากกว่า



ภาพ การใช้บริการธุรกรรมการเงิน ผ่านทาง Mobile Payment