

แนวคิดของการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริหารการท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริหารการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงภูมิหลัง ทศนคติและมุมมองในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว และมีการตั้งข้อสังเกตว่า นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวแตกต่างไปจากเดิม ดังนั้นในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริหารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจึงต้อง เปลี่ยนแนวคิดไปจากเดิมเช่นกัน ทั้งนี้พบว่า

1. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวจึงจัดเป็นคู่แข่งที่สำคัญของสินค้าและบริการอื่นๆ นักท่องเที่ยวยุคนี้มีมุมมองการท่องเที่ยวที่อยู่ในลักษณะที่ช่วยจรรโลงชีวิตให้มีความสุข สดชื่นและคลายเครียดมากขึ้น จึงหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว มีการวางแผนท่องเที่ยวมากขึ้น

ตัวอย่างการวางแผนท่องเที่ยว “หลีเป๊ะ”

1) **หาข้อมูล** สำหรับการท่องเที่ยวนั้นแน่นอนอยู่แล้วในใจเราอยากไปเที่ยวไหนหลายๆที่ บางคนไปแบบผจญภัยเพราะเป็นคนชอบความท้าทาย แต่บางคนชอบวางแผนหาข้อมูลเตรียมไว้สำหรับการเดินทางเพื่อความปลอดภัยของตัวเราและอ่านรีวิวยะเยาะๆเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ ทำการบ้านไปก่อน ยิ่งเดี๋ยวนี้ การเข้าถึงข้อมูลนั้นง่ายขึ้น ง่ายกว่าสมัยก่อนเสียอีก บวกกับความทันสมัยของแอปต่างๆทำให้การเดินทางเรา สะดวกมากกว่าเดิม ลองร่างแผนคร่าวๆว่าจะไปไหน อยู่ทีละกี่วัน เดินทางอะไรบ้าง ยังไงบ้าง ลองวิธีนี้ดูแล้ว คุณจะพบกับประสบการณ์ใหม่ๆ



ภาพ การหาข้อมูล

2) **จัดสรร คนร่วมทริป วันเวลา ค่าใช้จ่าย คน เงิน และเวลา** 3 ตัวนี้ที่เป็นปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเวลาจะจัดทริปไปเที่ยว วิธีวางแผนของ คือหาคนที่สนใจร่วมทริป หรือชวนเพื่อนไปเที่ยวด้วยกัน และพร้อมจะลุยไปกับเรา ไม่จำกัดว่าจะต้องสนิทกันหรือคนในครอบครัว การจัดการกับเวลาเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะเวลาของเราแต่ละคนมีเท่ากันก็จริงแต่เราว่างไม่เท่ากันนะสิ ควรถามเวลาที่ว่างพร้อมๆ กัน จะได้ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการจัดเวลา และที่สำคัญคือ การดูเวลาเที่ยว เพราะแต่ละที่ที่เที่ยวของเราจะมีหน้าของการท่องเที่ยว เช่น หลีเป๊ะ จะมี 3 ช่วงเวลาไฮซีซั่น กรีนซีซั่น และโลว์ซีซั่น ดังนั้นการเลือกช่วงเวลาเป็นสิ่งสำคัญต่อการเที่ยว

และพยายามจัดการกับค่าใช้จ่ายให้ดีขึ้น คิดคำนวณว่าต้องมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง เกี่ยวกับวัน พักที่ไหน ทหารกันแล้ว ตกคนละกี่บาท และคุ้มค่ากับการไปหรือไม่



ภาพ การจัดสรรคนร่วมทริป

3) จองตั๋วเครื่องบิน & ที่พัก ตั๋วเครื่องบินคือสิ่งที่รบกวนใจใครหลายคน ต่อให้ทริปนั้นได้ราคาที่ถูกก็ตามแล้วถ้าราคาเครื่องแพงก็ต้องพิจารณาอีกที หรืออาจมีลัมเล็กทริป เว็บไซต์ที่สามารถจองทริป ตั๋วเครื่องบิน และ ที่พัก

1. สำหรับจองตั๋วเครื่องบิน

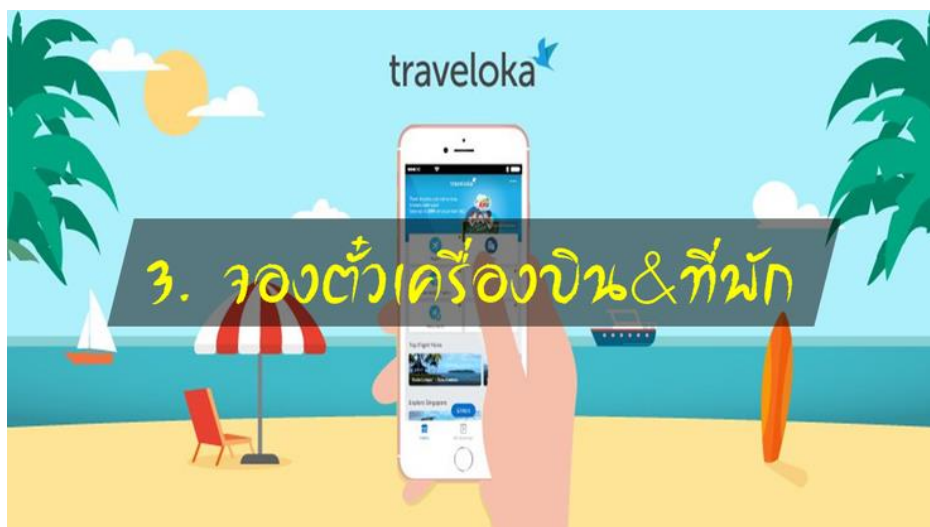
จองตั๋วเครื่องบิน : <https://www.traveloka.com/en-th/>

2. สำหรับจองห้องพัก และทริปต่างๆ

จองห้องพักและทริป : <https://lookchang.com/>

3. จองรถ-เรือ ในทริปที่ต้องมีการข้ามทะเล

จองรถ-เรือ : <https://www.lipetransfer.com/> ข้อดีของการจองคือเราสามารถทราบราคาที่เราพอใจได้ และอีกอย่างเราสามารถคำนวณราคาได้เองด้วยตามงบที่เรา มองไว้



ภาพ การจองตั๋วเครื่องบินผ่านเว็บไซต์

4) จัดการเรื่องการเดินทาง จองตั๋วรถไฟ เซาร์ถ ซื้อประกันการเดินทาง ต่อเนื่องจากการวางแผนการเดินทาง พอเราได้วันเวลาครบแล้วรถไฟ ข้อดีคือ ง่าย ประหยัด เหมาะสำหรับคนที่อยากชมเมือง ชมวิว และอยากได้ภาพถ่ายที่สวยงาม

รถไฟ ข้อเสียคือ ถึงแม้จะถูกก็ตามการเซาร์ถก็เป็นวิธีที่ประหยัดอีกแบบ เข้ามาวันเดียวเสียแค่นี้ก็บาท เหมาะกับการชมเมืองที่แท้จริง เราสามารถไปสถานที่ที่เราอยากไปได้ แอดแนะนำควรซื้ออย่างระมัดระวัง ด้วยนะซื้อประกันการเดินทาง ควรจะซื้อทุกคนที่เดินทาง เพราะเราไม่รู้เลยเหตุการณ์ข้างหน้าจะเกิดอะไรขึ้น บาดเจ็บแบบไหนบ้าง จะช่วยให้เราประหยัดค่ารักษาพยาบาลไปอีกทาง



ภาพ การจัดการเรื่องการเดินทาง

5) แลกเงิน & จัดการเรื่องอินเทอร์เน็ต ขั้นตอนนี้สำหรับชาวต่างชาติที่จะมาเที่ยวที่ประเทศไทย พอวีซ่าเรียบร้อยแล้ว สิ่งต่อไปคือต้องแลกเงินเพื่อมาใช้จ่าย

เงินสดส่วนใหญ่ที่ใช้ ก็จะใช้ในส่วนของค่าอาหาร ค่าที่พัก และค่าเดินทาง ส่วนซื้อป๊ิง สามารถใช้บัตรรูดได้ แอดแนะนำไม่ต้องพกเงินสดไปจำนวนเยอะ เพราะหายทีนี้เราจะเดือดร้อน

อีกเรื่องที่ต้องวางแผนคือ อินเทอร์เน็ต ที่สำคัญคือเวลาเดินทางไปต่างประเทศเราควรซื้อซิมของประเทศนั้นๆไว้เพื่อการเดินทางที่สะดวกขึ้น และสามารถติดต่อกับพนักงานโรงแรมหรือทริปที่เราั้นได้จองเอาไว้ด้วย



ภาพ การจัดการเรื่องเงิน และอินเทอร์เน็ต

6) แพ้กระเป๋า เตรียมข้าวของเครื่องใช้ที่จำเป็น มาถึงขั้นตอนสุดท้ายกันแล้ว สำหรับการ จัดกระเป๋าเดินทางนั้นเราต้องรู้อะไรบ้าง สิ่งแรกเลยคือเราต้องการเดินทางกี่วัน เราก็จัดเท่าที่เราเดินทางเพื่อไม่ให้เป็นการแบกของไปหนักเกินไป และจะทำให้เสียสุขภาพอีกด้วย

ยาสามีญประจำบ้าน ใครมีโรคประจำตัวแอดแนะนำควรพกไปด้วย อย่าคิดว่าที่ไหนๆก็มีขาย เพราะ บางที่ที่อาจจะไม่มีร้านยา เกิดเราบาดเจ็บหรืออะไรที่เกี่ยวข้องกับโรคของเรา เราอาจจะหาโรงพยาบาลไม่ทัน อย่าลืมน้ำดื่มที่จะพกไปด้วย

กล้องเป็นอีกหนึ่งไอเทมที่ใครหลายๆคนคำนึงไปเป็นสิ่งแรกๆเลยก็ว่าได้ เพราะการไปเที่ยวคือการได้ รูปดีๆ สักใบเก็บไว้เป็นความทรงจำที่ดีๆ



ภาพ แพ้กระเป๋าเตรียมของใช้ที่จำเป็น

2. การบริโภคการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยนักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจง่ายขึ้น เนื่องจาก วิถีชีวิตของคนเมืองได้แผ่อิทธิพลไปยังคนชนเมืองและในชนบทมากขึ้น ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนความคิด ทักษะคติของกลุ่มคนเหล่านั้นให้หันไปทำตามคนที่ใช้ชีวิตในเมือง โดยเฉพาะในแง่มุมมองของการเลือกรูปแบบการ ท่องเที่ยว วิธีการจอง ซื้อบริการทางการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และที่สำคัญประเทศในแถบเอเชีย ที่มี การเปิดประเทศ ให้อิสระแก่คนในประเทศมากขึ้น จะส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลกทัศน์ใหม่ๆ มากขึ้นตามไปด้วย เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยมีชาวจีนเดินทางท่องเที่ยว เป็นจำนวนมากในแต่ละปี ในขณะที่ชาวอินเดียก็เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น และชาวภูฏานเดินทาง ท่องเที่ยวและศึกษาต่อในต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งจะพบเห็นชาวภูฏานมาศึกษาต่อทั้งในสถานศึกษาด้านวิชาชีพ และระดับปริญญาตรีตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทยจำนวนมาก ฯลฯ



ภาพ ชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. ลักษณะของโลกยุคใหม่ที่มีการสื่อสารไร้พรมแดน การติดต่อสื่อสารข้ามประเทศเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นไปอย่างง่ายดาย จึงส่งผลให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้ง่าย ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก จากแนวคิดเดิมที่เดินทางยุ่งยากและเข้าถึงยาก กลับเปลี่ยนทุกอย่างเป็นไปได้ง่ายตาย เกิดการท่องเที่ยวในระดับมวลชน (Mass Tourism) ได้มากขึ้นด้วย

4. ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จากการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติขึ้นทั่วโลก ทั้งที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง และมีแนวโน้มเพิ่มระดับความรุนแรงมากขึ้นนั้น ทำให้มนุษยชาติตระหนักถึงความจำเป็นในการหันมาให้ความสนใจรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น และมองหาธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว จึงนิยมหันไปใช้บริการธุรกิจบริการที่ชูประเด็นเรื่องการร่วมกันอนุรักษ์และดูแลสิ่งแวดล้อม หลีกเลี่ยงการทำลายหรือสร้างผลกระทบที่ไม่ดีต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้บริการร้านอาหารสีเขียว โรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมที่มีการรณรงค์ให้ประหยัดไฟฟ้า ประหยัดน้ำ หรือท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกฎระเบียบ ข้อห้าม ข้อควรปฏิบัติเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ภาพ โรงแรมพิก รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่ จ.ภูเก็ต ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมจนได้รับการรับรองว่าเป็นที่พักต้นแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5. ความต้องการบริการที่มีรูปแบบเฉพาะตน จากความต้องการที่แตกต่างกันทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวของตน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และประกอบกับปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่เป็นเฉพาะตนมากขึ้นด้วย จึงทำให้เกิดการตลาดที่เรียกว่า Niche Market ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องปรับเปลี่ยนการบริการให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น ทัวร์กอล์ฟที่เกิดจากความต้องการเดินทางมาเล่นกอล์ฟที่ประเทศไทย จึงเกิดเป็นการทำทัวร์เฉพาะทางขึ้น โดยรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่ต้องการมาเล่นกอล์ฟเป็นกลุ่ม และจัดโปรแกรมให้เล่นกอล์ฟตามวันเวลาที่ลูกค้าต้องการ อาจจะเป็น 4 วัน 3 คืน หรือ 3 วัน 2 คืน โดยมีการดูแลในเรื่องอาหาร ที่พัก และการท่องเที่ยวแบบผ่อนคลายตามสมควร

General Vs Niche Marketing

	General Marketing	Niche Marketing
Market Segment	Covers wide market segment including variety of products & services	Focuses on niche area of any market segment with selective product & services
Competition	Faces more competition	Faces less competition
Product life cycle	General market products are less effective at the initial stage of PLC	Niche market products are more effective at the initial stage of PLC
Customer Retention	Less chances of customer retention	More chances of customer retention

ภาพ General Vs Niche Marketing

Niche Market คืออะไร

Niche Market คือส่วนหนึ่งของตลาดที่ใหญ่กว่า เป้าหมายของ Niche Market ก็คือการหาตลาดที่มีขนาดเล็กเพื่อลดการแข่งขัน แต่ก็ยังมีขนาดใหญ่พอที่จะสร้างกำไรได้ ตลาดสามารถถูกแบ่งได้หลายวิธี เช่น การแบ่งตาม ประชากรศาสตร์ พฤติกรรม จิตวิทยา ภูมิศาสตร์

ยกตัวอย่างเช่นหากคุณขายสินค้าเสื้อผ้าผู้หญิง คุณก็อาจจะเลือกตลาดที่เล็กลงมาหน่อย เช่น ตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงวัยทำงาน ตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงไซส์ใหญ่ ตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงที่กำลังท้อง การเลือกตลาด Niche Market จะทำให้ธุรกิจสามารถโฟกัสได้มากขึ้น หมายความว่าทรัพยากรต่างๆในองค์กรก็จะถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งวิธีการแบ่งตลาดทำได้หลายอย่าง เช่นแบ่งตามภูมิศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อลูกค้า อายุ หรือแม้แต่รายได้

ในสมัยก่อนนั้น ธุรกิจส่วนมากจะใช้ ‘ทำเล’ เป็นตลาด Niche Market เช่นร้านขายเสื้อผ้าประจำท้องที่ ร้านอาหารหน้าปากซอย เพราะเนื่องจากว่าผู้บริโภคส่วนมากไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เยอะ ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกน้อย ทำเลจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ‘ออนไลน์’ ได้เปลี่ยนมุมมองนี้ไปเยอะแล้ว ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลได้มากขึ้น ต่อให้ไม่สามารถขับรถออกไปซื้อสินค้าได้ด้วยตัวเอง ก็ยังสามารถซื้อของผ่านระบบออนไลน์ได้ หมายความว่า niche market ของยุคสมัยใหม่จะเน้นไปที่ บุคลิก พฤติกรรม หรือ จิตวิทยา ของผู้บริโภคมากขึ้น

ข้อดีของ Niche Market

คู่แข่งน้อย – Niche Market ที่ดีก็คือตลาดที่มีคู่แข่งน้อย หมายความว่า จะไม่มีการตัดราคา ลดกำไร เพื่อการแข่งขัน แปลว่า ROI ของ Niche Market เยอะกว่าตลาดทั่วไปมาก

สร้างกลุ่มลูกค้าที่ภักดี – สาเหตุที่ธุรกิจส่วนมากต้องเริ่มจาก niche market ก็เพราะว่าการตอบโจทย์ปัญหาของตลาดเล็กๆ จะเป็นการสร้าง ‘ฐานลูกค้าที่ภักดี’ ได้ง่าย หมายถึงกลุ่มลูกค้าที่กลับมาซื้อสินค้าของคุณ

เรื่อยๆ และยังแนะนำสินค้านี้ให้กับคนอื่นอีก คู่แข่งจะไม่สามารถแย่งกลุ่มลูกค้าไปได้ง่าย แปลว่าเวลาธุรกิจขยายจาก niche market ไปยังตลาดที่กว้างกว่าภายหลังก็จะทำได้ง่ายขึ้น

ใช้ทรัพยากรองค์กรคุ้มค่า – การตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแค่กลุ่มเดียวเป็นสิ่งที่ทำง่ายกว่า การตอบโจทย์ตลาดทุกกลุ่ม ทุกผู้คน เพราะนอกจากเราจะต้องคำนึงถึงการแข่งขันต่างๆ แล้ว เรายังต้องสร้างแคมเปญการตลาดหลายอย่างเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าให้กว้างขึ้นด้วย ในกรณีนี้การที่องค์กรจับตลาดแค่กลุ่มเดียวก็หมายความว่าองค์กรจะใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่ามากกว่า

ข้อเสียของ Niche Market

เหมาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก – ตลาด Niche market ส่วนมากจะเป็นกลยุทธ์ของธุรกิจขนาดเล็ก หรือธุรกิจเปิดใหม่ เพราะถึงแม้ว่าจะ ROI สูง แต่กำไรโดยรวมของตลาดทั่วไปก็ยังดีกว่าอยู่ดี ทำให้องค์กรขนาดใหญ่ส่วนมากไม่สามารถลงไปเล่น niche market ได้ ยกเว้นในกรณีที่องค์กรขนาดใหญ่เลือกที่จะเปิดบริษัทขนาดเล็กมาเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายนี้โดยเฉพาะ

ตลาดที่มีขนาดจำกัด – ขนาดที่จำกัดหมายความว่าพื้นที่ในการขยายตัวของธุรกิจจะมีจำกัด แปลว่าหากธุรกิจต้องการที่จะโตเพิ่ม ธุรกิจก็ต้องเลือกที่จะย้ายไปหรือเพิ่มตลาดขึ้นมาแทน ซึ่งก็หมายความว่าต้องใช้เงินลงทุนเพิ่มและก็ต้องเสี่ยงการสูญเสียลูกค้ากลุ่มเดิมไป

หากเลือกตลาดผิดคู่แข่งจะนำกลัวกว่าเดิม – ถึงแม้ว่าองค์กรขนาดใหญ่จะไม่ได้ลงมาเล่นในตลาด niche market แต่ถ้าเราเลือกตลาดที่ลงมาเล่นผิด การแข่งขันอาจจะนำกลัวกว่าเดิม โดยเฉพาะในกรณีที่มีธุรกิจดำเนินการในตลาดนี้มาอยู่แล้ว ยกตัวอย่างเช่นหากเรามองว่าตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงเป็น niche market เสื้อผ้าวัยรุ่นก็ยังคงเป็นตลาด niche ที่มีการแข่งขันเยอะอยู่ดี

ตัวอย่างของ Niche Market

คนชอบอาหารสายคลีน – เราจะเห็นได้ว่าเป็นคนชอบออกกำลังกาย คนรักสุขภาพ เป็นตลาดที่ได้รับคามนิยมมาก เพราะนอกจากผู้บริโภคพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อคุณค่าทางโภชนาการแล้ว ผู้บริโภคประเทชนี้ยังมีวินัยและพร้อมที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อแลกกับเวลา หมายความว่า การขายอาหารสายคลีนจะได้ทั้งกำไรเยอะ และยังสามารถให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำได้ง่าย

ตลาดเพศที่สาม – ตลาดเพศที่ 3 เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และมีความต้องการพิเศษที่ผลิตภัณฑ์ทั่วไปอาจจะไม่สามารถเติมเต็มได้ ในกรณีนี้ ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อที่จะหาผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นตัวเองหรือเหมาะกับตัวเองออกมา โดยสินค้าสำหรับตลาดที่ 3 ต้องมีอยู่หลากหลาย ตั้งแต่เครื่องสำอาง ชุดชั้นใน หรือแม้แต่หนังภาพยนตร์

พื้นที่ท้องถิ่น – ธุรกิจท้องถิ่นถือว่าเป็นตลาด niche market แบบดั้งเดิม โดยที่อาศัยข้อจำกัดของทำเลเพื่อเข้าหาลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ง่ายขึ้น ถึงแม้ว่าในยุคสมัยใหม่นี้ การค้าขายออนไลน์จะแย่งตลาดกลุ่มท้องถิ่นไปเยอะ ธุรกิจบางประเภทที่ลูกค้าไม่สามารถซื้อสินค้าได้ เช่นโรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร หรือแม้แต่ร้านเสริมสวย ก็ยังเป็นธุรกิจที่สามารถเห็นได้ตามชานเมืองหรือต่างจังหวัด

ในปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวพยายามเปิดตลาดในต่างประเทศ โดยให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับประเทศที่กำลังเปิดเสรีหรือเปิดประเทศ แต่การศึกษาด้านความแตกต่างของแรงจูงใจในนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างภาษาต่างวัฒนธรรมยังมีน้อยนัก สิ่งที่ควรศึกษาในเบื้องต้น คือไม่ว่านักท่องเที่ยวสัญชาติใด ภาษาใด ก็อาจมีแรงจูงใจคล้ายคลึงกัน แม้ว่าแรงจูงใจพวกนี้อาจมีอิทธิพลจากความแตกต่างของเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรมซ่อนอยู่ในแรงจูงใจเหล่านั้นอยู่บ้าง แต่ทั้งนี้หากต้องการรู้ในเชิงลึก ก็จะต้องทำการศึกษาในรายละเอียดพฤติกรรมข้ามวัฒนธรรมต่อไป เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ได้ชัดเจนมากขึ้น และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมได้มากขึ้นด้วย

สำหรับแนวคิดเดิมที่ไม่ควรทิ้ง ได้แก่ การใช้คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6 Ws คือ Who, What, When, Where, Why, Whom และ 1 H คือ How และจากการตอบคำถามจาก 6 Ws, 1 H ว่าใครเป็นผู้ซื้อในตลาดการท่องเที่ยว มีความต้องการซื้อการท่องเที่ยวรูปแบบใด ต้องการไปเที่ยวที่ไหน มีวิธีการจอง การซื้อวิธีใด ซื้อที่ไหน ผ่านวิธีการซื้อรูปแบบใด ทำไมถึงซื้อ หรือนิยมชมชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใด ทำไมถึงชอบ และซื้ออย่างไร เดินทางท่องเที่ยวอย่างไร และที่สำคัญ นักท่องเที่ยวที่แท้จริงเป็นใคร ทั้งหมดจะเป็นคำตอบหรือกุญแจสำคัญที่จะใช้ไขข้อข้องใจของนักการตลาดและธุรกิจท่องเที่ยว จึงจัดว่าเป็นแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้ได้ดีทุกยุคทุกสมัย