

# 522211 การตลาดการท่องเที่ยว



## T O U R I S M M a r k e t i n g



รวบรวมและเรียบเรียงโดย  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุถนอม ตันเจริญ

## คำนำ

หนังสือ การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาอื่นในฐานะวิชาเอกเลือกหรือวิชาเลือกเสรี เนื้อหาสาระในหนังสือการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 10 บท มีเนื้อหาสาระที่มุ่งเน้นให้ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว เริ่มจากการทบทวนความรู้พื้นฐานทางด้านการตลาด อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดบริการและการท่องเที่ยว รวมถึงความรู้เชิงลึกในเรื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมของตลาด การจัดการการตลาดการท่องเที่ยว การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้เขียนหวังว่านักศึกษาจะได้เรียนรู้และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว คณาจารย์และนักวิชาการ ตลอดจนนักธุรกิจและนักการตลาดที่นำความรู้จากหนังสือฉบับนี้ไปใช้จะได้รับประโยชน์เชิงวิชาการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาการตลาดการท่องเที่ยวในระดับสูงขึ้นไป ตลอดจนการนำแนวคิดด้านการตลาดไปกำหนดแนวทางการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างแน่นอน อย่างไรก็ตาม ขอขอบคุณนักวิชาการผู้เขียนหนังสือ ตำรา บทความ และเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้เขียนได้หยิบยกเนื้อหาที่มีคุณประโยชน์ต่อการอธิบายและรูปภาพประกอบมาอ้างอิงในหนังสือฉบับนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุถนอม ตันเจริญ

มีนาคม 2559

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1</b> ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดและการท่องเที่ยว	1
สถานการณ์การเดินทางเพื่อธุรกิจของโลก	
ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจและสังคม	
ความหมายของตลาดและการตลาด	
องค์ประกอบและประเภทของตลาด	
องค์ประกอบของการตลาด	
ส่วนประสมทางการตลาด	
ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	
ประเภทของการท่องเที่ยว	
การตลาดการท่องเที่ยว	
<b>บทที่ 2</b> อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยว	34
ความเป็นมาและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	
ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	
ธุรกิจท่องเที่ยว	
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	
ประโยชน์ของการท่องเที่ยว	
<b>บทที่ 3</b> สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	57
สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร	
สิ่งแวดล้อมภายนอกจุลภาค	
สิ่งแวดล้อมภายนอกมหภาค	
สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว	
<b>บทที่ 4</b> กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว	73
กลยุทธ์การตลาด	
การวางแผนกลยุทธ์	
กระบวนการวางแผนกลยุทธ์	

<b>บทที่ 4 (ต่อ)</b>	
ความหมายของกลยุทธ์	
การวางแผนกลยุทธ์	
กระบวนการวางแผนกลยุทธ์	
การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	
การควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์	
กลยุทธ์การบริหารการตลาดท่องเที่ยว	
<b>บทที่ 5 การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว</b>	<b>97</b>
การวางแผนการท่องเที่ยว	
แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว	
การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	
สิ่งสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	
แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว	
<b>บทที่ 6 การวิเคราะห์พฤติกรรมของตลาด</b>	<b>117</b>
พฤติกรรมผู้บริโภค	
ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	
ปัจจัยด้านสังคม	
ปัจจัยส่วนบุคคล	
ปัจจัยด้านจิตวิทยา	
ปัจจัยด้านสถานการณ์	
อิทธิพลทางการตลาด	
กระบวนการตัดสินใจซื้อ	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	
<b>บทที่ 7 การจัดการการตลาดการท่องเที่ยว</b>	<b>136</b>
แนวคิดการจัดการการตลาด	
การจัดการการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	
การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว	
การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว	

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 8 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และตลาดเป้าหมาย</b>	<b>146</b>
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	
การกำหนดแผนผังแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์	
เครื่องมือในการสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์	
หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค	
หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรม	
<b>บทที่ 9 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว</b>	<b>158</b>
ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว	
กลยุทธ์การตลาด	
กลยุทธ์น่านน้ำสีแดง	
กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม	
กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว	
ปัจจัยในการสร้างส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด	
<b>บทที่ 10 การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว</b>	<b>169</b>
การสื่อสารการตลาด	
กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้า	
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	
เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	
ลักษณะเด่นของกลยุทธ์ IMC	
การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	
ข้อพิจารณาในการเลือกเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	
ผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว	
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>185</b>