

MYANMAR



กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำนิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หรือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

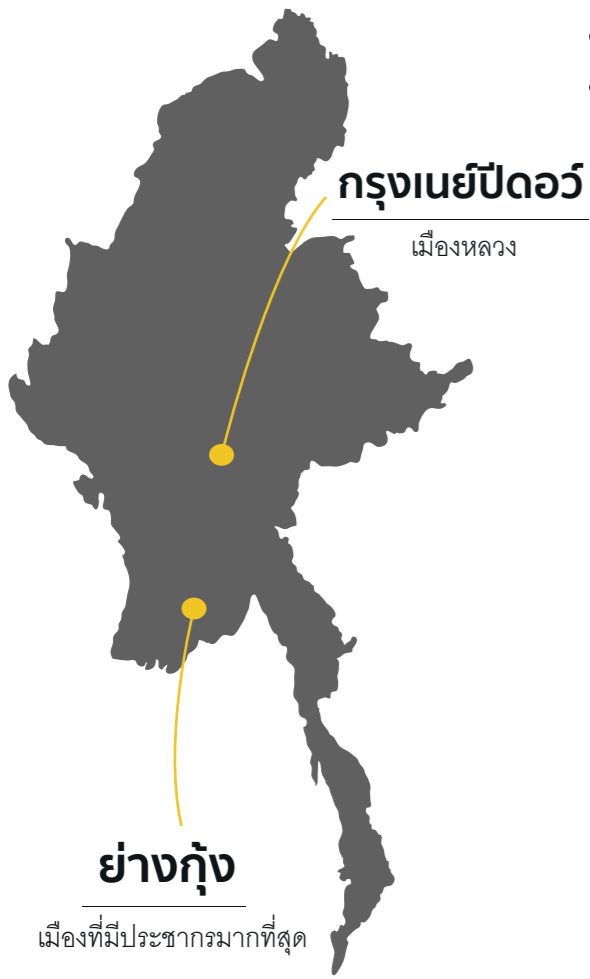
- มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป
- ฐานะปานกลางขึ้นไป
- เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ อย่างน้อยหนึ่งครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

- มีฐานะดี
- ใช้จ่ายสูงในการท่องเที่ยว
- ชอบท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ไล่ใจสิ่งแวดล้อม

NEED TO KNOW

1 รู้จักประเทศพม่า



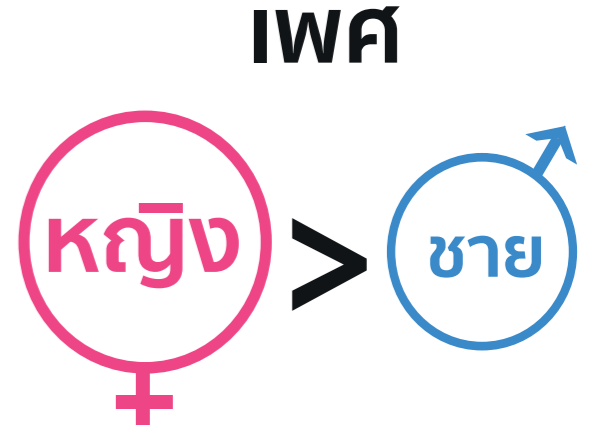
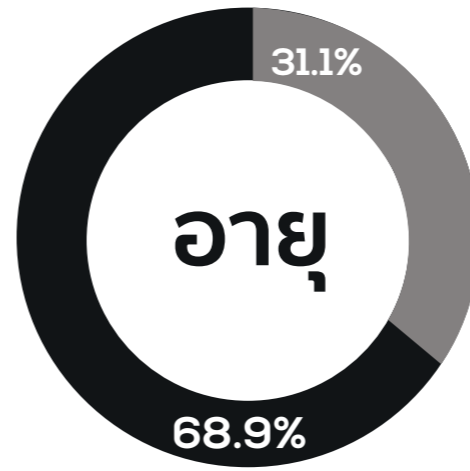
- มีพื้นที่ 657,740 ตารางกิโลเมตร
- แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 8 ภูมิภาค/รัฐ และ 10 เมืองหลัก
- เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติหรือสายพันธุ์มากที่สุด

มีประชากรทั้งหมด จำนวน **54,584,650** คน

(ข้อมูล : ข้อมูลอ้างอิง ณ ปี 2556)

เคยเดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศ จำนวน **1,156,930** คน

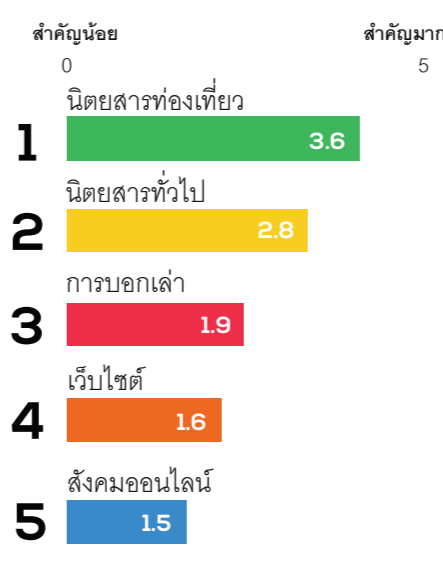
NICE TO KNOW



TOP 5 ประเทศที่เลือกไปเที่ยว

- จีน**
- ไทย**
- สิงคโปร์**
- มาเลเซีย**
- เกาหลีใต้**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว



พม่ามีขนาดเศรษฐกิจเป็นลำดับที่ 7 ของอาเซียน

GDP ประเทศ **55.27** พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

พม่ามีรายได้ประชากรเฉลี่ยต่อหัวน้อยที่สุดของอาเซียน

พม่ามีรายได้เฉลี่ยต่อหัวที่ **900** ดอลลาร์สหรัฐต่อปี

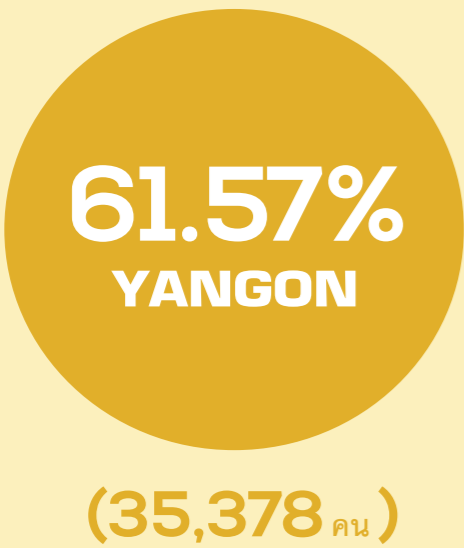
2 รู้จักนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวพม่า

มีนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จำนวน

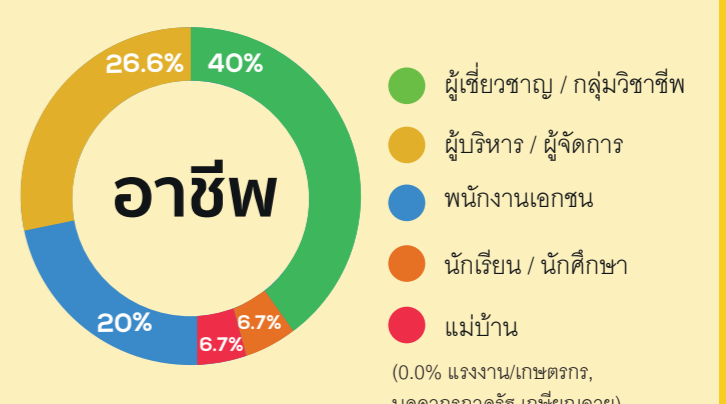
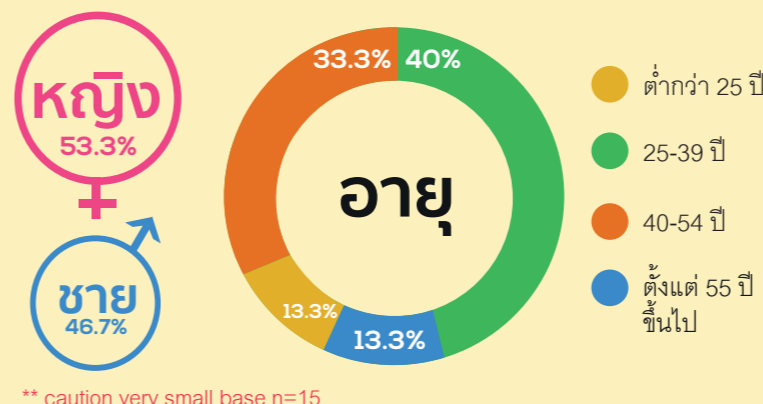
57,463

 คน

เมืองที่นักท่องเที่ยวชาวพม่าอยู่อาศัย



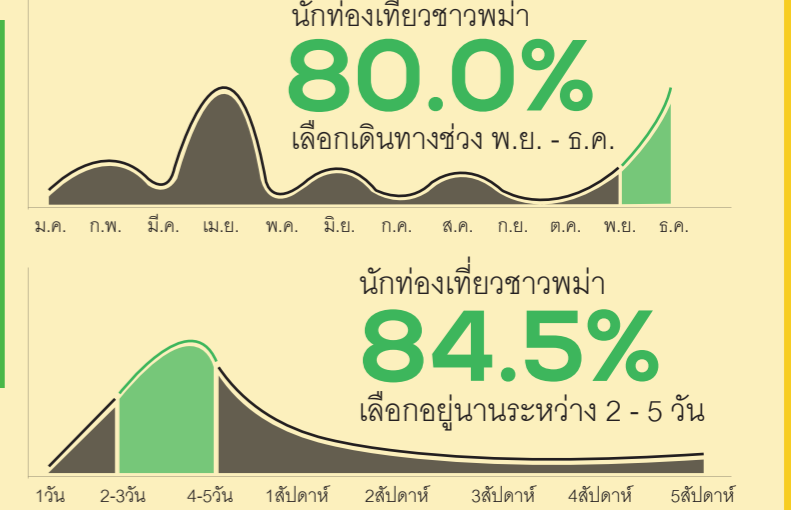
ทัศนคติที่มีต่อประเทศไทย



ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว



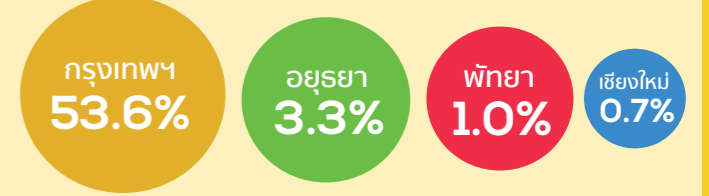
ไปเที่ยวช่วงไหน - อยู่นานกี่วัน



ภาพแรกที่นึกถึงประเทศไทย



เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมในประเทศไทย



กลุ่มไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวพม่า และกลยุทธ์การนำเสนอขาย

Mainstream 80%	Even the Thais Wonder	เพิ่มความสวยงามให้กับประสบการณ์แห่งชีวิต เปิดโลกทัศน์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์แบบไม่ธรรมดาอีกต่อไป กล้าจ่ายเพิ่มเพื่อความหรูหรา เพิ่มความสะดวกสบาย และปลอดภัย
Succeder 13.3%	Experience All Dimensions of Thai Senses	ได้สัมผัสทั้งบรรยากาศธรรมชาติที่ผสมผสานกับเกียรติและความสำนึกที่ผ่านมาน่า ด้วยน้ำใจไม่ตรีจากเพื่อนชาวไทย
Reformer 6.6%	Completely Care Tourism	สำหรับนักท่องเที่ยวชาวพม่าศักยภาพสูง ที่มุ่งหาบริการด้านการแพทย์อันทันสมัยในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสุขภาพหรือการเข้ารับการรักษา ทั้งด้านกายภาพ และด้านจิตใจ ด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ ทางกายภาพ และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

ลักษณะบุคลิก และพฤติกรรม

- ปกติ เรียบง่าย
- ท่าตามกฎเกณฑ์
- ไม่ชอบลุ่มเสียด
- ต้องการควบคุม
- โดดเด่นแตกต่าง
- หาความก้าวหน้า
- แสดงความเห็น
- ชอบประสบการณ์
- สุนทรีย์นิยม
- ครอบครัวใกล้ชิด
- คิดก่อนใช้ง่าย
- เน้นความปลอดภัย
- ใฝ่รางวัลตัวเอง
- แสวงหาอย่างท้าทาย
- วางแผนขั้นตอน
- ไม่ยึดติดกรอบ
- ชื่นชมธรรมชาติ
- เน้นแก่นแท้

Do's	Don'ts
<ul style="list-style-type: none"> นุรหฺรฯ สดวกคว่ำ และปลอดภัยคุ้มค้ำกับค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่ม เขียนง่าย แต่มีไม่งในการใช้ชีวิต ดังนั้นความตั้งใจ ที่ไม่ซับซ้อน มักได้รับการตอบรับที่ดี คำแนะนำที่ง่าย ๆ แต่ครบถ้วน ช่วยสร้างความตั้งใจในการเริ่มต้น เสนอแต่สินค้าที่คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐาน แต่ต้องไม่แพง จนรู้สึกถูกเอาเปรียบ ด้วยราคาที่เหมาะสม หมายถึงไม่ต้องง้อลูกค้า นำเสนอเฉพาะสินค้าและบริการขั้นดีเยี่ยม เติมแต่งอารมณ์ของสินค้าให้ดูหรูหราฟู่ฟ่า สร้างให้เกิดอารมณ์ของความอิสระ สบ เน้นสินค้าที่จะจูงใจเฉพาะกลุ่มพวกเขา อย่าเน้นการลดแลกแจกแถม และเล่นราคา แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจโดยคาดหมายแผนการตอบโต้ความต้งองการแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่างครบถ้วน นำเสนอสินค้าที่ดีจริง คุณภาพเหมาะสมกับข้อเสนอ เป็นธรรม ตรงไปตรงมา แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสรรพสิ่ง สัมคมและสิ่งแวดล้อม ทิ้งไว้ให้คิดเอง ตัดสินใจเอง แต่กระตุ้นให้เกิดความอยากอยากเห็น อยากได้ประสบการณ์ ด้วยการจัดสินค้าใจของเขาเอง 	<ul style="list-style-type: none"> ไม่สร้างความตระหนก แปลกใจ ด้วยสิ่งเข้าที่เกินคาดหวัง ไม่กล้าหรือสร้างความรู้สึกที่ไม่คุ้นเคย ด้วยการเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือ หลีกเลี่ยงการนำเสนอสิ่งที่ไม่เหมาะสม นอกเหนือ สภาพสังคมที่เป็นอยู่ ไม่ใช้กลยุทธ์ฉ้อฉลในหน้า หรือเอาแต่ใจไร้ยั้งผู้อื่น นำเสนอเหมือนทั่วๆไป ดูพื้นๆ ไม่มีรสนิยม เน้นการขายแบบที่ดูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก ดูซับซ้อนไม่จริงจัง หลกอลวง เติมแต่งสีสันเกินจริง กำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดเกินไป ขั้นตอนซับซ้อน วนวาว การขายแบบที่ดูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก