

สารบัญ

	หน้า
1. ความเป็นมา	7
2. วัตถุประสงค์การศึกษา	7
3. วิธีการวิจัย	7
บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง	10
1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง	10
1.1.1 เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	11
1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	12
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	16
2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	17
2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	18
2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี	18
2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	19
2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	20
2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	21
2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	21
2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	23
2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	25
2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	26
บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว	27
3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ	27
3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า	28
3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	30
3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)	31
3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด	32
3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	33
บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม	35
4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	35
4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	36
บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	38
5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	38
5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	39
5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	41
6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	41
6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	42
6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามภูมิภาคหลังทางกายภาพ	43
6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	43
6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต	45
6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	45
6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพักค้างคืน	45
6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม	46
6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทาง	46
6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า	47
6.3.6 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	47
6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	48
6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต	48
6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	48
6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอิมเมิเบิลทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	49
6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	49
6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	50
6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	50
6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	51

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม	14
ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา	21
ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ	22
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	24
ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	29
ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	41
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	42
ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางจำแนกกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	45
ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	46
ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	48
ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	51

สารบัญแนภูมิภาพ

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	10
แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	10
แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามระดับการศึกษา	11
แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	11
เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	
แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	12
แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบภาพรวม 10 จังหวัด	12
แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด	14
แผนภูมิภาพที่ 8 แสดงสัดส่วนประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	16
แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	16
แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	17
แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	17
แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก	17
แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ (ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	18
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	18
แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี 15 อันดับแรก	19
แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	19
แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีร่วมเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดด้วย เปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน	20
แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	20
แผนภูมิภาพที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	21
แผนภูมิภาพที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนหนึ่งครั้ง	21

สารบัญแผนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 21 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	22
แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	23
แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	23
แผนภูมิภาพที่ 24 แสดงสัดส่วนทัศนคติต่อการเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล เฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว	25
แผนภูมิภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	25
แผนภูมิภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบกับอีก 9 จังหวัดที่ทำการศึกษา	25
แผนภูมิภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคในผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	26
แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	27
แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบระหว่างช่วงอายุ	28
แผนภูมิภาพที่ 30 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่วางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	28
แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	28
แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	29
แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีวางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า	30
แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	30
แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง “จุดประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	31
แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	31
แผนภูมิภาพที่ 37 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามช่วงอายุ	31
แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด ในอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	32

สารบัญแนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 39 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	33
แผนภูมิภาพที่ 40 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามช่วงอายุ	33
แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	34
แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเคยไปเยี่ยมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	35
แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานียังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	36
แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	37
แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด จำแนกตามอายุ	37
แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	38
แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	39
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีและสัดส่วนผู้ที่เป็สมาชิกสังคมเครือข่าย	39
แผนภูมิภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายจำแนกตามกลุ่มอายุ	40
แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามภูมิหลังทางกายภาพ	43
แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	43
แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางแบบพักรีสอร์ทจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	45
แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักรีสอร์ทจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	45
แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักรีสอร์ท (บาท/ครั้ง)	46
แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีแผนการเดินทางแบบพักรีสอร์ท	47
แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง “วัตถุประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	47
แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	48
แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	49
แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	49
แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	50
แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	50

1. ความเป็นมา

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งในสังคมยุคสมัยปัจจุบัน โดยเฉพาะหากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้านการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพัฒนาการของสังคมในด้านต่างๆ ไปพร้อมกัน เนื่องจากมีแนวโน้มที่เชื่อได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสังคมกับทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบเริ่มต้นที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาการของสังคมตามมา หรือเป็นไปในทิศทางกลับกันก็ตามแต่สิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องจับตามองคือแนวโน้มหรือทิศทางของพัฒนาการนั้นซึ่งจะส่งผลต่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทิศทางการเคลื่อนไหวที่กำลังจะเกิดขึ้น จึงนับเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อนำมาต่อยอดจากผลการศึกษาค้นคว้าที่ผ่านมาซึ่งเป็นการศึกษาทำความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยได้มีการนำทฤษฎี “ความต้องการในการดำรงชีวิตของมาสโลว์” มาเป็นกรอบในการศึกษาเช่นเดียวกัน แต่ได้เปลี่ยนแปลงขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมชาวไทยที่มีศักยภาพด้านการเดินทางท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตต่างจังหวัดของทุก ๆ ภูมิภาคในประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อทราบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อทราบพฤติกรรม วิถีชีวิตและแรงจูงใจของคนไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
3. เพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษาในลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต
4. เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษา
5. เพื่อทราบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษาในด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และวิถีชีวิตทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

3. วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเป็น 3 แบบตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ในข้อเสนอโครงการฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากงานวิจัย รายงานสถิติ/ สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ/ เว็บไซต์ ฯลฯ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิจัยภาคสนาม (โดยได้แสดงรายละเอียดผลการค้นคว้าเรียบเรียงอย่างละเอียดไว้ในรายงานความก้าวหน้าของโครงการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้)

2. การวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ชาวไทยในจังหวัดที่กำหนด ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านทัศนคติ พฤติกรรม และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเก็บข้อมูลและประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถเพิ่มความรู้และความเข้าใจต่อ “ผู้เล่นกลุ่มใหม่” (New Stakeholder) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกิดจากการกระจายอำนาจการบริหารจัดการทรัพยากรของภาครัฐไปยังท้องถิ่น อันมีผลทำให้เกิด “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” หรือ อบต. อบจ. ตามภูมิภาคต่างๆ จึงเสนอให้มีวิธีการวิจัยในรูปแบบ “การสัมภาษณ์เชิงลึก” กับผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เป้าหมายต่างๆ ดังกล่าว (หมายเหตุ: รายงานเกี่ยวกับ อบท. ในบทที่ 8 ของรายงานฉบับสมบูรณ์)

3.1 วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามและจำนวนหน่วยตัวอย่าง

3.1.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง (Respondent Qualification)

- เป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- ทั้งเพศชายและหญิง
- ไม่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับช่วงระดับรายได้ แต่ต้องเคยเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้กำหนดให้การกระจายตัวของหน่วยตัวอย่างสามารถครอบคลุมกลุ่มย่อยในประชากรกลุ่มอายุต่างๆ อย่างเท่าเทียมเหมาะสมกับสัดส่วนของประชากรในพื้นที่เป้าหมายดังนี้

- กลุ่มนิสิต นักศึกษา (ระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท หรือเทียบเท่า)
- กลุ่มคนทำงานระยะต้น (อายุระหว่าง 21-30 ปี)
- กลุ่มทำงานระยะกลาง (อายุระหว่าง 31-40 ปี)
- กลุ่มทำงานตอนปลาย (อายุระหว่าง 41-60 ปี)
- กลุ่มเกษียณทำงาน (ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป)

3.1.2 พื้นที่ดำเนินการเก็บข้อมูล (Sampling Frame)

สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งเป็นหนึ่งในสิบพื้นที่ที่ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 18 พฤศจิกายน - 1 ธันวาคม 2553 เริ่มที่อำเภอเมืองในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2553 ช่วงหนึ่ง และระหว่างวันที่ 25 พฤศจิกายน - 1 ธันวาคม 2553 อีกช่วงหนึ่ง สำหรับอำเภอรอบนอก ได้สุ่มสำรวจเพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่อำเภอนาสารระหว่างวันที่ 19-24 พฤศจิกายน 2553 ซึ่งผลการเก็บข้อมูลภาคสนามในภาพรวมก็สามารถประสบความสำเร็จด้วยดี

3.1.3 จำนวนหน่วยตัวอย่าง (Sample Size)

เพื่อให้การเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และมีระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 95% (Taro Yamane Formulation for Sample size) จึงเสนอสมมติฐานและแนวทางการกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างของจังหวัดสุราษฎร์ธานีรวมถึงแสดงจำนวนหน่วยตัวอย่างที่เหมาะสมดังนี้

สมมติฐาน

- ระดับความเชื่อมั่น 95%
- ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ($e = 0.05$)
- สัดส่วนของลักษณะที่สนใจ ($p = 0.5$)

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างที่คำนวณได้ตามเงื่อนไข
จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ไม่น้อยกว่า 400 ราย

อย่างไรก็ตามเพื่อให้จำนวนหน่วยตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกมีการกระจายตัวอย่างครอบคลุมและเหมาะสม จึงเพิ่มจำนวนหน่วยตัวอย่างเป็นเท่ากับหรือมากกว่า 700 รายโดยแบ่งสัดส่วนและกำหนดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างดังนี้

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างและรายละเอียด
เทศบาลอำเภอเมือง	- จำนวน 352 ราย - กระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ของเทศบาล ตามรายละเอียดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างตามข้อ 3.1.4
อำเภอรอบนอก	- จำนวน 348 ราย - อำเภอที่ห่างจากอำเภอเมืองมากกว่า 30 กม. ได้แก่ อำเภอนาสาร

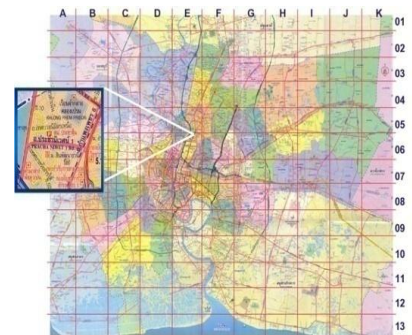
3.1.4 วิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง (Sampling Method)

- พื้นที่เขตเทศบาล (Multi-Stage Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเลือกพื้นที่เก็บตัวอย่างก่อน แล้วจึงสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธี สุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)

- พื้นที่ต่างอำเภอ (Systematic Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)



3.1.5 คำบรรยายศัพท์ที่นำมาใช้เป็นการเฉพาะในรายงาน

ผู้เดินทาง หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ผู้เดินทางอำเภอเมือง หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง และได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

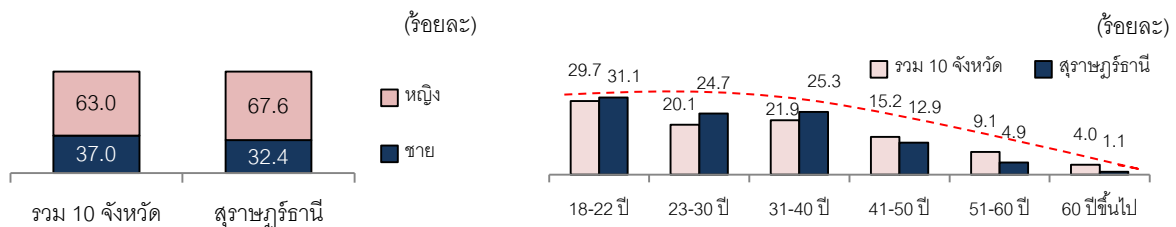
ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภออื่นนอกเหนือจากอำเภอเมือง และได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของ
ชาวไทยในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว
- สุราษฎร์ธานี -

บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง

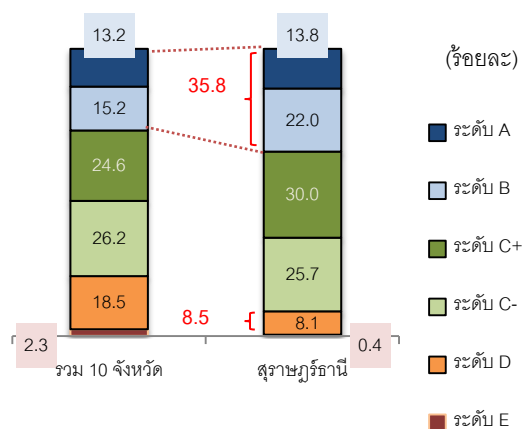
1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสุ่มสำรวจผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่าหน่วยตัวอย่างเป็นเพศหญิงในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 67.6 ขณะที่เพศชายเพียงร้อยละ 32.4 โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีอายุอยู่ระหว่าง 18-22 ปี กลุ่มหนึ่ง (มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 31.1 สูงกว่าภาพเฉลี่ยรวม 10 จังหวัด) กับกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้นถึงระยะกลาง (ร้อยละ 24.7 และร้อยละ 25.3 ตามลำดับ) ส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในกลุ่มที่อายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่น้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานอายุตั้งแต่ 51 ปี ถึงวัยเกษียณ มีสัดส่วนผู้เดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อยปีละครั้งเพียงร้อยละ 4.9 และร้อยละ 1.1 ตามลำดับเท่านั้น

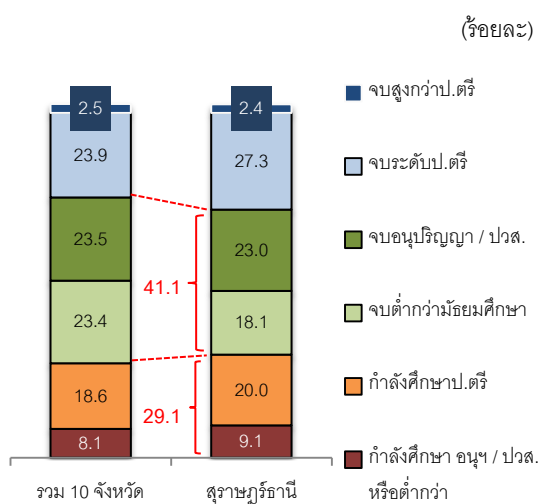


แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาจากเศรษฐกิจฐานะ (SES) หรือรายได้ ครอบครัวต่อเดือน พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่มีสัดส่วนของผู้ที่เศรษฐกิจฐานะสูง (SES Class AB) อยู่ที่ร้อยละ 35.8 สูงกว่าภาพรวมมาก ขณะที่มักมีกลุ่มคนที่มีเศรษฐกิจฐานะระดับล่าง (SES Class DE) รวมกันในส่วนเพียงร้อยละ 8.5 ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เดินทางแบบพักค้างคืนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีเศรษฐกิจฐานะปานกลางถึงดีมาก



แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

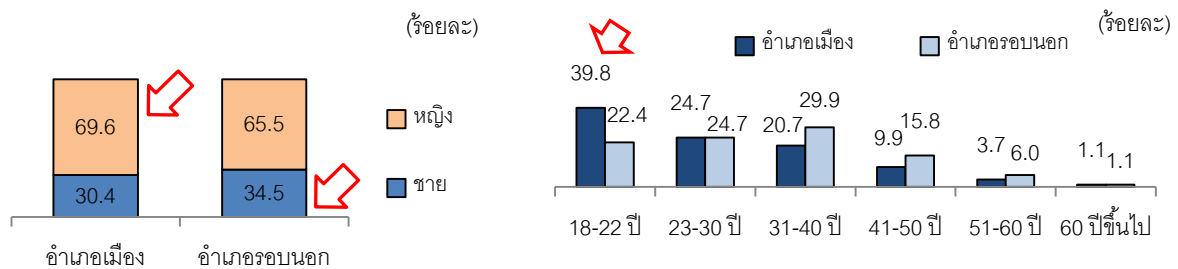


กลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูง เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา รวมกันสูงถึงร้อยละ 29.1 (ร้อยละ 20.0 และร้อยละ 9.1) ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด (รวมกันร้อยละ 26.7) ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กลับมีการเดินทางในสัดส่วนที่ไม่สูงมาก รวมกันเพียงร้อยละ 41.1 ต่ำกว่าภาพรวมที่มีสัดส่วนกลุ่มนี้ถึงร้อยละ 46.9

แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามระดับการศึกษา

1.1.1 เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเช่นเดียวกัน

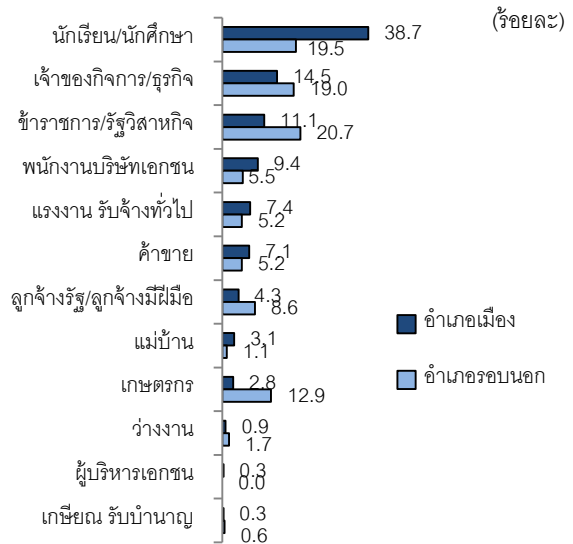


แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

แต่หากพิจารณาในกลุ่มอายุกลับพบความแตกต่างในคุณลักษณะทางภูมิหลังทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มเป็นวัยรุ่น/นักเรียน/นักศึกษา เกือบร้อยละ 40.0 (ร้อยละ 39.8) ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกที่ได้เดินทางเป็นกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้นถึงกลาง (สัดส่วนร้อยละ 24.7 และร้อยละ 29.9 ตามลำดับ)

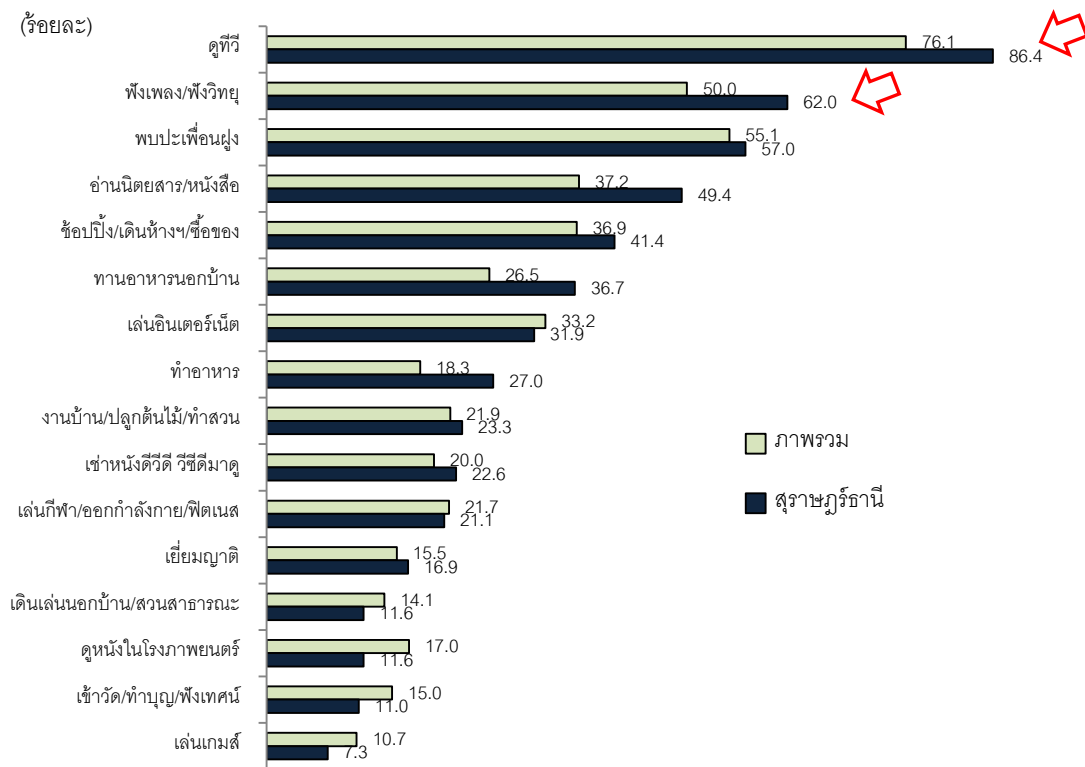
เมื่อพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะอาชีพ พบว่าในผู้เดินทางอำเภอรอบนอกส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจ ข้าราชการ รวมถึงลูกจ้างรัฐที่เป็นแรงงานมีฝีมือ (ร้อยละ 19.0 ร้อยละ 20.7 และร้อยละ 8.6 ตามลำดับ)

เป็นที่น่าสังเกตว่าในอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนของเกษตรกรที่เดินทางท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 12.9 ขณะที่ภาพรวมการเดินทางของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี เป็นกลุ่มคนมีฐานะซึ่งเมื่อพิจารณาเกษตรกรกลุ่มนี้เป็นพิเศษ กลับพบว่าเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาดี และมีฐานะทางการเงินในระดับดีถึงดีมาก



แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี



แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบภาพรวม 10 จังหวัด

หากพิจารณากิจกรรมยามว่าง (ในรายกิจกรรม) ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี 10 อันดับแรก พบว่าส่วนใหญ่เป็นการดูทีวีที่บ้าน (ร้อยละ 86.4) ฟังเพลง/ฟังวิทยุ (ร้อยละ 62.0) พบปะเพื่อนฝูง (ร้อยละ 57.0) อ่านนิตยสาร/หนังสือ (ร้อยละ 49.4) และช้อปปิ้ง/เดินห้าง/ซื้อของ (ร้อยละ 41.4)

ทานอาหารนอกบ้าน (ร้อยละ 36.7) เล่นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 31.9) ทำอาหารทานกันเอง (ร้อยละ 27.0) ทำงานบ้าน (ร้อยละ 23.3) และเช่าหนังสือวีซีดี/ดีวีดี (ร้อยละ 22.6) ตามลำดับ ในสัดส่วนที่ดูคล้ายคลึงและไม่แตกต่างจากผู้เดินทางชาวจังหวัดอื่นๆ

แต่หากเปรียบเทียบกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี กับภาพรวมพบว่ากิจกรรมยามว่างอันเป็นที่ชื่นชอบของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีแตกต่างจากผู้เดินทางจังหวัดอื่นๆ อย่างเด่นชัด ได้แก่ กิจกรรมการใช้เวลาอยู่กับบ้าน ดูทีวี ฟังเพลง ทำอาหาร หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอ่าน ขณะที่กิจกรรมเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต เล่นเกมส์ ดูหนัง ฟิตเนส หรือแม้กระทั่งกิจกรรมเกี่ยวกับการเข้าวัดฟังธรรม กลับยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก (เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนในภาพรวม)

อย่างไรก็ดี พบว่ากลุ่มผู้เดินทางของการศึกษารุ่นนี้ (รวม 10 จังหวัด) ได้เลือกทำกิจกรรมยามว่างในลักษณะที่เป็นแบบแผน โดยลักษณะของแบบแผนการเลือกทำกิจกรรมยามว่างนั้น สามารถสื่อให้เห็นภาพของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น (เพื่อการจัดทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ) เป็น 7 กลุ่มกิจกรรม โดยมีสัดส่วนของแต่ละลักษณะกลุ่มกิจกรรมยามว่าง ที่กลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีชื่นชอบดังนี้

สรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

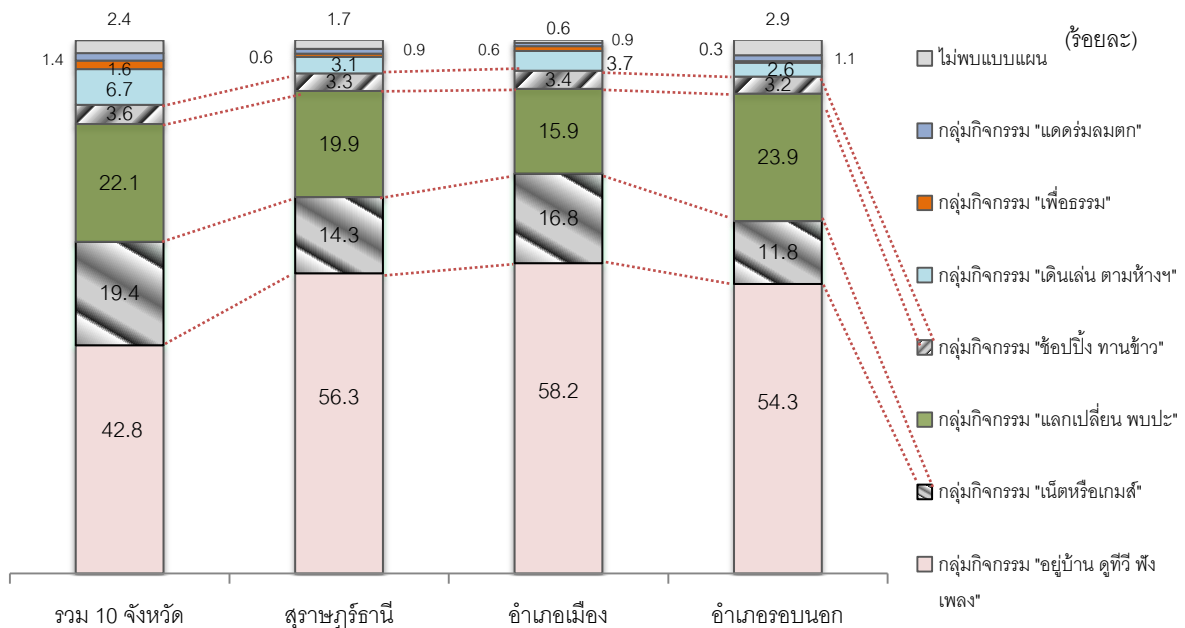
ประเภทกลุ่มกิจกรรม	ลักษณะรายละเอียดกิจกรรมยามว่างของแต่ละกลุ่มกิจกรรมยามว่างนิยมปฏิบัติเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย
กลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้าน ดูทีวี ฟังเพลง” (ร้อยละ 56.3)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างอยู่ภายในบ้าน ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ ปลูกต้นไม้/ทำสวน ทำอาหารทานกันเองเป็นส่วนใหญ่ แต่บางครั้งก็ออกไปช้อปปิ้ง/เดินห้างฯ/ซื้อของ เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย/ฟิตเนส รวมถึงพบปะเพื่อนฝูงหรือเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ เป็นบางครั้ง
กลุ่มกิจกรรม “แลกเปลี่ยน พบปะ” (ร้อยละ 19.9)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการออกไปพบปะเพื่อนฝูง นัดทานอาหารนอกบ้าน หากกลับเข้าบ้านก็ดูทีวี เช่าหนังสือวีซีดี วีซีดีมาดู ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน และก็ไม่ละเลยที่จะเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ อย่างสม่ำเสมอ
กลุ่มกิจกรรม “เน็ตหรือเกมส์” (ร้อยละ 14.3)	กลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่นิยมว่างกับการใช้อินเทอร์เน็ต เล่นเกมส์ พร้อมไปกับการฟังเพลง/ฟังวิทยุ ดูทีวี หรืออ่านนิตยสาร/หนังสืออยู่กับบ้าน แต่ออกมาเดินเล่นตามห้าง พบปะเพื่อนฝูง ทานอาหาร ดูหนังในโรงภาพยนตร์ อยู่เป็นประจำ
กลุ่มกิจกรรม “ช้อปปิ้ง ทานข้าว” (ร้อยละ 3.3)	กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างในการซื้อของใช้เข้าบ้าน เดินช้อปปิ้ง/เดินห้างฯ แล้วแวะไปเยี่ยมญาติ พบเพื่อน ชวนกันทานอาหารนอกบ้าน เมื่อกลับเข้าบ้านก็จะดูทีวี ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน เข้าอินเทอร์เน็ตตรวจข่าวสารข้อมูล และทำอาหารทานกันเองเป็นบางครั้ง แต่ก็ไม่ละเลยที่จะเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์เป็นครั้งคราวเช่นกัน
กลุ่มกิจกรรม “เดินเล่น ตามห้างฯ” (ร้อยละ 3.1)	ขณะที่กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างอยู่ตามห้างสรรพสินค้า นัดหมายพบปะเพื่อนฝูง เดินเล่นกินข้าว หรือดูหนังตามห้างสรรพสินค้า และหากกลับมาที่บ้านก็จะเล่นอินเทอร์เน็ต ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ เสริมสวย/แต่งผม/ทำเล็บเป็นบางครั้ง

ประเภทกลุ่มกิจกรรม (ต่อ) ลักษณะรายละเอียดกิจกรรมยามว่างที่แต่ละกลุ่มกิจกรรมยามว่างนิยมปฏิบัติเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

กลุ่มกิจกรรม "เพื่อธรรม" (ร้อยละ 0.9)	กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างพบปะญาติมิตร ชักชวนกันทำกิจกรรมเกี่ยวกับศาสนาที่นับถือ เข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ นั่งสมาธิ รวมถึงใช้เวลาทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน ดูทีวี เช่นเดียวกับกลุ่มอื่นๆ
กลุ่มกิจกรรม "แต่ดรามดก" (ร้อยละ 0.6)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนอกบ้าน ออกไปพบปะเพื่อนฝูง ทานอาหารนอกบ้าน ดื่ม เทียวผับ/บาร์ เล่นดนตรี สั่งสรวค์ หากกลับเข้าบ้านก็จะดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ เข้าหนังดีวีดี วิธีดีมีาดู เหมือนกลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม

หากเปรียบเทียบกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีกับภาพเฉลี่ยรวมทั้ง 10 จังหวัด พบว่าโดยภาพรวมผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีอยู่บ้านดูทีวี ฟังเพลง สูงกว่ากลุ่มผู้เดินทางจังหวัดอื่น ๆ มาก แต่ก็ยังคงพฤติกรรมการใช้เวลาว่างออกไปหาสู่อุทยานธรรมชาติสวย ในลักษณะสังคมดั้งเดิมที่แวะเวียน ชักถามทุกข์สุขกันอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอรอบนอก



แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด

เมื่อเปรียบเทียบภายในกลุ่มผู้เดินทางสุราษฎร์ธานีด้วยกัน โดยแบ่งออกเป็นผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่า นอกจากสัดส่วนของกลุ่มที่อยู่บ้านดูทีวีฟังเพลงที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกันแล้ว กลุ่มพฤติกรรมยามว่างอื่น ๆ มีความแตกต่างกันอยู่บ้าง กล่าวคือ ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนของกลุ่มเน็ตหรือเกมส์มากกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง (ร้อยละ 16.8 และร้อยละ 11.8 ตามลำดับ) ในทางตรงกันข้ามผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนของกลุ่ม "แลกเปลี่ยน พบปะ" สูงถึงร้อยละ 23.9 ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนของกลุ่มพฤติกรรมประเภทหลังนี้น้อยมากเพียงร้อยละ 15.9 เท่านั้น

ลักษณะพฤติกรรมยามว่างดังกล่าวมีความสอดคล้องกับความเจริญทางวัตถุอยู่ส่วนหนึ่ง กล่าวคือ สังคมอำเภอรอบนอกของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ยังคงความเป็นลักษณะวิถีชีวิตชนบทดั้งเดิมสูง แต่สังคมเมืองกลับ(เริ่ม)แสดงความเปลี่ยนแปลงให้เห็นบ้างแล้ว โดยการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและความเจริญทางวัตถุ เช่น ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มากขึ้น (หมายเหตุผู้วิจัย: ถึงแม้ว่าจะไม่รวดเร็วและรุนแรงเท่ากับการเปลี่ยนแปลงลักษณะวิถีชีวิตของจังหวัดในพื้นที่ศึกษาภาคอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดนครราชสีมาก็ตาม) แต่ก็ยังคงรักษาพื้นฐานความสำคัญของสังคมครอบครัวไว้ได้อย่างมั่นคงมาก

(หมายเหตุผู้วิจัย: เมื่อพิจารณาภาพรวมของทุกๆ จังหวัด ตามลักษณะการพัฒนาเมือง พบว่าพฤติกรรมเชิงสังคมของคนไทยในเขตเมือง มีแนวโน้มหันไปพึ่งพาความเจริญของวัตถุ แอร์เย็นตามห้างสรรพสินค้า แล้วละเลยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมภายในกับครอบครัวด้วยการ “อยู่บ้านดูทีวีด้วยกัน” หรือกับญาติมิตรด้วยการ “ออกไปแลกเปลี่ยนพบปะที่บ้านของกันและกันแบบเดิม” ทำให้พฤติกรรมเชิงสังคมแบบ “ตัวใครตัวมัน” ในเมืองมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ)

กล่าวสรุปในส่วนนี้ได้ว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับดี โดยเป็นนักเรียน/นักศึกษาในเมืองกลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มเจ้าของธุรกิจ หรือข้าราชการ หรือเกษตกร (หมายเหตุผู้วิจัย: ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรสวนยางพารา หรือเกษตรกรสวนปาล์ม ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยในระดับสูง) ที่อยู่ในอำเภอรอบนอกอีกกลุ่มหนึ่ง

สำหรับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นการใช้เวลาว่างอยู่กับบ้าน ดูทีวี ฟังเพลง รวมถึงการออกไปพบปะทักทาย พูดคุยกับเพื่อนฝูง หรือญาติมิตรในหมู่บ้านเป็นบางเวลา โดยเป็นที่น่าสังเกตว่า กิจกรรมการใช้เวลาเดินเล่น หรือซื้อของตามห้างสรรพสินค้ามีส่วนไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ศึกษาอื่น ๆ

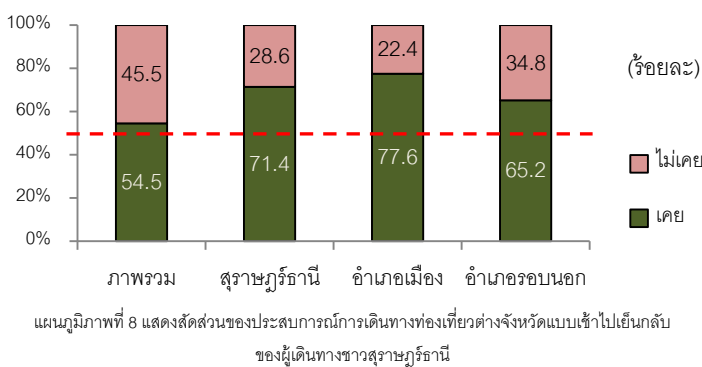
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเฉพาะ (กลุ่มผู้เดินทางต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา) ซึ่งในเบื้องต้นพบว่า มีกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ผ่านคุณลักษณะดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 38.4 (ซึ่งหมายถึงประชากรส่วนที่เหลือร้อยละ 61.6 ไม่ผ่านคุณลักษณะ และไม่ได้ถูกคัดเลือกเข้ามาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้)

2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับ

2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับ

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เคยเดินทางแบบพักค้างคืนต่างจังหวัด และมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับร่วมด้วย ในสัดส่วนร้อยละ 71.4 สูงกว่าภาพรวม 10 จังหวัดที่สัดส่วนของการเดินทางประเภทดังกล่าวในกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก (เฉลี่ย



ทั่วประเทศร้อยละ 54.5)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนผู้เดินทางอำเภอเมืองที่เคยเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับด้วย พบว่าอยู่ที่ร้อยละ 77.6 สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกเล็กน้อย (ร้อยละ 65.2)

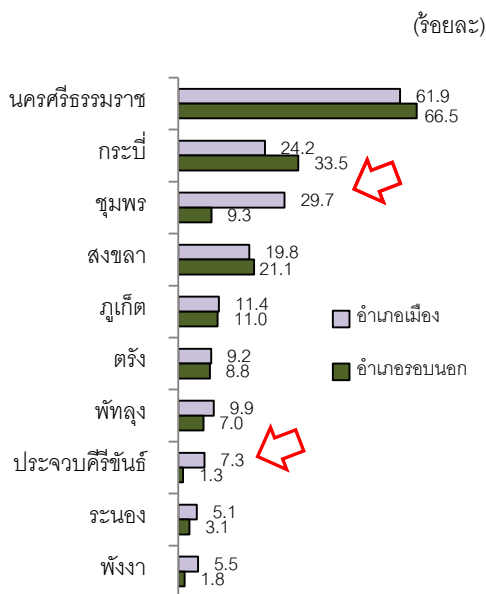
สำหรับความถี่ด้านการเดินทาง

พบว่าในรอบ 2 ปีที่ผ่านมาผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับเฉลี่ย 2.55 ครั้ง สูงกว่าค่าเฉลี่ยจาก 10 จังหวัดที่ทำการสำรวจซึ่งอยู่ที่ 2.34 ครั้ง อย่างไรก็ตามพบว่าค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางลักษณะเช่นนี้สำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจะค่อนข้างสูงในกลุ่มวัยนักเรียน/นักศึกษาถึงวัยทำงานระยะต้น และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (ค่าเฉลี่ยความถี่ 2.84 2.45 และ 3.95 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา) โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และเจ้าของกิจการธุรกิจ



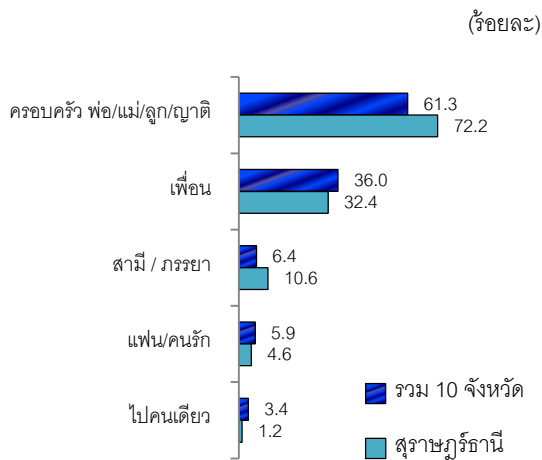
2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ

จังหวัดที่เป็นที่นิยมของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ 10 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดกระบี่ จังหวัดชุมพร จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดตรัง จังหวัดพัทลุง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดระนอง และจังหวัดพังงา ตามลำดับ

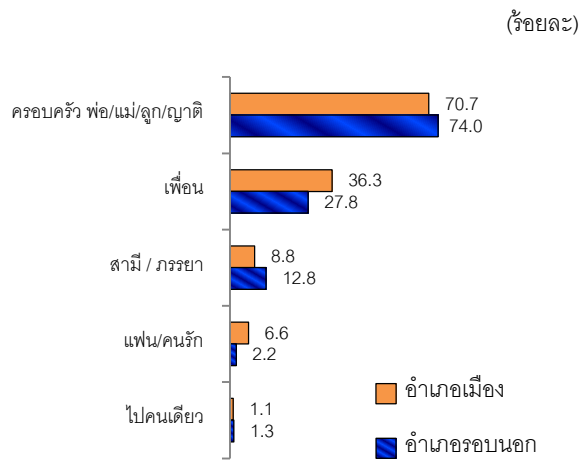


เมื่อเปรียบเทียบจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ามีความแตกต่างกันเล็กน้อย โดยที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มนิยมเดินทางไปเที่ยวที่จังหวัดกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในสัดส่วนที่สูง ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มให้ความสนใจเดินทางแบบเช้าไปเย็นกลับไปที่จังหวัดชุมพร และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากกว่า (หมายเหตุผู้วิจัย: อาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านระยะทางและทิศทางที่สะดวก)

แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก



แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด



แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก

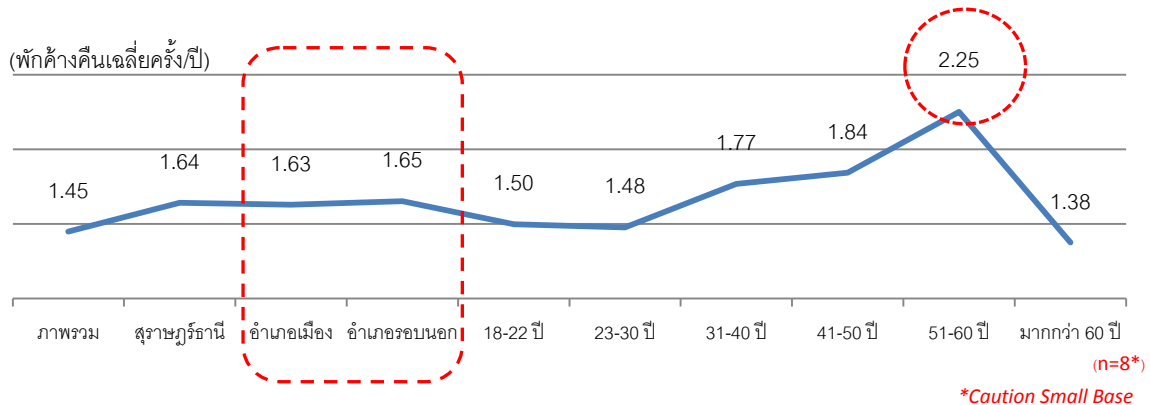
ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีประมาณ 3 ใน 4 (ร้อยละ 72.2) เดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในลักษณะนี้กับ ครอบครัว พ่อแม่/ลูก หรือญาติ อีกร้อยละ 32.4 เดินทางไปเที่ยวกับเพื่อน โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมืองนิยมไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับกับเพื่อนในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง

2.2 ประสิทธิภาพและเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตามเงื่อนไขการศึกษา โดยเฉพาะได้เคยเดินทางค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีลักษณะพฤติกรรมในระหว่างการเดินทางแบบพักค้างคืนที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น ดังต่อไปนี้

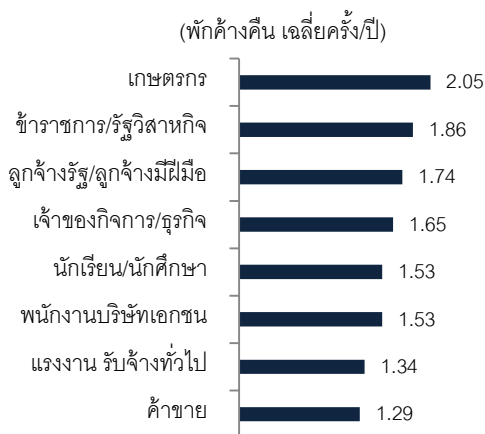
2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี

จากการสำรวจพบว่าผู้เดินทางชาวจังหวัดสุราษฎร์ธานีเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนในเฉลี่ย 1.64 ครั้งต่อปีสูงกว่าในภาพรวมเล็กน้อย (1.45 ครั้ง/ปี)



แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ (ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

อย่างไรก็ดี เมื่อวิเคราะห์แยกตามกลุ่มอายุ พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนบ่อยครั้งกว่ากลุ่มอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย จนถึงวัยก่อนเกษียณ โดยไม่มีความแตกต่างของความถี่ในการพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอย่างมีนัยสำคัญ



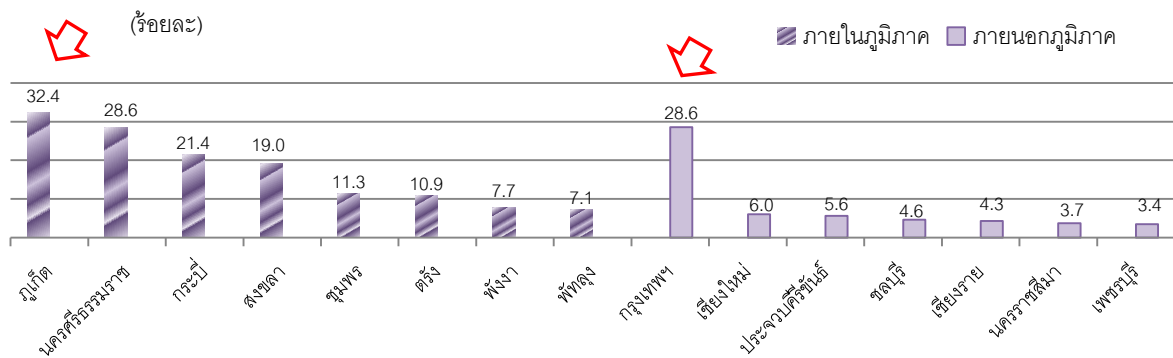
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ขณะที่หากพิจารณาความถี่การเดินทางพักค้างคืน เฉลี่ยครั้ง/ปี ของผู้เดินทางกลุ่มอาชีพต่างๆ พบว่า กลุ่มผู้เดินทางที่เป็นเกษตรกร ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มลูกจ้างมีฝีมือตามสำนักงานต่าง ๆ แสดงแนวโน้มเดินทางพักค้างคืนด้วยความถี่ต่อปีสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ (เฉลี่ยความถี่เท่ากับ 2.05, 1.86 และ 1.74 ครั้ง/ปี ตามลำดับ)

2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

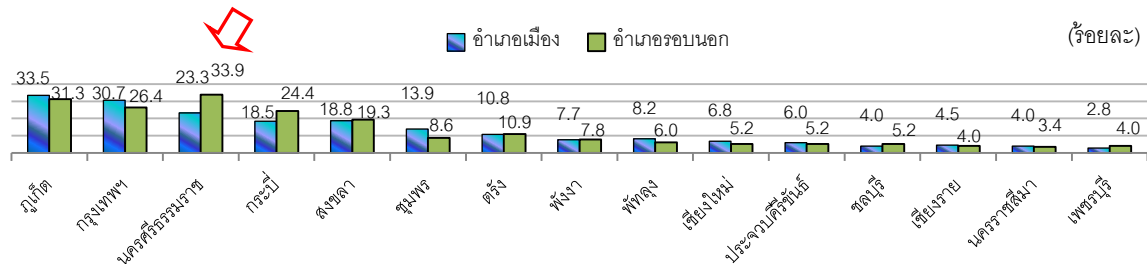
ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน โดยมีเป้าหมายการเดินทางเป็นจังหวัดทั้งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค อย่างไรก็ตามจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีนิยมไปท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนมากที่สุด 5 อันดับแรกล้วนเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมในภาคใต้ทั้งสิ้น โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 32.4) จังหวัดนครศรีธรรมราช (ร้อยละ 28.6) จังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 21.4) จังหวัดสงขลา (ร้อยละ 19.0) และจังหวัดชุมพร (ร้อยละ 11.3) ตามลำดับ ซึ่งจังหวัดยอดนิยมดังกล่าวนี้ล้วนเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกับสุราษฎร์ธานีทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตามแม้จะมีสัดส่วนในภาพรวมไม่สูงมากนัก พื้นที่ท่องเที่ยวที่อยู่นอกภูมิภาคก็ได้รับความนิยมอยู่บ้างเช่นกัน โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในสัดส่วนสูงไม่น้อย (ร้อยละ 28.6) ขณะที่จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมของภาคอื่นๆ อย่างเช่น จังหวัดเชียงใหม่ หรือจังหวัดชลบุรี กลับได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในสัดส่วนไม่สูงมาก (โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ศึกษาในจังหวัดอื่น ๆ)



แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี 15 อันดับแรก

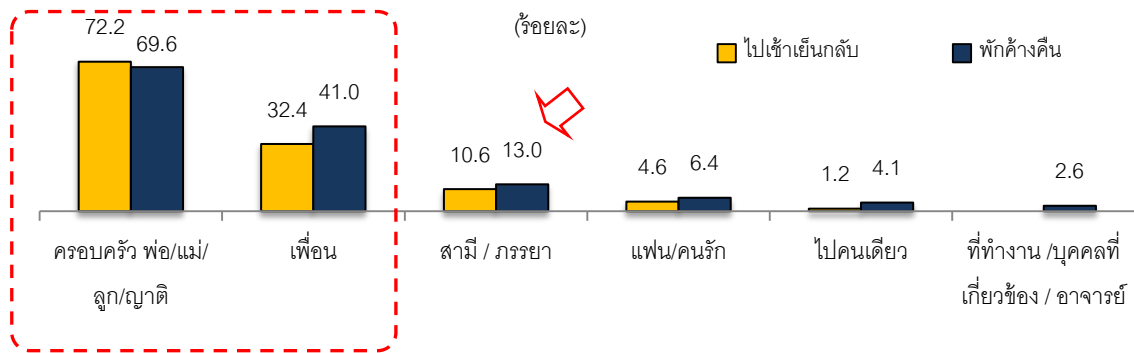
เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายการเดินทางแบบพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดกระบี่ มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมากกว่าอยู่บ้าง ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองนิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต หรือกรุงเทพฯ ในสัดส่วนที่สูงกว่า



แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

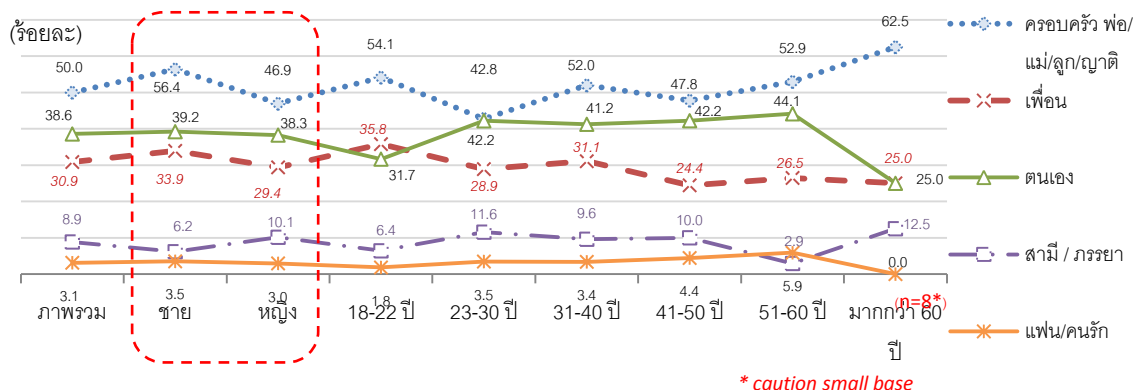
สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวทั้งแบบไปพักค้างคืนและแบบเข้าไปเย็นกลับนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว (ร้อยละ 69.6 และร้อยละ 72.2) หรือไปกับเพื่อน (ร้อยละ 41.0 และร้อยละ 32.4) อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในสัดส่วนที่สูงพอสมควรที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปกับ “สามี/ภรรยา” ทั้งการเดินทางแบบพักค้างคืนและการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ (ร้อยละ 13.0)



แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดด้วย เปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน

ขณะเดียวกันหากพิจารณา “ผู้มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็น” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หรือจังหวัดเป้าหมาย พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นหรือตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในการเดินทางแบบพักค้างคืน ได้แก่ ครอบครัว (ร้อยละ 50.0) ตนเอง (ในฐานะสมาชิกของครอบครัวหรือเพื่อนหรือเดินทางคนเดียว) (ร้อยละ 38.6) และเพื่อน (ร้อยละ 30.9)

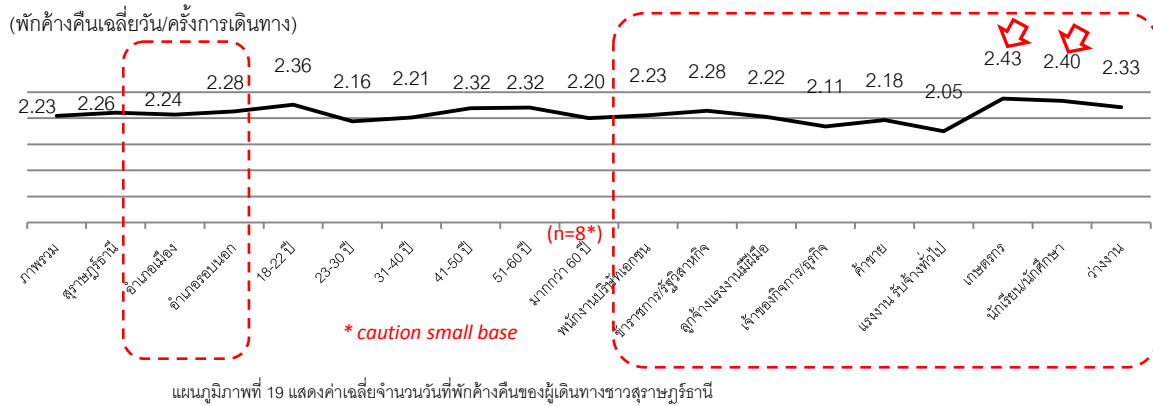
เมื่อวิเคราะห์โดยพิจารณาจากภูมิหลังทางกายภาพ พบความสัมพันธ์ที่สำคัญ (หมายเหตุผู้วิจัย: และพบในเกือบทุกจังหวัด) ว่าเมื่ออายุของผู้เดินทางมากขึ้น สัดส่วน “การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่เดินทาง” ของสมาชิกในครอบครัวมีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่การตัดสินใจโดย “ตนเอง” คนเดียวมีแนวโน้มลดลง



แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

จำนวนวันที่พักค้างคืนเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีอยู่ที่ 2.26 วันต่อครั้งการเดินทาง สูงกว่าค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนในภาพรวมที่ 2.23 วันเล็กน้อย โดยจำนวนวันพักเฉลี่ยของผู้เดินทางอำเภอเมือง (เฉลี่ย 2.24 วัน) ไม่แตกต่างจากผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (เฉลี่ย 2.28 วัน) หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุกลับพบว่า กลุ่มวัยรุ่นกลุ่มหนึ่งกับกลุ่มคนวัยทำงานระยะกลางถึงปลายอีกกลุ่มหนึ่ง (เฉลี่ย 2.36 วันและ 2.32 วันตามลำดับ) มีแนวโน้มพักค้างคืนนานวันกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ



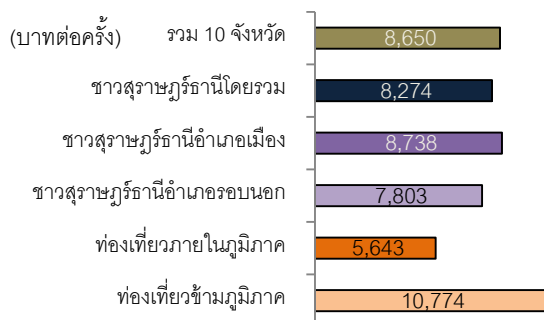
เมื่อวิเคราะห์ตามกลุ่มอาชีพของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เป็นเกษตรกร และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีแนวโน้มจะพักค้างคืนนานกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ (เฉลี่ย 2.43 วัน และ 2.40 วัน ตามลำดับ) โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มแรงงาน รับจ้างทั่วไป (ที่มีค่าเฉลี่ยพักค้างคืนเพียง 2.05 วัน)

2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้ง ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 8,274 บาท ใกล้เคียงกับ (ค่าเฉลี่ยภาพรวม 10 จังหวัด ซึ่งอยู่ที่ 8,650 บาท/ครั้ง)

รวม 10 จังหวัด	ขอนแก่น	กาญจนบุรี	ชลบุรี	ลพบุรี	สุราษฎร์ธานี	สงขลา	นครราชสีมา	พิษณุโลก	เชียงใหม่	นครสวรรค์
8,650	10,149	9,737	9,728	9,704	8,274	8,138	7,936	7,785	7,568	7,499

ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา
หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายของทุกคนที่ร่วมเดินทางไปด้วยกันในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ

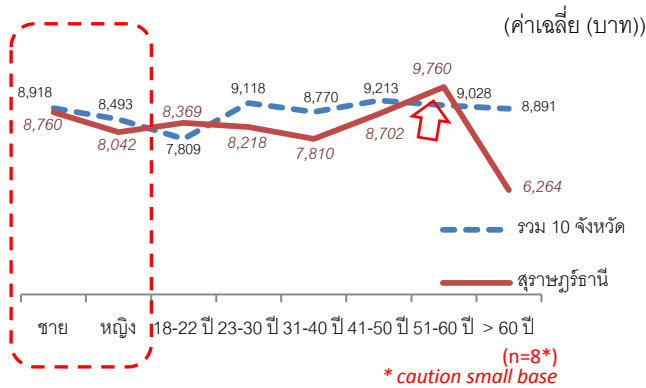


แผนภูมิภาพที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนหนึ่งครั้ง

ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกจะใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 7,803 บาทต่อครั้ง น้อยกว่าที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองที่ใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 8,738 บาทต่อครั้ง การใช้จ่ายของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5,643 บาทต่อครั้ง

ในขณะที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายนอกภูมิภาคแต่ละครั้งเป็นเงินสูงถึง 10,774 บาทต่อครั้ง

เมื่อวิเคราะห์การใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตาม



แผนภูมิภาพที่ 21 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

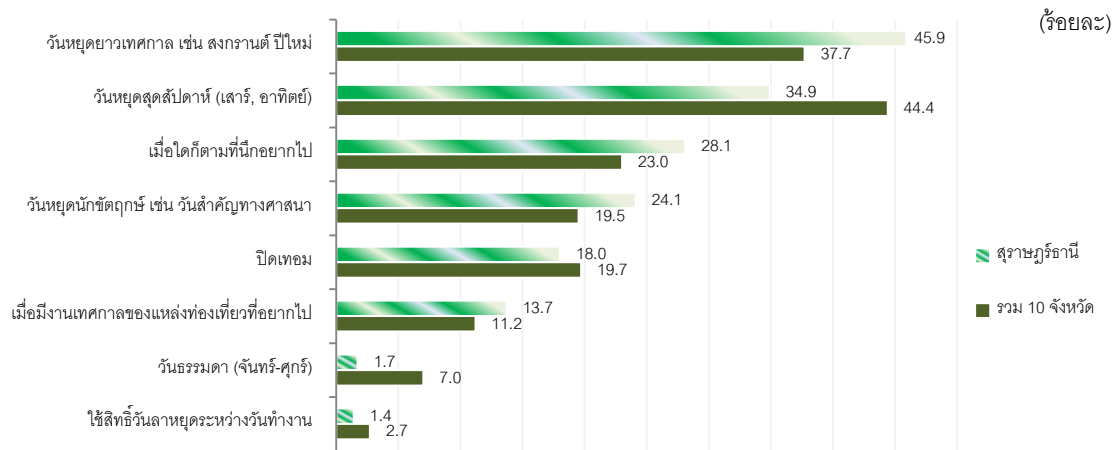
เพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัด พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่าชาวจังหวัดอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาทั้งกลุ่มเพศชายและเพศหญิง และในเกือบทุกช่วงอายุ เว้นผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีวัยทำงานตอนปลาย (เฉลี่ย 9,760 บาทต่อครั้ง) ที่กลับมีแนวโน้มใช้จ่ายเงินเพื่อการเดินทางพักค้างคืนสูงกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ และมากกว่าค่าเฉลี่ย

นอกจากการวิเคราะห์โดยพิจารณาตามภูมิหลังทางกายภาพ ซึ่งได้แก่ เพศและอายุแล้ว เมื่อแยกวิเคราะห์การใช้จ่ายระหว่างเดินทางของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามกลุ่มอาชีพ พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายกับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดน้อยกว่าในภาพรวมเล็กน้อยในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเจ้าของกิจการธุรกิจ และแรงงานรับจ้างทั่วไป ที่ใช้จ่ายต่ำกว่าอาชีพเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบในภาพรวมถึงร้อยละ 39.5 และ ร้อยละ 15.2 และร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของการเดินทางท่องเที่ยว	รวม 10 จังหวัด (บาท)	สุราษฎร์ธานี (บาท)	สูงกว่า/ต่ำกว่า (ร้อยละ)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ	10,131	8,596	-15.2
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9,600	9,203	-4.1
แม่บ้าน	8,761	5,302	-39.5
แรงงาน รับจ้างทั่วไป	8,669	7,516	-13.3
พนักงานบริษัทเอกชน	8,560	8,175	-4.5
ลูกจ้างรัฐ/ลูกจ้างมีฝีมือ	8,477	7,893	-6.9
ค้าขาย	8,443	7,919	-6.2
เกษตรกร	8,045	8,256	2.6
นักเรียน/นักศึกษา	7,846	8,301	5.8

ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

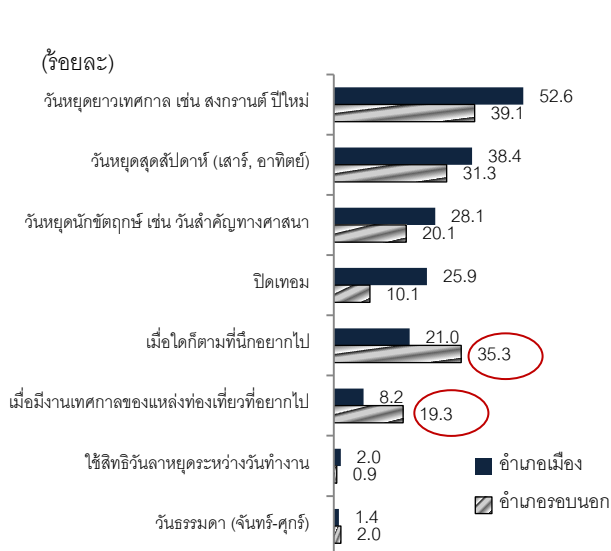
2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี



แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

การเลือกช่วงเวลาสำหรับเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีค่อนข้างเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับคนในจังหวัดอื่น ๆ ที่ได้ทำการสำรวจ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวเทศกาล (ร้อยละ 45.9) หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 34.9) รวมถึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ (ร้อยละ 24.1) อย่างไรก็ตามพบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (สูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวมมาก) ที่เลือกเดินทางเมื่อใดก็ได้ที่อยากจะไป (ร้อยละ 28.1)

เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาในจังหวัดอื่น ๆ ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ใช้สิทธิ์ลาหยุดระหว่างวันทำงาน หรือออกท่องเที่ยวช่วงวันธรรมดามีสัดส่วนน้อยมาก เพียงร้อยละ 1.4 และร้อยละ 1.7 ตามลำดับเท่านั้น



แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

อย่างไรก็ดี เมื่อแยกวิเคราะห์การเลือก

ช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกพบว่ามีความแตกต่างกันอยู่พอสมควร โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกในสัดส่วนถึงร้อยละ 35.3 เลือกเดินทางเมื่อใดก็ตามที่นึกอยากจะไป (ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจหรือค้าขาย) หรือในช่วงที่เป็นเทศกาลในแหล่งท่องเที่ยวที่อยากจะไป (เช่น ช่วงเทศกาลกินเจ จังหวัดตรัง) (ร้อยละ 19.3) ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองเลือกช่วงเวลาดังกล่าว เพียงร้อยละ 21.0 และร้อยละ 8.2 ตามลำดับเท่านั้น

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบช่วงการเดินทางตามลักษณะภูมิหลังทางกายภาพ พบว่าในขณะที่ผู้เดินทางเพศชายมีแนวโน้มจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในช่วงวันหยุด ไม่ว่าจะในวันหยุดตามเทศกาล วันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์มากกว่าผู้เดินทางเพศหญิงอยู่บ้าง

ช่วงเวลาที่ใช้เลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	ผู้เดินทางสุราษฎร์ธานี (ร้อยละ)							
	สุราษฎร์ธานี โดยรวม	ชาย	หญิง	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
วันหยุดยาวเทศกาล เช่น สงกรานต์ ปีใหม่	45.9	48.9	44.4	41.3	47.4	51.4	44.4	44.1
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์, อาทิตย์)	34.9	37.9	33.4	33.9	37.6	32.2	38.9	35.3
เมื่อใดก็ตามที่นึกอยากไป	28.1	23.3	30.4	18.3	28.3	32.2	30.0	50.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันสำคัญทางศาสนา	24.1	26.9	22.8	17.4	29.5	28.8	22.2	20.6
ปิดเทอม	18.0	18.9	17.5	44.5	4.6	7.9	6.7	2.9
เมื่อมีงานเทศกาลของแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไป	13.7	14.5	13.3	11.5	14.5	18.6	10.0	11.8
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	1.7	1.8	1.7	0.0	2.3	2.3	3.3	0.0
ใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงาน	1.4	1.8	1.3	0.0	1.7	2.3	2.2	2.9

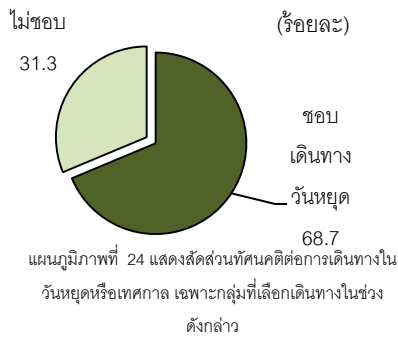
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใหญ่วัยทำงานระยะต้นถึงตอนปลาย จะรอไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวเทศกาล ส่วนวัยรุ่น/นักศึกษาจะเลือกเดินทางช่วงปิดเทอม ขณะที่ผู้ใหญ่อายุ 51ปีขึ้นไปนอกจากจะเดินทางวันหยุดยาวเทศกาลหรือช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์แล้ว ยังมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทาง “เมื่อใดก็ตามที่อยากไป” สูงกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ

สำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ใช้สิทธิ์ลาหยุดระหว่างวันทำงาน หรือออกท่องเที่ยวช่วงวันธรรมดา ซึ่งมีสัดส่วนน้อยเพียงร้อยละ 2.9 นั้น (แต่ก็เป็นสาระที่ควรศึกษาเพื่อหาทางกระจายการเดินทางท่องเที่ยวนอกเหนือวันหยุด) มีแนวโน้มเป็นกลุ่มวัยทำงานระยะต้นหรือระยะกลาง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ซึ่งส่วนใหญ่แสดงผลที่เลือกเดินทางในวันธรรมดา ว่า

- คนน้อย/ไม่เยอะ ไม่วุ่นวาย / ไม่พลุกพล่าน / มีความเป็นส่วนตัวมากกว่า / เป็นวันที่คนไม่นิยมไปเที่ยวกัน / ไม่ชอบนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ (ร้อยละ 35.0)
- วันหยุดของตนเองตรงกับวันธรรมดา (ร้อยละ 15.0)
- จะได้ใช้สิทธิ์ในวันหยุดของตน (ร้อยละ 15.0)
- วันธรรมดารู้สึกได้พักผ่อนเต็มที่มากกว่า (ร้อยละ 15.0)
- หาที่พักง่ายกว่า (ร้อยละ 10.0)
- ที่พักราคาถูกลงกว่า (ร้อยละ 10.0)

(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา)



ส่วนสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด วันนักขัตฤกษ์ เทศกาล หรือช่วงวันหยุดยาวนั้น เมื่อสอบถามทัศนคติที่ต้องเลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว กลับพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 68.7 “ชอบ” และเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวอย่างตั้งใจ ขณะที่เพียงร้อยละ 31.3 เลือกเดินทางในวันพฤษภาคมด้วยความจำเป็น (“ไม่ชอบ”)

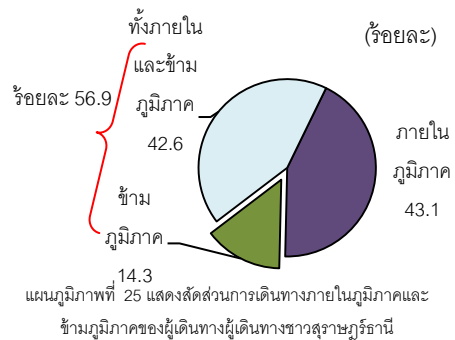
สำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ “ไม่ชอบ” การเดินทางในช่วงวันหยุดเทศกาล หรือ ช่วงวันหยุดยาว (ร้อยละ 31.3) ได้ให้เหตุผลหรือข้อเสนอแนะเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา ความวุ่นวาย แออัดของนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าวไว้ดังนี้

- เลือกสถานที่ที่คนไม่ค่อยนิยมไปเที่ยวแทน (ร้อยละ 43.5)
- เลี่ยงไปอยู่ในจุดที่คนน้อย ๆ (ร้อยละ 26.9)
- ถ้าคาดการณ์ว่าคนมากก็เปลี่ยนแผนการเดินทางไปช่วงอื่น (ร้อยละ 13.4)
- ไม่ได้ทำอะไรก็ต้องทำใจยอมรับเพราะเลี่ยงไม่ได้ (ร้อยละ 8.8)

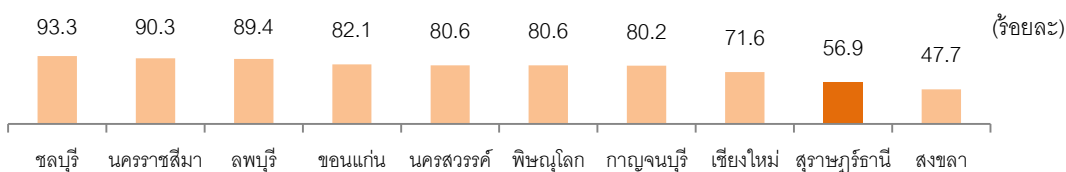
(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางวันหยุดด้วยความจำเป็น)

2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

หากพิจารณาเป้าหมายการเดินทางของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (เฉพาะการเดินทางแบบพักค้างคืน) พบว่าเป็นการเดินทางข้ามภูมิภาคในสัดส่วนทั้งหมดร้อยละ 56.9 โดยเป็นการเดินทางทั้งภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค (เดินทางหลายครั้ง) ร้อยละ 42.6 เป็นการเดินทางข้ามภูมิภาคอย่างเดียว ร้อยละ 14.3 และเลือกเดินทางภายในภูมิภาคอย่างเดียว ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 43.1

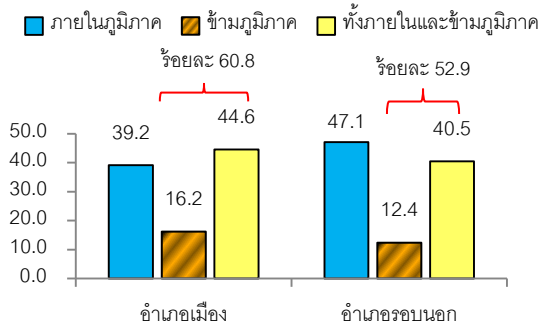


โดยเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ อีก 9 จังหวัดในการศึกษารั้งนี้ พบว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเพียงร้อยละ 56.9 น้อยกว่าจังหวัดอื่น ๆ ค่อนข้างมาก (เว้นเพียงจังหวัดสงขลาเท่านั้น ที่มีสัดส่วนผู้เดินทางข้ามภูมิภาคใกล้เคียงกัน)



แผนภูมิภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบกับอีก 9 จังหวัดที่ทำการศึกษา

2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก



แผนภูมิภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคในผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

ในภาพรวมสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี กล่าวได้ว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีส่วนการเดินทางข้ามภูมิภาค ไม่แตกต่างกันมากนัก (ร้อยละ 60.8 และร้อยละ 52.9 ตามลำดับ) ซึ่งแตกต่างจากบางจังหวัด เช่น จังหวัดเชียงใหม่ (กลุ่มผู้เดินทางในอำเภอเมืองมีส่วนการเดินทางข้ามภูมิภาคสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมาก)

สรุปในส่วนนี้ได้ว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี เป็นนักเดินทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมากจังหวัดหนึ่ง เห็นได้จากสัดส่วนกลุ่มผู้เดินทางที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับในสัดส่วนที่สูง รวมถึงความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืนก็มีค่าเฉลี่ยที่สูงอย่างกระจายตัวไปในหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย ถึงแม้ว่ารสนิยมและแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เลือกการเดินทางอาจมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง อาทิ ชาวอำเภอเมืองเลือกท่องเที่ยวเมืองที่พลุกพล่าน เช่น จังหวัดภูเก็ต และกรุงเทพฯ ชาวอำเภอรอบนอกกลับแสดงความนิยมจังหวัดนครศรีธรรมราช (วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร) หรือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากกว่า เป็นต้น

สำหรับการเสาะหาผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเดินทาง และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อทำการตลาดนั้น พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา หรือกลุ่มช่วงวัยทำงานระยะต้นในเขตเมือง ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจผ่านกลุ่มเพื่อน ขณะที่กลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานช่วงกลางถึงตอนปลาย รวมถึงกลุ่มเกษตรกร หรือข้าราชการ (โดยเฉพาะในเขตอำเภอรอบนอก) ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจ “ร่วมกัน” ภายในครอบครัวในสัดส่วนที่สูงกว่า

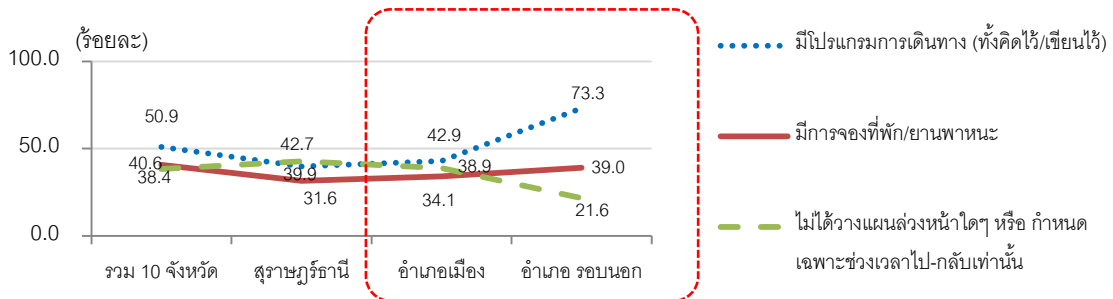
ส่วนในมิติของการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจนั้น พบว่ากลุ่มที่มีศักยภาพการเดินทางแบบพักค้างคืน ทั้งด้วยความถี่การเดินทางที่สูงกว่า และค่าใช้จ่ายที่มากกว่า ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รวมถึงกลุ่มเจ้าของกิจการ เจ้าของธุรกิจ ซึ่งมีทรัพยากรสำหรับการเดินทางสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ

พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยการกำหนดโปรแกรมการเดินทางไว้ว่าวันนี้ เวลานี้จะเดินทางไปไหนและอย่างไรบ้าง มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 39.9 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 50.9) และเช่นเดียวกันผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ที่มีการวางแผนด้วยการจองโรงแรมที่พักหรือพาหนะไว้ล่วงหน้า มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 31.6 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภาพรวมซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 40.6 ค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน

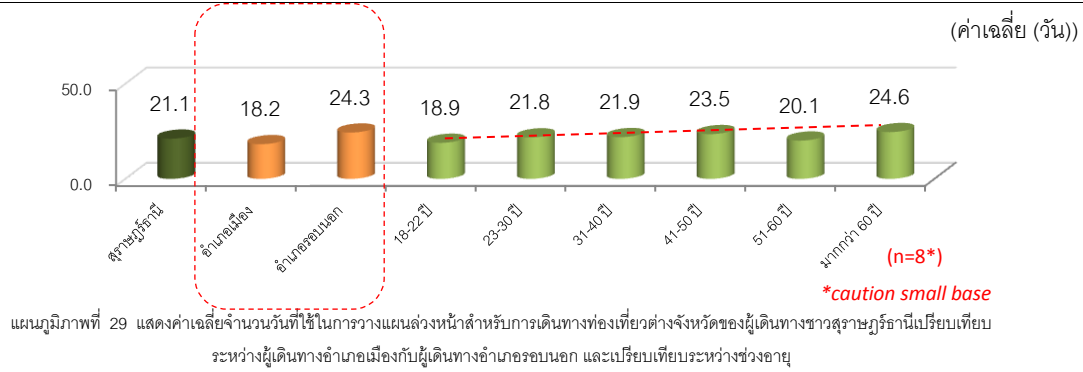
ขณะที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ “ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าใดๆ” หรือ “กำหนดเฉพาะช่วงเวลาไป-กลับเท่านั้น” มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 42.7 สูงกว่าภาพเฉลี่ยรวมของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ศึกษา (ร้อยละ 38.4)



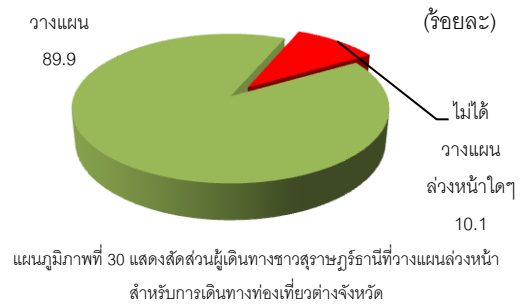
แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีการวางแผนการเดินทาง (เช่น จองที่พัก กำหนดเวลาเดินทาง แวะชมสถานที่ทานอาหาร เป็นตารางเวลา) ใช้เวลาในการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนประมาณ 3 สัปดาห์ (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 21.1 วัน ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัดอยู่ที่ 18.4 วัน) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้เวลาเตรียมการล่วงหน้าก่อนเดินทางนานกว่าคนในเมืองเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ยผู้เดินทางอำเภอรอบนอก 24.3 วัน ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองใช้เวลาเตรียมการโดยเฉลี่ย 18.2 วัน)

นอกจากนั้นหากพิจารณาช่วงเวลาในการวางแผนการเดินทาง เปรียบระหว่างกลุ่มกายภาพต่างๆ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้ามีแนวโน้มมากขึ้น (เตรียมการนานขึ้น) เมื่อผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีมีอายุเข้าสู่วัยทำงานแล้วตั้งแต่ 23 ปี ไปจนถึง 40 ปี โดยเฉพาะกลุ่มวัยเกษียณนั้นใช้เวลาเตรียมการก่อนล่วงหน้าถึงเกือบ 1 เดือน (ค่าเฉลี่ย 24.6 วัน)



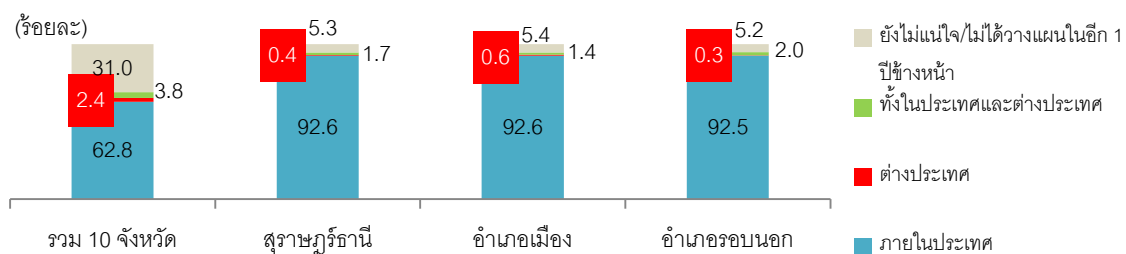
ส่วนผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ไม่ได้เตรียมการใดๆเลย (แม้กระทั่งกำหนดเวลาเดินทางอย่างชัดเจนว่าจะเดินทางวันใดกลับวันใด) ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10.1 นั้น ได้แสดงเหตุผลที่ตนปฏิบัติในลักษณะดังกล่าวไว้ดังนี้



- การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องของโอกาส หากรู้สึกว่าจะว่างตอนไหนก็ไปตอนนั้น (ร้อยละ 87.1)
 - แล้วยแต่ความสะดวก (เวลา) ของคนในครอบครัว / ต้องไปตามวันที่ครอบครัวว่าง (ร้อยละ 7.1)
 - เพราะลักษณะงาน การประกอบอาชีพ มีเวลาการทำงานไม่แน่นอนหรือกำหนดวันหยุดล่วงหน้าไม่ได้ (ร้อยละ 4.3)
 - เพราะวางแผนแล้วไม่ค่อยได้ไป (ร้อยละ 1.4)
- (หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางที่มีได้มีการเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้าใดๆเลย)

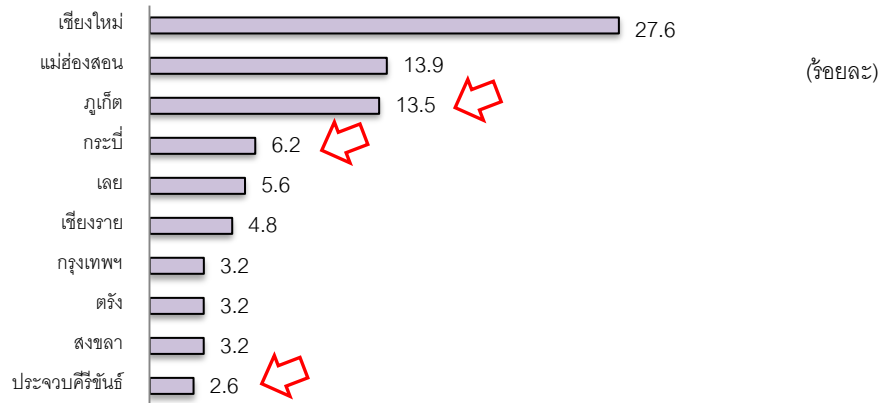
3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า

เมื่อสอบถามถึงแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในสัดส่วนที่สูงมากเกินกว่าร้อยละ 90 ที่เลือกวางแผนเดินทางในประเทศ โดยเป็นการเดินทางภายในประเทศอย่างเดียว ร้อยละ 92.6 และเป็นการเดินทางทั้งภายในประเทศและต่างประเทศร้อยละ 1.7



แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอชนบท และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

หากเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกเกี่ยวกับแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้าพบว่าไม่มีความแตกต่างที่เป็นสาระสำคัญใด ๆ กล่าวคือ กลุ่มผู้เดินทางทั้งในอำเภอเมืองและในอำเภอรอบนอกเลือกลงแผนเดินทางในประเทศในสัดส่วนที่สูงมากทั้งสองพื้นที่



แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า

สำหรับสถานที่เป้าหมายที่อยู่ในแผนการเดินทางของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีอันดับแรก ๆ ยังเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมที่มีระยะทางไกล อย่างจังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 27.6) จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 13.9) รวมถึงจังหวัดเลย (ร้อยละ 5.6) จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 4.8) และกรุงเทพฯ (ร้อยละ 3.2)

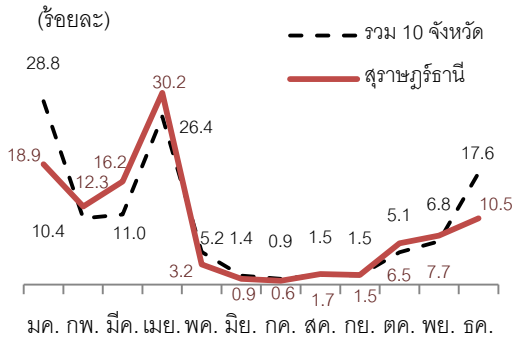
ขณะที่เป้าหมายการเดินทางที่อยู่ภายในภูมิภาค ก็ยังได้รับความนิยมสูง เช่น จังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 13.5) จังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 6.2) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 2.6) เป็นต้น

เป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวใน 1 ปีข้างหน้า				
อันดับ	ผู้เดินทางอำเภอเมือง	ร้อยละ	ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	ร้อยละ
1	เชียงใหม่	26.9	เชียงใหม่	28.3
2	แม่ฮ่องสอน	15.4	แม่ฮ่องสอน	12.5
3	ภูเก็ต	14.5	ภูเก็ต	12.5
4	กระบี่	6.0	เลย	6.7
5	เชียงราย	4.8	กระบี่	6.4
6	เลย	4.5	เชียงราย	4.9
7	ตรัง	3.9	สงขลา	3.6
8	ประจวบคีรีขันธ์	3.6	กรุงเทพฯ	3.0
9	กรุงเทพฯ	3.3	ตรัง	2.4
10	สงขลา	2.7	กาญจนบุรี	2.1

ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า

เมื่อเปรียบเทียบจังหวัดที่เป็นเป้าหมายการเดินทาง ระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่านอกจากจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยม 3 ลำดับแรก อันได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัด

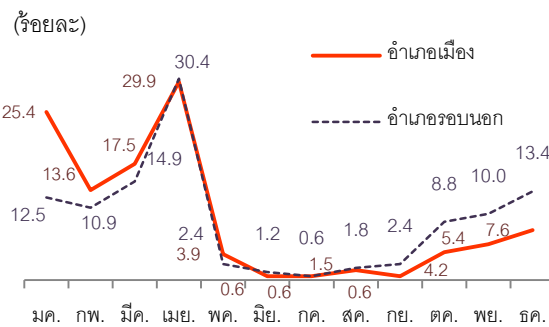
แม่ฮ่องสอน และจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของทั้งผู้เดินทางในอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกแล้ว ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มแสดงความสนใจแหล่งท่องเที่ยว “แดนไกล” ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้าง อาทิ สัดส่วนผู้เดินทางอำเภอรอบนอกที่เลือกเป้าหมายการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย จังหวัดเชียงราย และจังหวัดกาญจนบุรี ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองเล็กน้อย



แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีวางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า

เมื่อเปรียบเทียบช่วงเวลาในแผนการเดินทาง ระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าในอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มเดินทางช่วงนอกฤดูกาลมากกว่าชาวอำเภอเมืองเล็กน้อย โดยเฉพาะในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม

สำหรับช่วงเวลาที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีให้ความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน ซึ่งตรงกับช่วงวันหยุดยาวเทศกาลสงกรานต์ และช่วงปิดเทอม

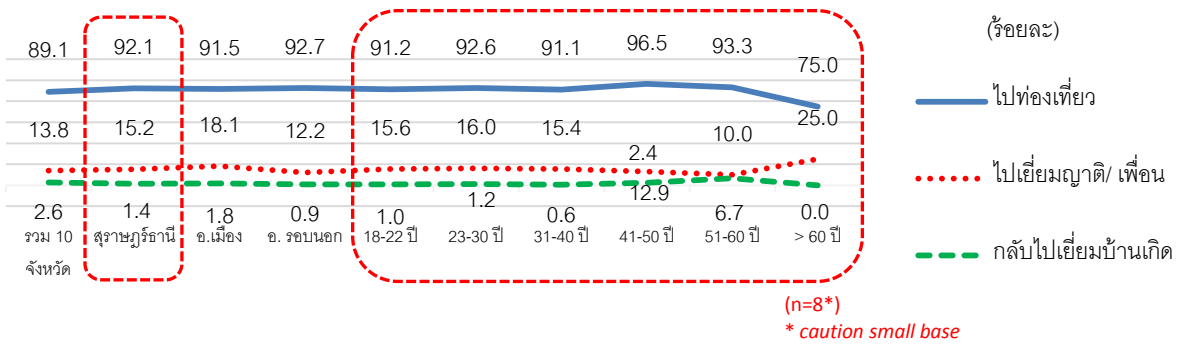


แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้า (ร้อยละ 94.3) ถึง “จุดประสงค์” ของการเดินทาง ส่วนใหญ่แสดงผลที่คล้ายๆ กันกับผู้เดินทางชาวจังหวัดอื่น ๆ กล่าวคือ ร้อยละ 92.1 ระบุว่าเป็นการเดินทางเพื่อ “ไปท่องเที่ยว” รวมถึง ร้อยละ 15.2 เดินทาง “ไปเยี่ยมญาติ/เพื่อน” และร้อยละ 1.4 เดินทางเพื่อ “กลับไปเยี่ยมบ้านเกิด”

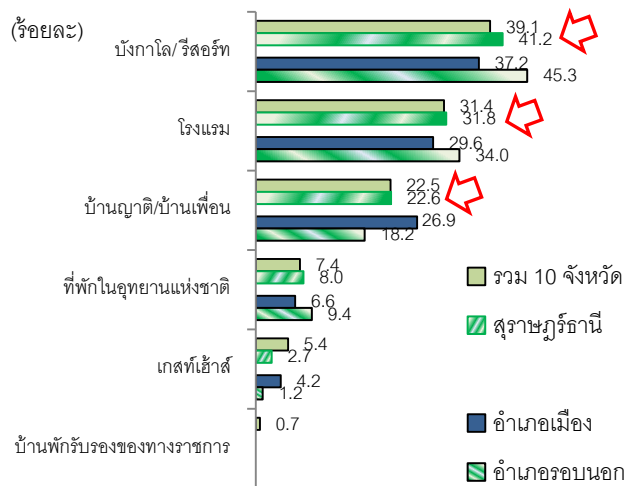
เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจุดประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวตามภูมิหลังทางกายภาพ พบแนวโน้มว่ากลุ่มเป้าหมายที่อายุมากมีโอกาสเลือกเดินทางไปเยี่ยมญาติและเพื่อนในสัดส่วนที่สูงขึ้น



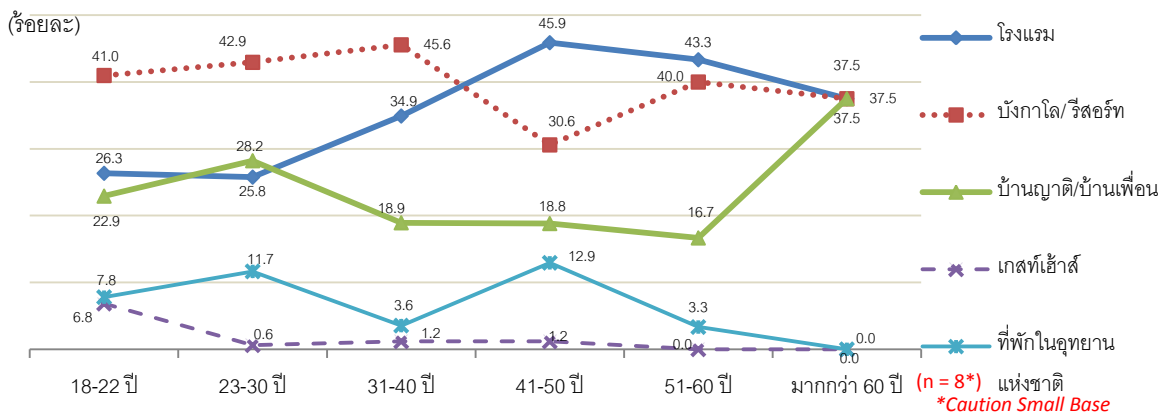
แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง "จุดประสงค์" ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)

สำหรับประเภทที่พักที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีแสดงความตั้งใจจะไปพักระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในส่วนนี้ ส่วนใหญ่ร้อยละ 41.2 นิยมเลือกที่พักประเภท "บังกาโล/รีสอร์ท" รองลงมาได้แก่ ที่พักประเภท "โรงแรม" ในสัดส่วนร้อยละ 31.8 และ "บ้านญาติ/บ้านเพื่อน" ในสัดส่วนร้อยละ 22.6 ตามลำดับ



แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

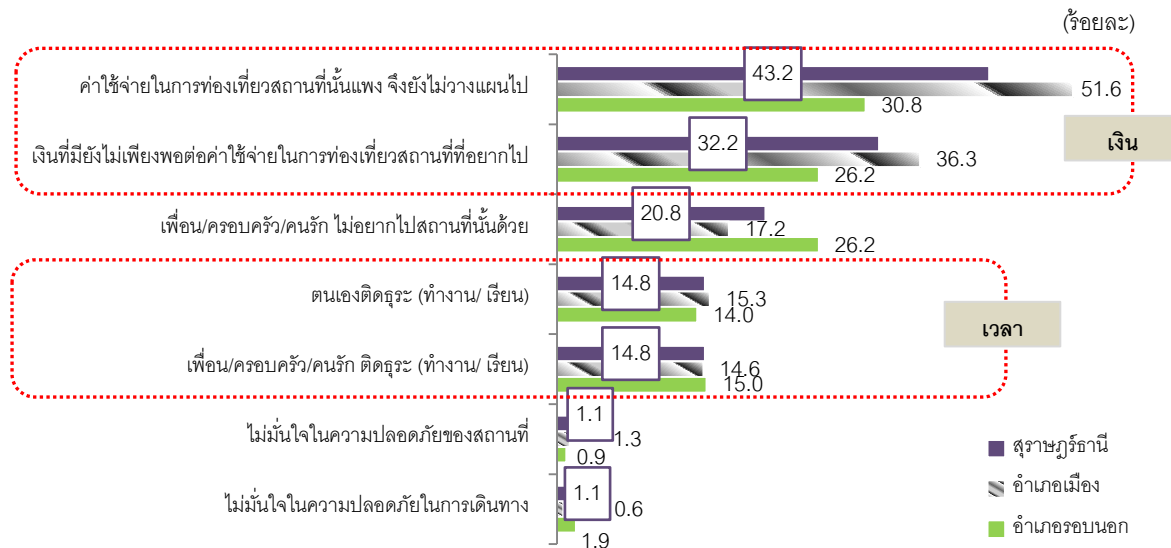


แผนภูมิภาพที่ 37 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามช่วงอายุ

ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในช่วงวัยที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มนิยมประเภทของที่พักแตกต่างกันไป ด้วย โดยพบว่าที่พักประเภท "โรงแรม" มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีอายุเพิ่มขึ้น ในขณะที่ที่พักประเภท "บังกาโล/รีสอร์ท" เป็นที่นิยมในหมู่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีอายุน้อย หรือวัยทำงานระยะต้น โดยความนิยมที่ที่พักประเภทนี้มีแนวโน้มลดลงเมื่ออายุเพิ่มขึ้น

นอกจากนั้นยังเป็นที่น่าสนใจว่ามีผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีสองกลุ่มที่นิยมไปพักที่ “บ้านญาติ/บ้านเพื่อน” ในสัดส่วนที่สูง ได้แก่ กลุ่มอายุ 23-30 ปี และกลุ่มผู้ใหญ่สูงวัย อายุมากกว่า 60 ปี (ร้อยละ 28.2 และร้อยละ 37.5 ตามลำดับ)

3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด

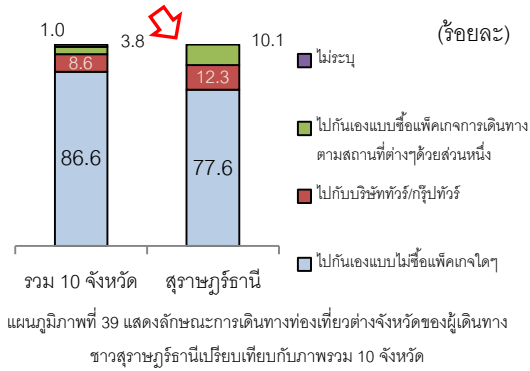


แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

ในกลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีแผนเดินทางท่องเที่ยว แต่ระบุสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป และอยากไปมากที่สุด กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปในอีก 1 ปีข้างหน้าเป็นคนละแห่งกัน เมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ได้คิดจะเดินทางไปยังสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดแต่ยังไม่เคยไป ในช่วง 1 ปีข้างหน้า โดยหากพิจารณาในรายละเอียดของกลุ่มเหตุผล นอกจากประเด็นด้านความพร้อมและความเห็นไม่ตรงกันของมวลสมาชิก ซึ่งในกรณีของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี พบว่ามีสัดส่วนร้อยละ 20.8 แล้วส่วนที่เหลือเป็นประเด็นเกี่ยวกับ “เงิน/งบประมาณการเดินทางที่จะต้องใช้” ทั้งที่แจ้งว่าที่เตรียมไว้ไม่เพียงพอ (ร้อยละ 32.2) หรือทราบแล้วว่าการเดินทางต้องใช้งบสูง จึงไม่ได้คิดเดินทางไปอย่างจริงจัง (ร้อยละ 43.2) หรือเกี่ยวกับข้อจำกัดด้าน “เวลา” ทั้งตนไม่ว่าง (ร้อยละ 14.8) หรือคนอื่นไม่ว่าง (ร้อยละ 14.8) เป็นต้น ขณะที่ประเด็นด้านความปลอดภัยทั้งที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีสัดส่วนไม่มาก (ร้อยละ 1.1 และร้อยละ 1.1 ตามลำดับ)

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง แสดงแนวโน้มให้ความสำคัญกับข้อจำกัดด้าน “ค่าใช้จ่าย(เงิน)” ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกลับแสดงความสำคัญต่อ “ความเห็นพร้อมตรงกัน” ของกลุ่มสมาชิกครอบครัว หรือเพื่อนฝูง มากกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง เป็นต้น

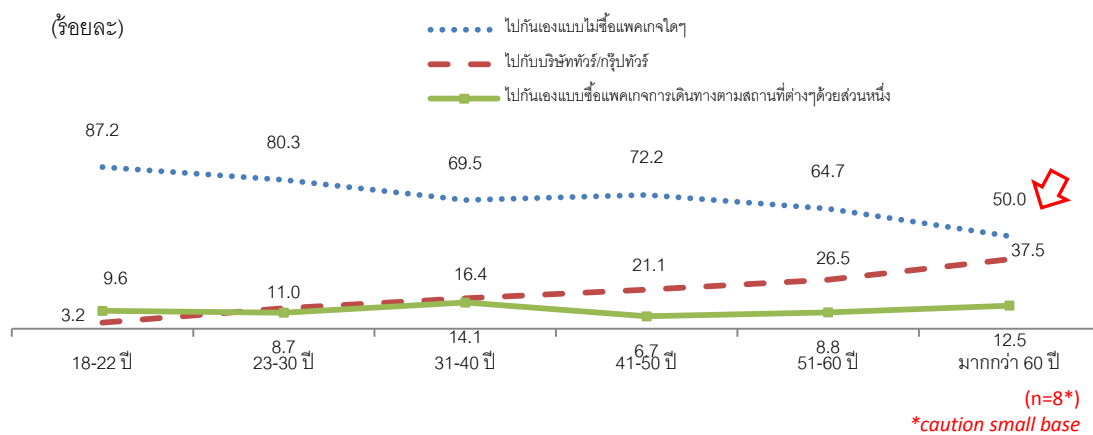
3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว



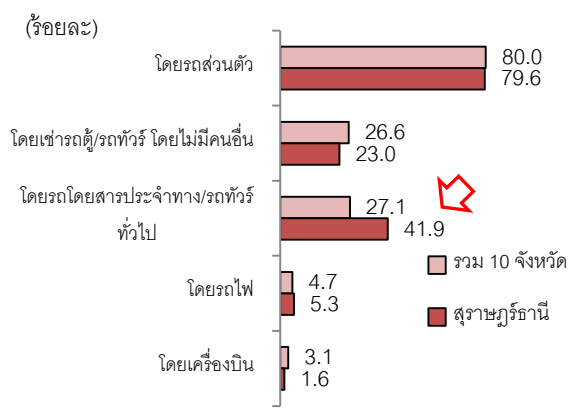
ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเอง โดยไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ สัดส่วนสูงร้อยละ 77.6 สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ เช่นเดียวกับภาพรวม อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี แสดงความนิยมเลือกการเดินทางในรูปแบบไปกับบริษัททัวร์หรือกรุ๊ปทัวร์ ในสัดส่วน

ที่สูงถึงร้อยละ 12.3 รวมถึงการเดินทางที่เลือกซื้อแพ็คเกจการเดินทางจากบริษัททัวร์หรือแหล่งที่พัก โดยตรงแล้วเดินทางไปกันเอง ในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 10.1 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวมมากทั้งสองรูปแบบ (หมายเหตุผู้วิจัย: เป็นจังหวัดเป้าหมายในไม่กี่พื้นที่ที่ชาวจังหวัดให้ความนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์/กรุ๊ปทัวร์ รวมถึงรูปแบบการเดินทางที่ซื้อแพ็คเกจจากเจ้าของกิจการ ตามกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ แล้วเดินทางไปกันเอง ในสัดส่วนที่สูงมาก)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางตามช่วงอายุ พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวกันเองแบบไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ ได้รับความนิยมในหมู่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีอายุน้อย แต่เมื่ออายุมากขึ้น ลักษณะการเดินทางดังกล่าวมีแนวโน้มได้รับความนิยมลดลง สัดส่วนของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่หันไปใช้บริการบริษัททัวร์เริ่มเพิ่มสูงขึ้น จากร้อยละ 3.2 ในกลุ่มอายุ 18-22 ปี เพิ่มขึ้นตามอายุเป็นลำดับเป็นร้อยละ 21.1 ในกลุ่มอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 26.5 ในกลุ่มอายุ 51-60 ปี และสูงถึงร้อยละ 37.5 ในกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ขณะที่การเดินทางแบบซื้อแพ็คเกจฯ สำเร็จมีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงในกลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีวัยในช่วงทำงานระยะกลาง (31-40 ปี)



แผนภูมิภาพที่ 40 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีจำแนกตามช่วงอายุ



แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

หากพิจารณาพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 79.6) เช่นเดียวกับ กลุ่มผู้เดินทางในภาพรวม (ร้อยละ 80.0) อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตที่น่าสนใจสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีว่า สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่เลือกเดินทางแบบโดยสารรถทัวร์ รถประจำทาง (ร้อยละ 41.9) มีสัดส่วนที่สูงกว่าภาพรวมมาก

กล่าวโดยสรุปในส่วนนี้ได้ว่าสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี มีแนวโน้มและมีศักยภาพที่ดีมากในการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว แม้ว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางแบบไม่มีการเตรียมการใดๆ (ตัดสินใจอยากเดินทางก็ไปเลย -Last minute Traveller-) ในสัดส่วนที่สูงมาก อย่างไรก็ตามยังคงแสดงให้เห็นศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวที่สูง โดยเฉพาะการเลือกเป้าหมายเดินทางที่ไกลขึ้นในอนาคต พิจารณาได้จากแผนการเดินทางที่กำหนดไว้ ซึ่งพบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี เลือกกำหนดเป้าหมายการเดินทางไปยังสถานที่ที่ยังไม่เคยไปที่มีระยะทางไกล (ข้ามภูมิภาค) ในสัดส่วนที่สูง

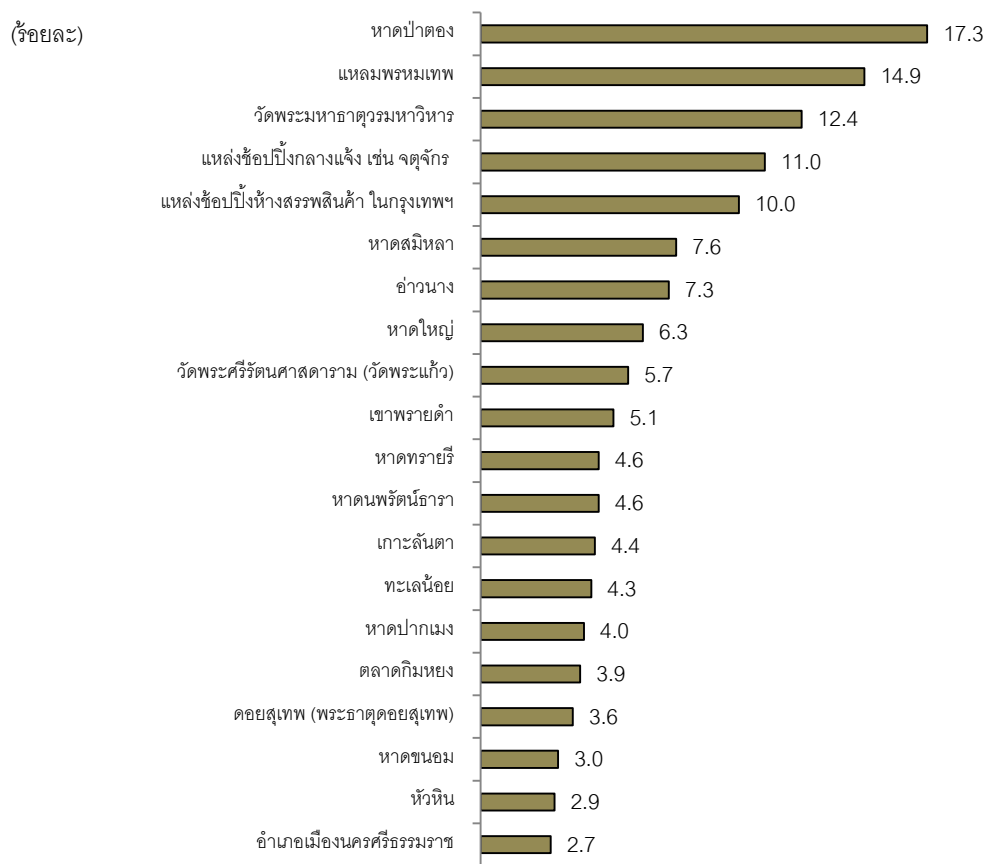
ดังนั้นหากพิจารณาลดข้อจำกัดของการเดินทางลง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อจำกัดด้าน “ค่าใช้จ่าย” อาจสามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะต่อกลุ่มผู้เดินทางซึ่งได้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง ภายใต้งบประมาณมาแล้ว

นอกจากนี้ยังสามารถสรุปได้อีกว่า ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเดินทางกับบริษัททัวร์/กรุ๊ปทัวร์ในสัดส่วนที่สูงมากจังหวัดหนึ่ง เห็นได้จากกลุ่มที่นิยมการเลือกซื้อสินค้าท่องเที่ยวที่จัดเป็นแพ็คเกจสำเร็จรูป รายการโปรโมชั่น หรือรายการส่งเสริมการขายตามงานเทศกาลต่างๆ มีสัดส่วนที่สูงไม่น้อย

บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม

4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

หากรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเคยเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาทั้งการเดินทางแบบพักค้างคืนและการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 3 อันดับแรก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ด้วยกันทั้งสิ้น ได้แก่ หาดป่าตอง (ร้อยละ 17.3) แหลมพรหมเทพ (ร้อยละ 14.9) จังหวัดภูเก็ต และวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช (ร้อยละ 12.4) ตามลำดับ



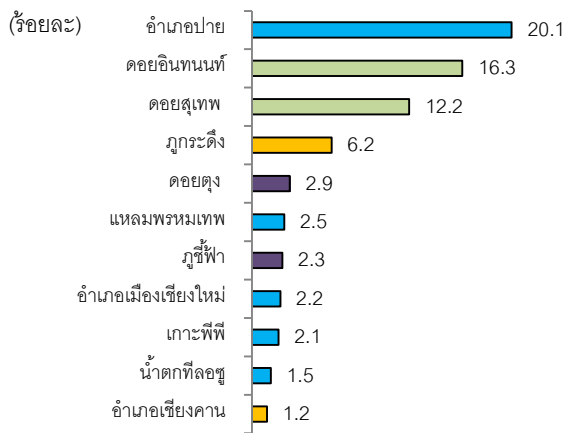
แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเคยไปเยี่ยมชมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

นอกจากนั้นยังเป็นที่น่าสนใจว่า ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้งในกรุงเทพฯ ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร โดยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมลำดับต้นๆ เป็นตลาดวันหยุด เช่น สวนจตุจักร (ร้อยละ 11.0) ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น พารากอน (ร้อยละ 10.0) รวมถึงศาสนสถานที่สำคัญในกรุงเทพฯ ได้แก่ วัดพระแก้ว (ร้อยละ 5.7)

อย่างไรก็ตามกล่าวได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีนั้น ล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ เว้นเฉพาะพระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (ร้อยละ 3.6)

4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

ภายหลังจากทราบแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีนิยมเดินทางไป (ในอดีต) แล้ว คราวนี้มาพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานียังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาการเดินทางไกลมากเกือบทั้งหมด อาทิ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 20.1) ดอยอินทนนท์ (ร้อยละ 16.3) และดอยสุเทพ (ร้อยละ 12.2) จังหวัดเชียงใหม่ ภูกระดึง (ร้อยละ 6.2) เชียงคาน (ร้อยละ 1.2) จังหวัดเลย ดอยตุง (ร้อยละ 2.9) และภูชี้ฟ้า (ร้อยละ 2.3) จังหวัดเชียงราย เป็นต้น



อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในบางพื้นที่ที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีบางคนอาจยังไม่เคยเดินทางไป เช่น แห่มพรหมเทพ จังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 2.5) หรือเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 2.1) ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีบางกลุ่มบางรายยังแสดงความต้องการเดินทางไปหากมีโอกาส

แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานียังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

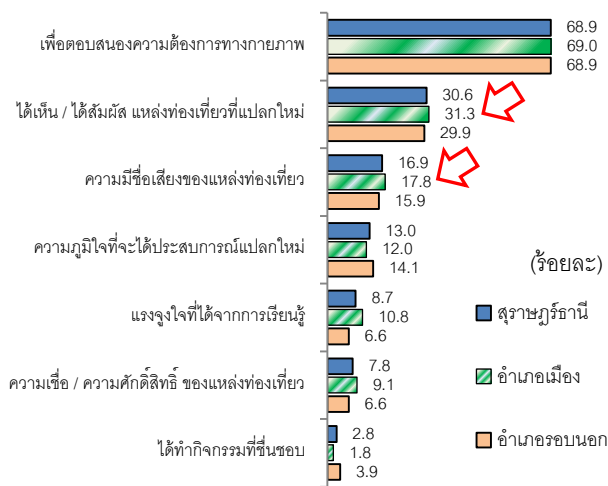
สำหรับเหตุผลอันเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีรู้สึกอยากเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่เหล่านั้น สามารถสรุปได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ร้อยละ 68.9 ใช้แรงจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ เช่น ไปเพื่อชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ไปเพื่อรับอากาศบริสุทธิ์ ไปเพื่อได้ลิ้มลองอาหาร/ร้านอาหารมีชื่อของท้องถิ่นนั้น ๆ
- เหตุผลลำดับรองลงมาสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีร้อยละ 30.6 คือ เพื่อได้เห็น / ได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่
- ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีร้อยละ 16.9 เลือกไปสถานที่นั้นๆ ไปเพราะความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผ่านคำบอกเล่าและสื่อต่างๆ
- อีกร้อยละ 13.0 คือ ต้องการความภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่
- ร้อยละ 8.7 ไปท่องเที่ยวเพราะแรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้
- ร้อยละ 7.8 เป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ/ความศรัทธาของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไปนมัสการสถานที่สำคัญทางศาสนาหรือการไปกราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดนั้นๆ

- ที่เหลืออีกร้อยละ 2.8 ไปเพื่อจะได้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ

(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความเห็น)

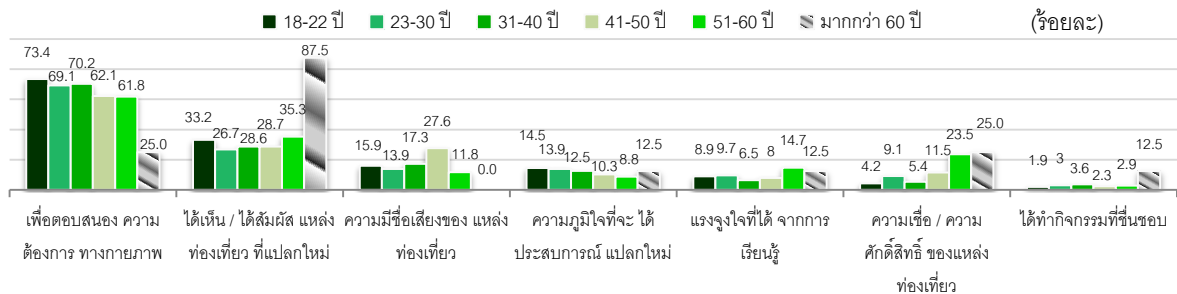
โดยเมื่อเปรียบเทียบเหตุผลสำหรับความต้องการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ ตนไม่เคยไป ระหว่าง



แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

ผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าไม่มีความแตกต่างที่เป็นสาระสำคัญระหว่างกลุ่มทั้งสอง เว้นเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากการได้เห็น ได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้ สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกลุ่มหนึ่งให้ความสำคัญกับความภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้าง

เมื่อพิจารณาเหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีอายุมากขึ้นส่วนใหญ่มักจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเพราะเหตุผลในด้าน “การได้เห็น/ได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่” หรือ “ความเชื่อ/ความศรัทธาของแหล่งท่องเที่ยว” หรือ ได้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่อายุน้อยกว่า ในขณะที่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีอายุน้อยจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเพราะเหตุผลในด้านเพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ เช่น ไปเพื่อชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ไปเพื่อรับอากาศบริสุทธิ์ เป็นต้น ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มที่อายุมาก



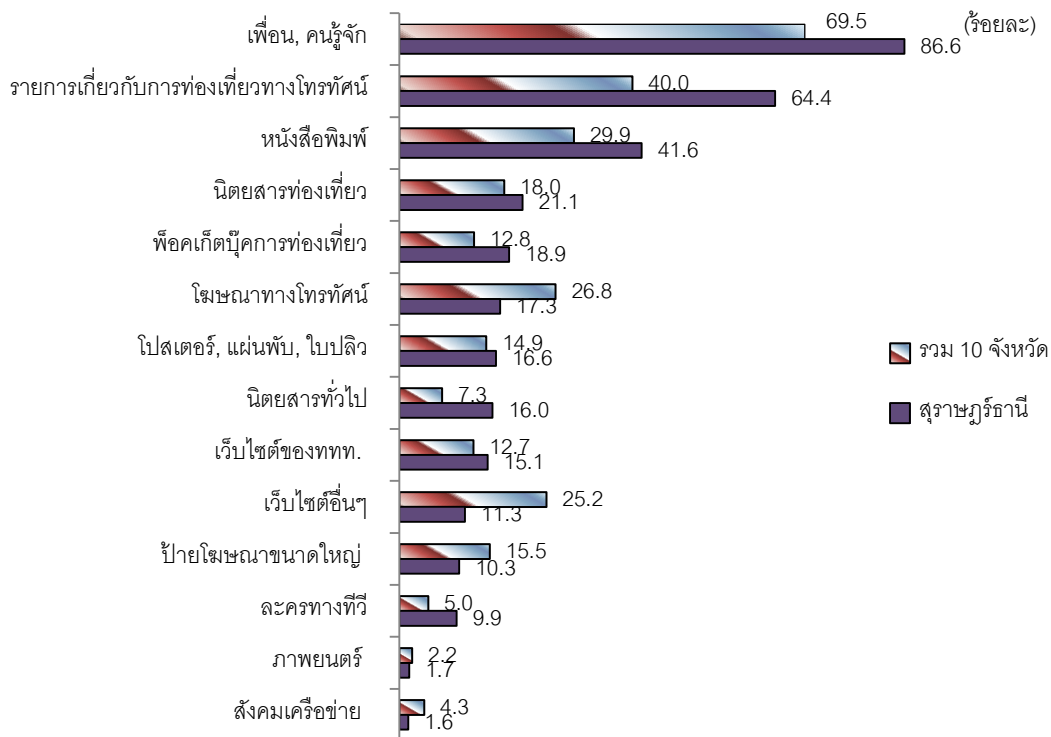
แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอายุ

สรุปในส่วนนี้ได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเกือบทั้งหมด เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงในภาคใต้ โดยเฉพาะหาดป่าตอง และแหลมพรหมเทพในจังหวัดภูเก็ต รวมถึงวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างไรก็ตาม แหล่งช้อปปิ้งกลางแจ้ง อย่างจตุจักร หรือห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ ก็ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ในสัดส่วนไม่น้อย ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปแต่อยากเดินทางไปมากที่สุด ได้แก่ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดอยอินทนนท์ และดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีจินตนาการที่จะได้สัมผัสวิถีธรรมชาติใหม่ จากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น เป็นแรงบันดาลใจ



บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำ



แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

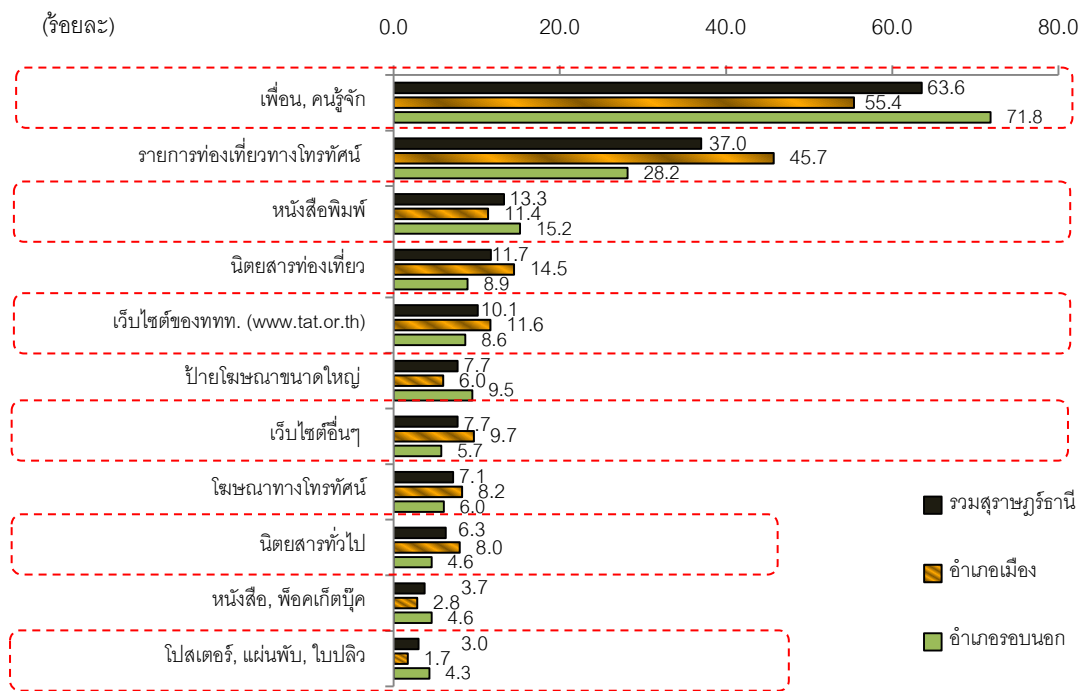
สำหรับช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ได้แก่ การบอกเล่าจากเพื่อนหรือคนรู้จัก (ร้อยละ 86.6) รายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ต่างๆ (เช่น เนวิเกเตอร์ ร้อยละ 64.4) สื่อหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 41.6) นิตยสารท่องเที่ยว (ร้อยละ 21.1) และพ็อคเก็ตบุ๊กที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ 18.9) ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ให้ความสนใจข่าวสารผ่านทางโฆษณาเกี่ยวกับรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ รวมถึงสื่อประเภทการอ่านต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสารการท่องเที่ยว พ็อคเก็ตบุ๊ก รวมถึงโปสเตอร์ แผ่นพับโบปปลิวต่าง ๆ ในสัดส่วนที่สูงกว่าภาพรวมค่อนข้างมาก ขณะที่สื่อประเภทอินเทอร์เน็ตหรือสื่อเชิงเทคโนโลยี เช่น เครือข่ายสังคมกลับถูกให้ความสนใจน้อยกว่าภาพรวม

5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผ่านทางเพื่อน/คนรู้จักมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 63.6) โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 71.8) ขณะที่รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ได้รับความเชื่อถือรองลงมา (ร้อยละ 37.0)

สำหรับสื่อที่ได้รับความน่าเชื่อถือในลำดับถัดๆ มาส่วนใหญ่เป็นสื่อการอ่านทั้งสิ้น ตั้งแต่หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 13.3) นิตยสารท่องเที่ยว (ร้อยละ 11.7) ขณะที่สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ก็ได้รับความเชื่อถือในสัดส่วนที่สูงพอสมควร โดยเฉพาะสื่อผ่านเว็บไซต์ของ ททท. (ร้อยละ 10.1)

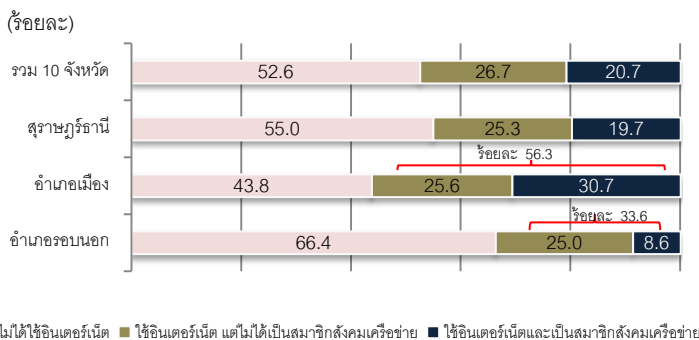


แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมการใช้สื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่

ปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามา

มีบทบาทในสถานการณ์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดที่มีรูปแบบกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยหากพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในประเด็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และการเป็นสมาชิกสังคม



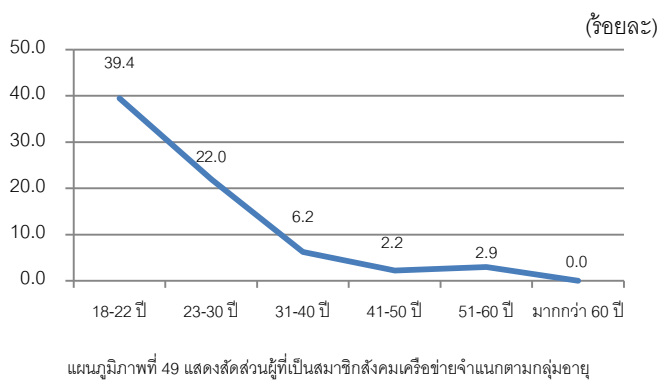
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี และสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่าย

เครือข่ายนั้น พบว่าสามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต
- 2) กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต แต่ไม่ได้เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายใด (Social Network)
- 3) กลุ่มที่ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตและเป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายแห่งใดแห่งหนึ่ง

โดยภาพรวมพบว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีใช้อินเทอร์เน็ตในสัดส่วนใกล้เคียงกับภาพรวมเฉลี่ย กล่าวคือมีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตในสัดส่วนร้อยละ 45.0

แต่สำหรับผู้เดินทางอำเภอเมือง มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำในสัดส่วนเกินครึ่ง (ร้อยละ 56.3) นอกจากนี้ยังพบว่ามีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 30.7 ซึ่งตรงกันข้ามผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ที่มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 33.6 และมีเพียงร้อยละ 8.6 เท่านั้นที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายด้วย



หากพิจารณากลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายนั้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีเป็นนักศึกษา หรือกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้น ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ซึ่งพบว่ามีร้อยละ 39.4 และร้อยละ 22.0 ตามลำดับ

สรุปในส่วนนี้ได้ว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ข้อมูลผ่านเพื่อน คนรู้จัก สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ รวมถึงสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางโทรทัศน์ และนิตยสาร ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกลับให้ความสำคัญกับข้อมูลท่องเที่ยวผ่านเพื่อนคนรู้จักในสัดส่วนที่สูงมาก (หมายเหตุผู้วิจัย: เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่ศึกษามาได้ บริโภคสื่อประเภทการอ่านและให้ความเชื่อถือในสัดส่วนที่สูงกว่าพื้นที่ศึกษาในภูมิภาคอื่นๆ)

บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ภายหลังจากที่ได้รับทราบกิจกรรมยามว่าง รวมถึงพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวในมิติต่างๆของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีแล้ว ครั้งนี้จะเป็นการแบ่งกลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี “ตามแรงจูงใจทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจแรงผลักดันที่ส่งผลให้แต่ละกลุ่มใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการแห่งตนหรือกลุ่มของตนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

(รายละเอียดคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตโดยละเอียด ในรายงานฉบับสมบูรณ์บทที่ 3 และบทที่ 9)

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	สุราษฎร์ธานี	กรุงเทพฯและปริมณฑล	ทั้งประเทศ รวมกรุงเทพฯ
ครอบครัวสำคัญ	37.7	38.8	38.4
เรื่องเงินเทศกาล	10.6	10.9	17.5
เรียนรู้คู่กระแส	19.1	8.7	13.3
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	11.4	13.7	11.8
เพื่อเพื่อนและแฟน	11.0	10.6	9.4
อนุรักษ์นิยม	4.6	5.0	4.3
บุกเบิกค้นหา	4.6	2.5	2.3
ไม่สามารถระบุ	1.0	9.9	3.1

ตารางที่ 6 แสดงการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

ผลการจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี พบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตด้านการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” “เรียนรู้คู่กระแส” และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” ในสัดส่วน ร้อยละ 37.7 ร้อยละ 19.1 และร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

รองลงมาเป็นกลุ่มวิถีชีวิต “เพื่อเพื่อนและแฟน” กลุ่ม “เรื่องเงินเทศกาล” ในสัดส่วนร้อยละ 11.0 และร้อยละ 10.6 โดยมีกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” และกลุ่ม “บุกเบิกค้นหา” เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 4.6 และร้อยละ 4.6 ตามลำดับเท่านั้น

หากเปรียบเทียบกับลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตในภาพรวมทั้งประเทศ (รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑลด้วย) ก็พบความแตกต่างอย่างสำคัญว่า ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีมีกลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” ในสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มเป้าหมายในภาพรวมค่อนข้างมาก รวมถึงกลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” ซึ่งมีแนวโน้มสูงกว่าในภาพรวมพอสมควรเช่นเดียวกัน

6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิต “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	อำเภอเมือง	อำเภอรอบนอก	รวมสุราษฎร์ธานี
ครอบครัวสำคัญ	40.9	34.5	37.7
เรื่องเงินเทศกาล	9.9	11.2	10.6
เรียนรู้คู่กระแส	19.0	19.3	19.1
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	11.1	11.8	11.4
เพื่อเพื่อนและแฟน	12.2	9.8	11.0
อนุรักษ์นิยม	4.8	4.3	4.6
บุกเบิกค้นหา	1.1	8.0	4.6
ไม่สามารถระบุ	0.9	1.1	1.0

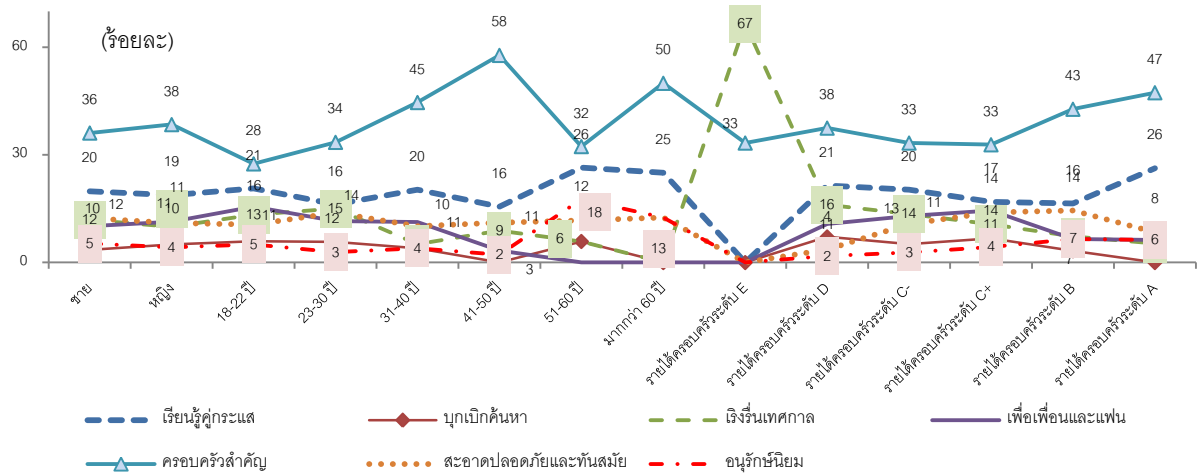
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี มีสัดส่วนของกลุ่มวิถีชีวิต “เรียนรู้คู่กระแส” (ร้อยละ 19.1) สูงกว่าผู้เดินทางในจังหวัดอื่น ๆ ค่อนข้างมากและกระจายตัวอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก นอกจากนั้นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับพวกพ้องอย่าง “เพื่อเพื่อนและแฟน” (ร้อยละ 11.0) ก็มีสัดส่วนสูงกว่าภาพรวมทั่ว ๆ ไป โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 12.2) ขณะที่สัดส่วนของกลุ่มหลักอย่าง “ครอบครัวสำคัญ” ยังเป็นกลุ่มวิถีชีวิตที่มีสัดส่วนสูงสุด ทั้งในผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 40.9) และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 34.5)

ทำให้สรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ รวมทั้งการหาประสบการณ์ชีวิตโดยใช้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในสัดส่วนที่สูง โดยไม่ละเลยที่จะให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างความรักความสัมพันธ์ ทั้งต่อสมาชิกครอบครัว และต่อเพื่อนพ้องอย่างจริงจัง

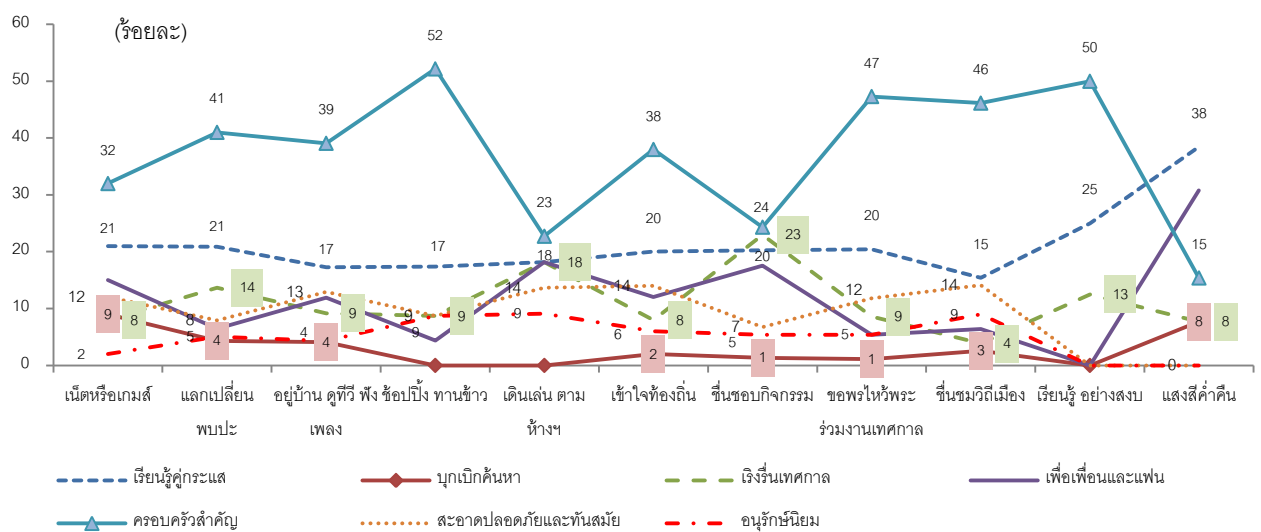
นอกจากนั้นยังเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่ม “บุกเบิกค้นหา” ก็มีสัดส่วนที่สูงมากในผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 4.6) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 8.0) ซึ่งแปลความหมายได้ว่ามีการใช้การท่องเที่ยวเพื่อมุ่งค้นหา แสวงหาตัวตน มีอยู่สูงมากในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวจากแดนใต้ “สุราษฎร์ธานี” แห่งนี้

6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามภูมิหลังทางกายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามภูมิหลังทางกายภาพ

6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

เพื่อเป็นการสรุปแผนภูมิภาพด้านบนทั้งสอง โดยผสมผสานแรงจูงใจ พฤติกรรมการบริโภคสื่อ และ พฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มวิถีชีวิต (สุราษฎร์ธานี)	คุณลักษณะทางภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนัยระหว่างการเดินทาง
ครอบครัวสำคัญ (ร้อยละ 37.7)	อายุตั้งแต่ 30 ปี จนถึงก่อนเกษียณ ส่วนใหญ่แต่งงานมีบุตรแล้ว เศรษฐฐานะปานกลางถึงดี ระดับการศึกษาตั้งแต่สูงจนถึงต่ำ มีแนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย	ใช้เวลาว่างส่วนใหญ่อยู่ที่บ้าน หรือออกไปแลกเปลี่ยนพูดคุย ทานข้าวนอกบ้านกับเพื่อน/ญาติ แต่ก็ยังให้ความสำคัญกับการเข้าวัดทำบุญ เมื่อเดินทางก็เลือกที่จะแวะขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขึ้นชมวิถีชีวิตของผู้คน และเรียนรู้มีความสุขอย่างเรียบง่าย มากกว่าแสงสี ดนตรีหรือความสนุกสนาน
	ช่องทางสื่อ: สื่อโทรทัศน์ หรือเคเบิลท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารทั่วไปที่เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่สมถะ เช่น ชิวจิต หรือแนวครอบครัวทั่วไป เช่น คู่สร้างคู่สม ทิวพุด โบร์ชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว	
เรingersเทศกาล (ร้อยละ 10.6)	กลุ่มนี้ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี มีแนวโน้มเป็นวัยรุ่น วัยทำงานระยะต้น ส่วนใหญ่ยังโสด และมีเศรษฐกิจ และการศึกษาระดับปานกลางถึงต่ำ	ชอบสนุกสนาน เดินเล่นตามห้าง ชอบสังสรรค์ในแลกเปลี่ยนพบปะกับผู้คน เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกที่จะทำกิจกรรมรื่นเริง ขึ้นชมคบหากับผู้คนหลากหลาย
	ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารกีฬาต่างๆ	
เรียนรู้คู่กระแส (ร้อยละ 19.1)	สำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี กลุ่มนี้กลับมีแนวโน้มอายุมากกว่ากลุ่มวิถีชีวิตแบบเดียวกันของจังหวัดอื่นๆ อยู่บ้าง แต่ก็พบได้ว่าเป็นกลุ่มมีระดับเศรษฐกิจปานกลางถึงดี และมีระดับการศึกษาดีกลุ่มหนึ่ง ส่วนใหญ่แต่งงานแล้วแต่ยังไม่มียุตร	ชอบใช้เวลาว่างนอกบ้าน ทำกิจกรรม แลกเปลี่ยนพบปะกับเพื่อนฝูง ยามท่องเที่ยวก็ขึ้นชอบที่จะมีกิจกรรม ขึ้นชมวิถีชีวิตและแสงสีในเมืองหรือ แหล่งที่ผู้คนมารวมกันตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
	ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน นิตยสารท่องเที่ยวของจังหวัด นิตยสารทั่วไป เช่น คู่สร้างคู่สม รวมถึงสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด โบร์ชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว และหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กการท่องเที่ยว	
สะอาดปลอดภัยทันสมัย (ร้อยละ 11.4)	อยู่ในวัยทำงานระยะต้นถึงระยะกลาง การศึกษาดีฐานะดีถึงดีมาก	ใช้เวลาว่างอยู่กับบ้าน พร้อมเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต พร้อมสรรพ ใช้เวลาบางครั้งซื้อสินค้าหรือทานอาหารตามห้างสรรพสินค้า ที่น่าสนใจคือมุ่งเน้นหาความสงบจากธรรมชาติ ยามเวลาท่องเที่ยวก็เลือกทำความเข้าใจท้องถิ่น ขึ้นชมธรรมชาติและวิถีเมือง และเรียนรู้อย่างสงบ
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ และสื่อการอ่านต่างๆ และหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กการท่องเที่ยว	
เพื่อเพื่อนและแฟน (ร้อยละ 11.0)	ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหรือวัยทำงานระยะต้น กำลังศึกษาอยู่ระดับป.ตรี หรือจบแล้ว ฐานะค่อนข้างดีกว่ากลุ่ม “เรingersเทศกาล”	ใช้เวลาว่างส่วนใหญ่อยู่กับอินเทอร์เน็ต หรือตามห้างสรรพสินค้า เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกทำกิจกรรมผจญภัย กับกลุ่มเพื่อน ขึ้นชอบท่องเที่ยวและขึ้นชอบแสงสี ชีวิตเมืองยามราตรี
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อบิลบอร์ด ดิสเพลย์ตามห้างสรรพสินค้า โบร์ชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว และหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กการท่องเที่ยว	

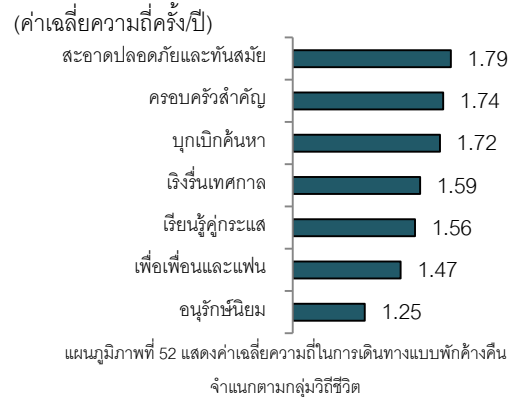
กลุ่มวิถีชีวิต (สุราษฎร์ธานี) (ต่อ)	คุณลักษณะทางภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทาง
อนุรักษ์นิยม (ร้อยละ 4.6)	แนวโน้มอายุมากกว่าทุกกลุ่มวิถีชีวิต มีการศึกษาปานกลางถึงดี เศรษฐฐานะทางสังคมในขั้นดีถึงดีมาก น่าสนใจที่ส่วนใหญ่ยังโสด หรือแต่งงานแล้วแต่หย่า หรือเป็นหม้าย	ชอบใช้ทำความเข้าใจ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ พุดคุย พร้อมสำหรับการช่วยเหลือ
		ช่องทางสื่อ: นิติสารทั่วไปในแนวทางสุขภาพ ธรรมในชีวิตประจำวัน และความเป็นอยู่สมถะ เช่น ชีวิตจิต
บุกเบิกค้นหา (ร้อยละ 4.6)	มีสัดส่วนไม่น้อย สำหรับกลุ่มเป้าหมายชาว-สุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงาน อยู่ในอำเภอรอบนอก ที่มีเศรษฐกิจปานกลาง การศึกษาดี และส่วนใหญ่ยังเป็นโสด	และกำลังค้นคว้าหาตัวตนอย่างสงบ กลางวัน ชื่นชมทำความรู้จักกับท้องถิ่น กลางคืนให้เวลากับตัวเองท่ามกลางแสงสียามราตรีอย่างเงียบๆ
		ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิติสารกีฬาต่างๆ โบรชัวร์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และหนังสือ พ็อกเก็ตบุ๊กการท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางจำแนกกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

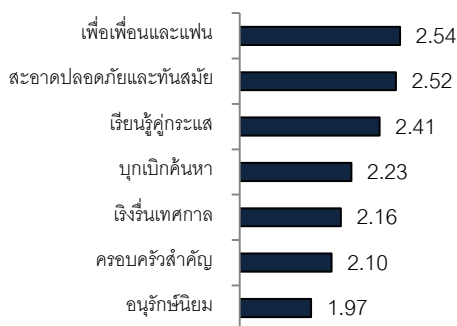
6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

พบว่ากลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” “ครอบครัวสำคัญ” “บุกเบิกค้นหา” รวมถึงกลุ่ม “เจ็กรุ่นเทศกาล” เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนด้วยความถี่สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ อยู่บ้าง (แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพักค้างคืน

(ค่าเฉลี่ยวันพักค้างคืน)



แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

หากเปรียบเทียบจำนวนวันพักค้างคืนต่อครั้ง การเดินทางระหว่างกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่ากลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” (เฉลี่ย 2.54 วัน) รวมถึงกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (เฉลี่ย 2.52 วัน) และกลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” (เฉลี่ย 2.41 วัน) ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยว เฉลี่ยนานวันกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ

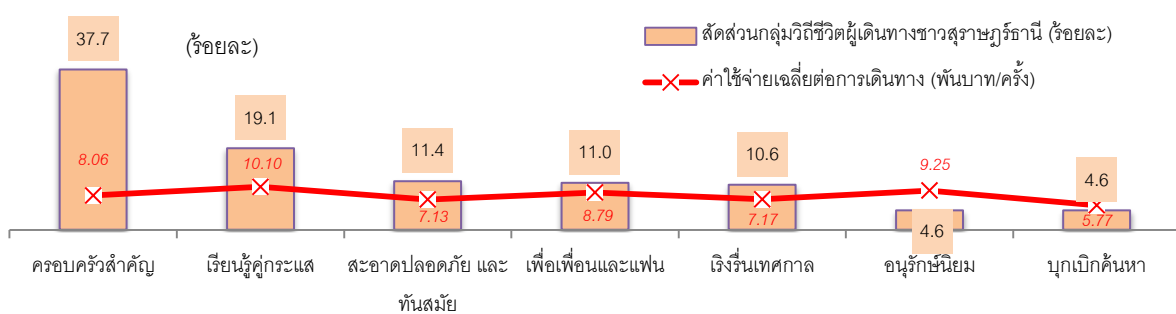
6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม

กลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี	จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม
ครอบครัวสำคัญ	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 69.7) กระบี่ (ร้อยละ 36.4) สงขลา (ร้อยละ 33.3) ภูเก็ต (ร้อยละ 32.6) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 31.4)
เจ็กรุ่นเทศกาล	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 54.1) ภูเก็ต (ร้อยละ 50.0) กระบี่ (ร้อยละ 27.0) ชุมพร (ร้อยละ 27.0) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 23.0)
เรียนรู้คู่กระแส	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 56.7) ภูเก็ต (ร้อยละ 46.3) กระบี่ (ร้อยละ 38.8) สงขลา (ร้อยละ 35.1) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 30.6)
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 52.5) ภูเก็ต (ร้อยละ 47.5) กระบี่ (ร้อยละ 40.0) ชุมพร (ร้อยละ 33.8) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 27.5)
เพื่อเพื่อนและแฟน	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 61.0) กระบี่ (ร้อยละ 39.0) ภูเก็ต (ร้อยละ 29.9) สงขลา (ร้อยละ 29.9) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 23.4) ชุมพร (ร้อยละ 23.4)
อนุรักษ์นิยม	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 65.5) สงขลา (ร้อยละ 40.6) ภูเก็ต (ร้อยละ 37.5) กระบี่ (ร้อยละ 37.5) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 28.1)
บุกเบิกค้นหา	นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 56.3) กระบี่ (ร้อยละ 40.6) สงขลา (ร้อยละ 28.1) ภูเก็ต (ร้อยละ 25.0) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 21.9) พังงา (ร้อยละ 21.9)

ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายการเดินทางของกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี พบว่าไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆมากนัก โดยจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในภูมิภาคอย่างจังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ต่างเป็นเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่ ทว่าหากพิจารณาในรายละเอียดพบความน่าสนใจว่าผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีทุกกลุ่มให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังกรุงเทพฯ ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร

6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทาง



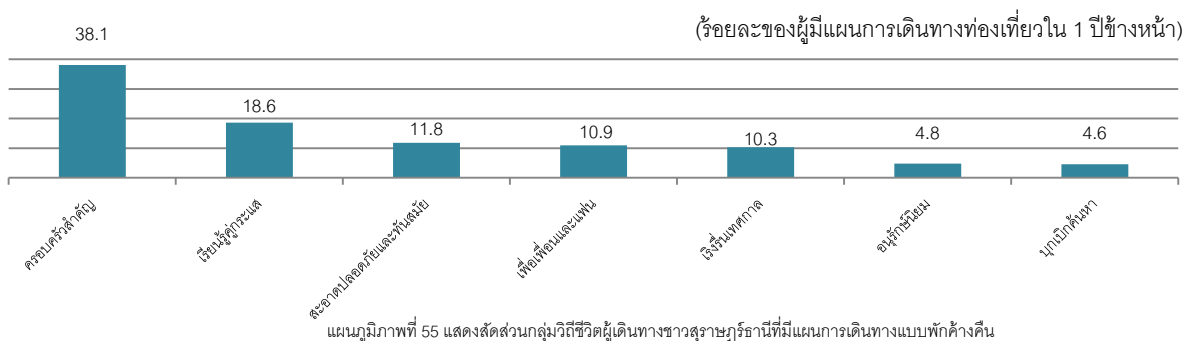
แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)

สำหรับประเด็น “การใช้จ่าย” ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม พบว่ากลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่มีสัดส่วนมากที่สุด 2 กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 37.7)

และ “เรียนรู้คู่กระแส” (ร้อยละ 19.1) มีค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายเพื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดเฉลี่ยครั้งละ 8,062 บาท และ 10,105 บาท ตามลำดับ ขณะที่กลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” มีการใช้จ่ายเฉลี่ยเพียง 7,130 บาทต่อครั้ง น้อยกว่ากลุ่มวิถีชีวิตในลักษณะเดียวกันของจังหวัดอื่นค่อนข้างมาก

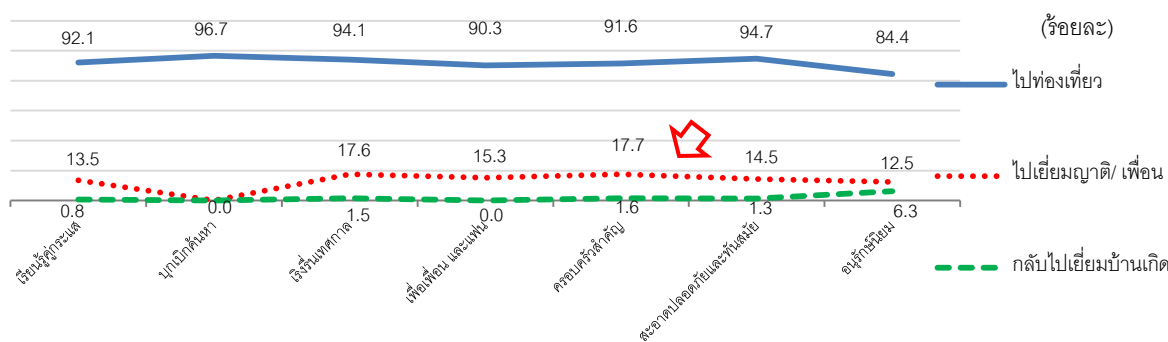
(หมายเหตุผู้วิจัย: สำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี ที่มีลักษณะวิถีชีวิต “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” ซึ่งกลับมีการใช้จ่ายไม่สูง โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” นั้น เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า เป็นปัจจัยที่เกิดจากระยะทาง เพราะกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” มีแนวโน้มเดินทางไม่ไกล เช่น บริเวณจังหวัดภูเก็ต จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดกระบี่ หรือเพียงกรุงเทพฯ มากกว่า ขณะที่กลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” มีสัดส่วนกลุ่มที่เดินทางไกลถึง จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย ในสัดส่วนที่สูงกว่า)

6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า



เมื่อมาพิจารณาแผนการเดินทางพักค้างคืน (เฉพาะภายในประเทศ) ของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบความน่าสนใจว่า กลุ่มที่มีแผนเดินทางพักค้างคืนในประเทศ ในสัดส่วนมากที่สุดได้แก่กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” กลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” และกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (ร้อยละ 38.1 และ ร้อยละ 18.6 และร้อยละ 11.8 ตามลำดับ)

6.3.6 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง



เมื่อวิเคราะห์วัตถุประสงค์การเดินทางที่ได้วางแผนไว้ พบว่าทุกๆ กลุ่ม แสดงวัตถุประสงค์หลักไม่แตกต่างกันในประเด็นของ “การเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยว (พักผ่อน)” อย่างไรก็ตามพบว่ากลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” และกลุ่ม “เริงรันทะกาล” มีการเดินทางเพื่อไป “เยี่ยมญาติหรือเพื่อน” ในสัดส่วนสูงไม่น้อย

6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

กลุ่มวิถีชีวิต	(ร้อยละ)				
	โดยรถส่วนตัว	โดยเช่ารถตู้	โดยรถทัวร์ ทั่วไป	โดยเครื่องบิน	แบบมีไกด์ นำเที่ยว
ครอบครัวสำคัญ	83.7	20.5	41.7	1.5	8.7
เรจรีนเทศกาล	74.3	17.6	39.2	2.7	6.8
เรียนรู้คู่กระแส	79.9	16.4	34.3	1.5	9.0
สะอาดปลอดภัยและ ทันสมัย	80.0	48.8	48.8	0.0	10.0
เพื่อเพื่อนและแฟน	77.9	19.5	42.9	2.6	5.2
อนุรักษ์นิยม	71.9	21.9	43.8	0.0	3.1
บุกเบิกค้นหา	65.6	31.3	59.4	3.1	2.5

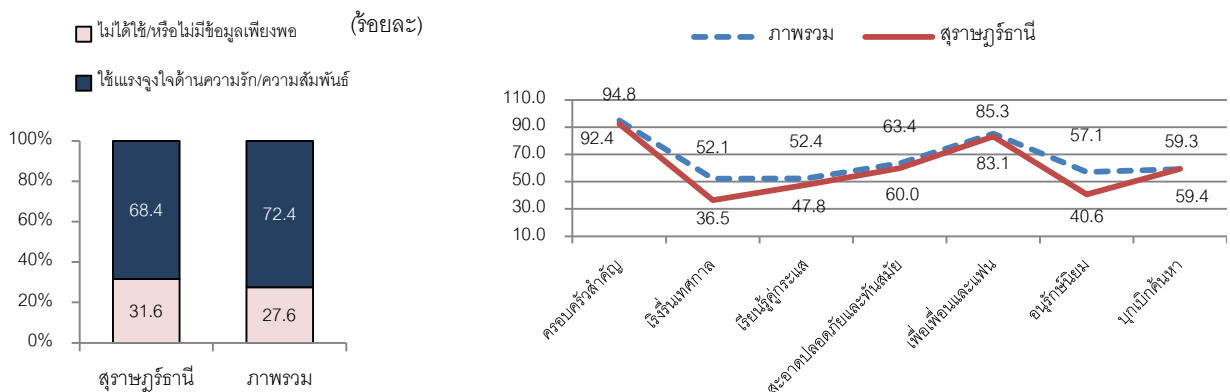
ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

ในส่วนของพาหนะที่จะใช้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ จำแนกเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิตนั้น พบว่ารถยนต์ส่วนตัวยังคงเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมเลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับทุกกลุ่มวิถีชีวิต โดยเฉพาะกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” และ “เรียนรู้คู่กระแส” ขณะที่การเดินทางโดยใช้รถโดยสารทั่วไป ก็ได้รับความนิยมสูง (กว่าภาพรวมค่อนข้างมาก) ในหมู่ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเกือบทุกกลุ่มวิถีชีวิต

นอกจากนั้นยังเห็นแนวโน้มที่เด่นชัดว่าการเลือกใช้พาหนะโดยการเช่ารถตู้เดินทางเป็นหมู่คณะ ได้รับความนิยมสูงพอสมควร โดยเฉพาะในกลุ่มวิถีชีวิต “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

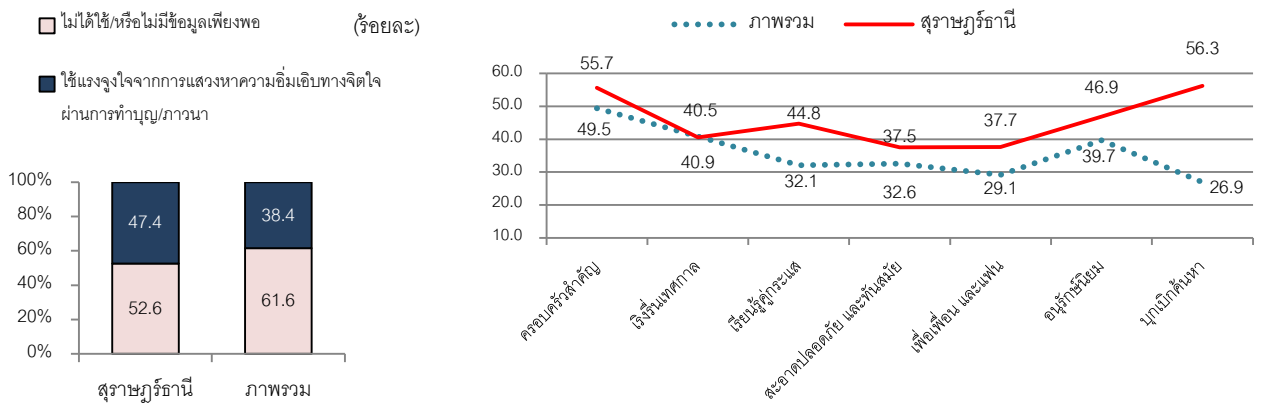
6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์



แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์

กลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีในสัดส่วน (ร้อยละ 68.4) ที่ยอมรับว่าตนได้ใช้ “แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์” เป็นแรงผลักดันส่วนหนึ่งให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว และโดยหากพิจารณาเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิต พบแนวโน้มการใช้แรงจูงใจด้านความรักเป็นแรงผลักดันสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตไม่แตกต่างกับภาพรวมของคนไทยทั้งประเทศมากนัก อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 92.4) และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” (ร้อยละ 83.1) ที่ใช้การเสริมสร้างความรักเป็นพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างโดดเด่นและแตกต่างกับกลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ

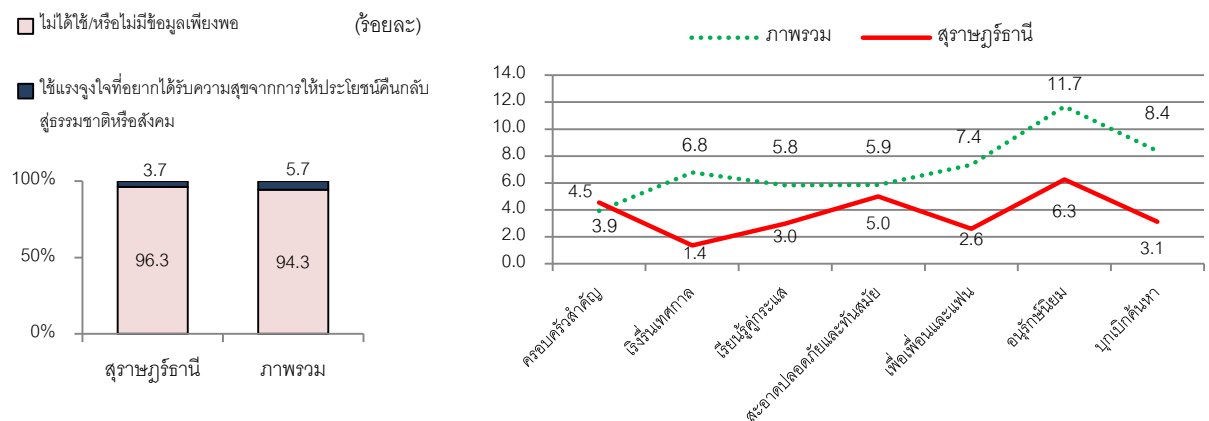
6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา



แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา

กลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีใช้ “แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา” ในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 47.4) สูงกว่ากลุ่มผู้เดินทางภาพรวม (ร้อยละ 38.4) โดยเฉพาะกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 55.7) อย่างไรก็ตามสำหรับกลุ่มผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี พบว่ากลุ่ม “บุกเบิกค้นหา” กลับมีแรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา” ในสัดส่วนที่สูงอย่างน่าสนใจ (ร้อยละ 56.3)

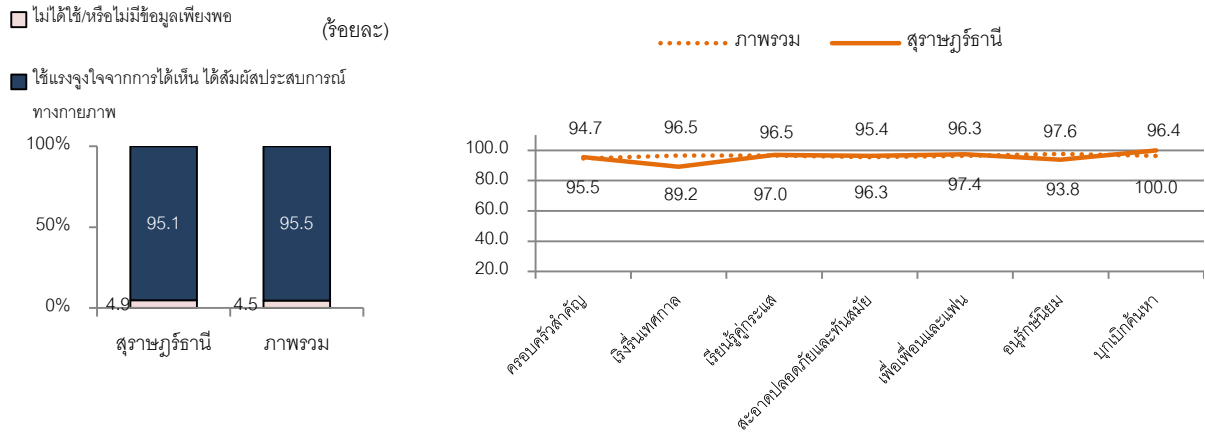
6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม



แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม

โดยภาพรวมพบว่าแรงจูงใจด้านการทำให้ถูกใช้เป็นแรงผลักดันสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่น้อยมาก (เพียงร้อยละ 3.7 สำหรับสุราษฎร์ธานี และร้อยละ 5.7 ในภาพรวมเท่านั้น) อย่างไรก็ตามสำหรับผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีเป็นที่น่าสนใจว่า นอกจากกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” แล้ว พบว่ากลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” ก็มีแนวโน้มและมีโอกาสที่จะใช้แรงจูงใจในส่วนนี้เป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับตนสูงกว่ากลุ่มอื่นๆอยู่บ้าง

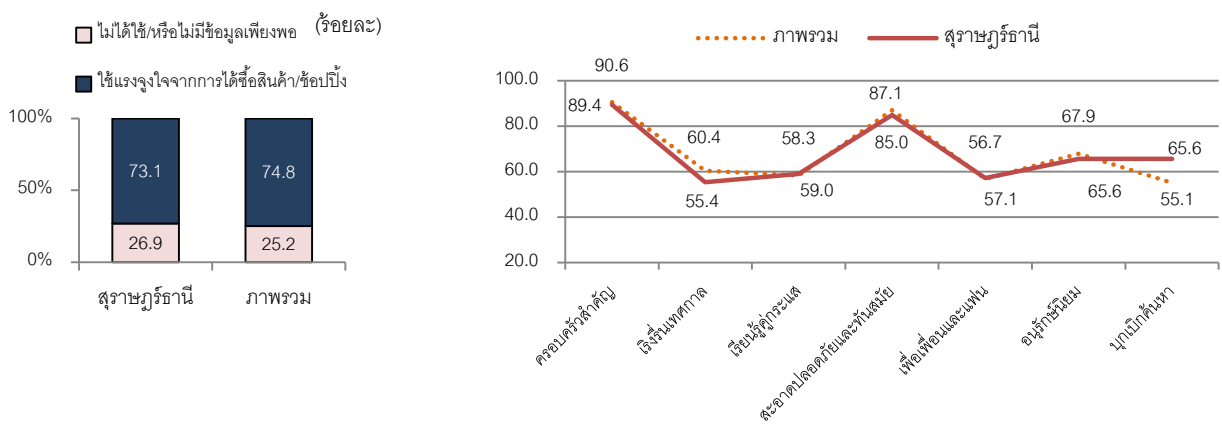
6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ

สัดส่วนกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีที่ใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 95.1 และสูงอย่างสม่ำเสมอในเกือบทุกกลุ่มวิถีชีวิตไม่แตกต่างกันไปจากภาพรวมเช่นเดียวกัน

6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง



แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง

สำหรับในประเด็นแรงจูงใจด้านความอยากได้ของที่ระลึก (เช่น ภาพถ่าย ไปสการ์ด ฯลฯ) อยากซื้อสินค้านั้น ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีใช้เป็นแรงจูงใจด้านการเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนร้อยละ 73.1 ใกล้เคียงกันกับภาพรวม (ร้อยละ 74.8) โดยเฉพาะต่อกลุ่มวิถีชีวิตหลักอย่าง “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 89.4) และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (ร้อยละ 85.0)

สรุปในส่วนนี้ได้ว่า หากต้องการกระตุ้น (ส่งออก) ผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในวัน กลุ่มวิถีชีวิตที่น่าสนใจ ได้แก่ กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” “เรียนรู้คู่กระแส” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเป้าหมายอันเป็นที่สนใจตามรสนิยมเฉพาะของกลุ่มตน โดยสื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวในด้าน “ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และการส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างมวลสมาชิก

6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

จากการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มประเภทแหล่งท่องเที่ยว (โดยแสดงรายละเอียดในบทที่ 10.1 ของรายงานฉบับสมบูรณ์) พบว่าสามารถจัดกลุ่มสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มวิถีชีวิตในแต่ละพื้นที่ โดยมีการประยุกต์ใช้วิธีการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจด้วยเนื้อหาการสื่อสาร (Key Message Content) ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่ม ได้ดังนี้

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและKey Message
Once in a Lifetime – ประเภทป่าภูเขาที่มีระยะทางไกล เช่น เชียงราย เชียงใหม่	- ครอบครัวสำคัญ - สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เพื่อเพื่อนและแฟน - เรียนรู้คู่กระแส - บุกเบิกค้นหา	ด้านความอยากรู้อยากเห็นและความรัก - เช่น ครั้งหนึ่งชีวิตกับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ โดยไม่ต้องรอให้สายเกินไป
Once in a Lifetime กับ Unseen Nature – ประเภทธรรมชาติ	- เพื่อเพื่อนและแฟน - เรียนรู้คู่กระแส - บุกเบิกค้นหา	ด้านความอยากรู้อยากเห็นและความรัก - เช่น ทำทายและแปลกใหม่ในดินแดนไกลโพ้น กับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ น้ำตกที่ลือชู สามพันโบก
Eco/Culture Destination	- อนุรักษ์นิยม - เรียนรู้คู่กระแส	ด้านความอยากรู้อยากเห็น และการให้ - เช่น ดำน้ำปลุกปะการัง โครงการพระราชดำริหุบกระพง จังหวัดเพชรบุรี
Educational Destination	- อนุรักษ์นิยม - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้อยากเห็น และความรัก - เช่น โครงการพระราชดำริหุบกระพงจังหวัดเพชรบุรี หรือ กรุงเทพฯ ที่น่าศึกษา

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและKey Message
Spiritual Destination	- เจริญเทศกาล - ครอบครัวสำคัญ - อนุรักษ์นิยม	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และการขอพร - เช่น อิ่มเอิบ อบอุ่น กับแหล่งบุญข้ามภูมิภาคใกล้บ้าน (เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร)
Festivities & Entertainment	- เจริญเทศกาล - ครอบครัวสำคัญ - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น ความสนุกสนาน - เช่น สงกรานต์ จังหวัดกระบี่ เทศกาลกินเจ จังหวัดภูเก็ต เทศกาลกินเจ จังหวัดตรัง
City of Joy	- สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เพื่อเพื่อนและแฟน - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และด้านความอยากได้/อยากซื้อ สินค้า - เช่น ช้อปปี้งทันสมัยในกรุงเทพฯ หรือ ถนนคนเดิน จังหวัด เชียงใหม่
Man-made Destination	- ครอบครัวสำคัญ - เรียนรู้คู่กระแส - เจริญเทศกาล - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น - เช่น โครงการพระราชดำริหุบกระพงจังหวัดเพชรบุรี สะพาน ติณสูลานนท์ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานี

กล่าวโดยสรุปสำหรับการส่งออกผู้เดินทางชาวสุราษฎร์ธานีได้ว่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพสูงสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะการมุ่งส่งเสริมอย่างจำเพาะเจาะจงไปยังนักท่องเที่ยว กลุ่มที่มีทัศนคติที่ดี และเห็นประโยชน์ของการเดินทางท่องเที่ยวอยู่แล้ว ทั้งยังความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจ และการศึกษาพื้นฐานในระดับหนึ่ง อย่างกลุ่ม "ครอบครัวสำคัญ" "เรียนรู้คู่กระแส" และ "เพื่อเพื่อนและแฟน" ผ่านการนำเสนอแรงจูงใจด้านการสร้างความรัก ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือสังคมเพื่อนฝูง โดยใช้แรงจูงใจที่เกิดจากการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่มีธรรมชาติในแนวป่าเขา อากาศหนาวเย็น อย่างจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดเชียงราย อาจสามารถสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค และกระจายเป้าหมายการท่องเที่ยวให้ไกลขึ้นกว่ากรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างได้ผล