

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

# CAMBODIA



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



In-Touch Research & Consultancy Co., Ltd.

## สารบัญ

	หน้า
บทนำ	i
วัตถุประสงค์	ii
วิธีการวิจัย	ii
นิยามศัพท์	vi
<b>บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ</b>	<b>1-1</b>
1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์	1-1
1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์	1-3
1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม	1-5
1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	1-6
1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	1-9
<b>บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว</b>	<b>2-1</b>
2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ	2-2
2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว	2-4
2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว	2-5
2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง	2-6
2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	2-8
2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพำนัก	2-8
2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม	2-10
2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวกัมพูชา	2-12
2.9 ทักษะคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน	2-13
<b>บทที่ 3 ทักษะคติ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ</b>	<b>3-1</b>
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว	3-1
3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม	3-6
3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-8
3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	3-11
<b>บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)</b>	<b>4-1</b>
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	4-1
4.2 เปรียบเทียบทักษะคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	4-3
4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง	4-4
<b>บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว</b>	<b>5-1</b>
5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-3
5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวกัมพูชา	5-4
<b>บทที่ 6 นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และ กลยุทธ์ทางการตลาด</b>	<b>6-1</b>
6.1 แนวทางและผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”	6-1
6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”	6-7
6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่	6-13

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 7 กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา</b>	<b>7-1</b>
7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์	7-1
7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์	7-2
7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	7-4
7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ	7-10
<b>ภาคผนวก ก ตารางสถิติ</b>	<b>ก-1</b>
<b>ภาคผนวก ข เอกสารอ้างอิง</b>	<b>ข-1</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	



## สารบัญแผนภูมิภาพ

	หน้า	
แผนภูมิภาพที่ 1.1	ปิรามิดประชากรกัมพูชาปี 2556	1-3
แผนภูมิภาพที่ 1.2	แสดงสัดส่วนเชื้อชาติของกัมพูชา	1-4
แผนภูมิภาพที่ 1.3	แสดงสัดส่วนการนับถือศาสนาของกัมพูชา	1-4
แผนภูมิภาพที่ 1.4	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของกัมพูชาและอัตราการเติบโต ปี 2548-2555	1-7
แผนภูมิภาพที่ 1.5	รายได้ต่อหัวต่อปีและอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555	1-8
แผนภูมิภาพที่ 1.6	แสดงสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวกัมพูชา	1-9
แผนภูมิภาพที่ 1.7	สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวกัมพูชา	1-10
แผนภูมิภาพที่ 2.1	แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-1
แผนภูมิภาพที่ 2.2	แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-2
แผนภูมิภาพที่ 2.3	แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-3
แผนภูมิภาพที่ 2.4	แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-3
แผนภูมิภาพที่ 2.5	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวกัมพูชา	2-4
แผนภูมิภาพที่ 2.6	แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวกัมพูชา	2-5
แผนภูมิภาพที่ 2.7	แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-6
แผนภูมิภาพที่ 2.8	แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางด้วยตนเองกับเดินทางกับบริษัททัวร์	2-7
แผนภูมิภาพที่ 2.9	แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (มีผู้ร่วมทางได้หลากหลายประเภท)	2-7
แผนภูมิภาพที่ 2.10	แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-8
แผนภูมิภาพที่ 2.11	แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวกัมพูชา	2-8
แผนภูมิภาพที่ 2.12	แสดงสัดส่วนระยะเวลาพำนักในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้งของชาวกัมพูชา	2-9
แผนภูมิภาพที่ 2.13	แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	2-10
แผนภูมิภาพที่ 2.14	แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่นิยมทำกิจกรรมช้อปปิ้งและกิจกรรมบันเทิง และสวนสนุก	2-11
แผนภูมิภาพที่ 2.15	แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา	2-13
แผนภูมิภาพที่ 2.16	แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ	2-15
แผนภูมิภาพที่ 2.17	แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ	2-16
แผนภูมิภาพที่ 2.18	แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น	2-17
แผนภูมิภาพที่ 3.1	แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม	3-2
แผนภูมิภาพที่ 3.2	แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์และการสื่อสาร	3-3
แผนภูมิภาพที่ 3.3	แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ	3-4
แผนภูมิภาพที่ 3.4	แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ	3-5
แผนภูมิภาพที่ 3.5	แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-6
แผนภูมิภาพที่ 3.6	แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-7
แผนภูมิภาพที่ 3.7	แสดงสัดส่วนประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	3-8



## สารบัญแผนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	3-10
แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	3-11
แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบกับระหว่างนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน	3-12
แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา	4-1
แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือนและกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไปกับกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา	4-3
แผนภูมิภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)	4-4
แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวกัมพูชา	5-1
แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กับภาพรวมทั้งอาเซียน	5-2
แผนภูมิภาพที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-3
แผนภูมิภาพที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์	5-4
แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	6-3
แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวกัมพูชาที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีและได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชากลุ่มศักยภาพสูง	6-6

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ 5 อันดับ	1-2
ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของกัมพูชา	1-6
ตารางที่ 1.3 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวกัมพูชา	1-9
ตารางที่ 1.4 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง	1-11
ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวกัมพูชา	2-12
ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศกัมพูชา	6-13

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-1
ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-2
ตารางที่ 2.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประเภทการจัดการการท่องเที่ยว	ก-3
ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่ใช้เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-4
ตารางที่ 4 ร้อยละระยะเวลาการพักในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-6
ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-7
ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-8
ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-9
ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-10
ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-11
ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-12
ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-14
ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-16
ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-17
ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-18
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-20
ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-22
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-24
ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-26
ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-27
ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-28



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-29
ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-30
ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-31
ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-32
ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-33
ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำน้ำ/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-34
ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-35
ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-36
ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-37
ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันบันเทิงยามค่ำคืนที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-38
ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-39
ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-40
ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-41
ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-42
ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-43
ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-44
ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-45
ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย	ก-46
ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย	ก-47
ตารางที่ 34.3 ร้อยละความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	ก-48
ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับคำชื่นชมและคำขอบคุณถือเป็นสิ่งที่สำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-50
ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-51
ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้อง คำนึงถึงสายตาของผู้อื่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-52
ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการ เปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-53
ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วน บุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-54
ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำ ความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-55
ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับ สถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ง่ายในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-56
ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบางครั้งที่มีการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมาย จำแนก ตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-57
ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัด เสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-58
ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่า การใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-59
ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นขอการอภัยโทษในเรื่องของความทันสมัยและ แฟชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเธอมีความสุขได้ จำแนกตาม ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-60
ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ ครอบครัวของเธอมีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-61
ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถ มีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-62
ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-63
ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือ ถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-64
ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกอยากปล่อยวาง หรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่ รอบตัว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-65
ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำ อะไรรุนแรงหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-66
ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-67
ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับราชการทหารเป็นเรื่องที่ควรจะทำสำหรับ เยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-68
ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของความสำเร็จ จำแนกตาม ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-69

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-70
ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-71
ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-72
ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเพลิดเพลินไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-73
ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-74
ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตนนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยังคงดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-75
ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-76
ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-77
ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-78
ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-79
ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-80
ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-81
ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-82
ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-83
ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา	ก-84
ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	ก-85
ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	ก-86
ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	ก-87
ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)	ก-88
ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)	ก-89
ตารางที่ 74 ร้อยละนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชาจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)	ก-90



## บทนำ

ในฐานะองค์กรภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เตรียมความพร้อมที่จะก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ด้วยการก้าวไปสู่การเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นเลิศทางการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่ (Modern Marketing) ในระดับสากล มีวิสัยทัศน์ที่แสดงได้ถึงความเป็นผู้นำในตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับโลก หรืออย่างน้อยก็ในตลาดอาเซียน

เพื่อความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้ ททท. ตระหนักดีว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ใช่สาระเดียวของการแข่งขันเท่านั้น “คุณภาพ” ของนักท่องเที่ยวกลับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งกว่า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า “การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ” เป็นเป้าหมายของการทำงานของ ททท. ในปัจจุบัน และประเด็นเหล่านี้คือที่มาของ “โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”



ความหมายของ “การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ” คือ การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึงการตั้งสมมติฐานที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปอีกด้วย นั่น ทำให้ต้องการข้อมูลในมิติต่างๆ มาเพื่อใช้วางแผน กลยุทธ์ที่เหมาะสม สำหรับดำเนินงานผ่านเครื่องมือทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการ ส่งข่าวสารที่มีสาระ เหมาะสมตรงใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ นำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

การดำเนินงานของบริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี ร่วมกับพันธมิตร อันได้แก่ บริษัท Young & Rubicam และบริษัท RH International ภายใต้การติดตามดูแลสนับสนุนของ ผู้สังเกตการณ์จาก ททท. ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ทั้งในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ (การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งในภาพรวมกล่าวได้ว่าแล้วเสร็จสมบูรณ์ตามแผนการที่ได้กำหนดไว้เป็นอย่างดี ทั้งยังได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลที่เน้นแนวทางคัดกรอง “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” และขอเสนอทิศทางการตลาดสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเพื่อสร้างให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานปี 2557 ของผู้เกี่ยวข้องได้อย่างทันการ อีกทั้งยังเป็นการช่วยกระตุ้นการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในส่วนอื่นๆ

นอกจากนั้น การนำเสนอผลในรายงานฉบับสมบูรณ์ยังได้จำแนกนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ออกเป็นกลุ่มย่อยที่เหมาะสมกับแผนการตลาดอย่างจำเพาะเจาะจง รวมถึงนำเสนอแผนการทำงานแบบเบ็ดเสร็จ (Implementation Plan) เพื่อใช้เป็นกรอบต้นแบบการดำเนินงานสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามเหมาะสมต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน
2. ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และศึกษาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว
3. จัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น และมีการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

## วิธีการวิจัย

### 1. วิธีการที่ 1 การวิจัยเอกสาร

เป็นการค้นคว้า ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานสถิติ เอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลในเว็บไซต์ โดยหาแหล่งข้อมูลทั้งจากในประเทศไทยและจากต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับการวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาในส่วนอื่นๆ

### 2. วิธีการที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ (เว้นประเทศไทย) โดยแสดงรายละเอียดเฉพาะประเทศกัมพูชาในส่วนถัดไป



#### 2.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง

- อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศกัมพูชา
- ต้องเคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 ครั้ง
- ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ อื่นๆ เช่น เพศ อาชีพ รายได้ หรือระดับการศึกษา

#### 2.2 การกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มเลือก (Sampling Method)

ใช้กฎเกณฑ์การคำนวณขนาดหน่วยตัวอย่าง ด้วยวิธีการมาตรฐานของ Yamane\* (ตรวจสอบร่วมกับการใช้ตาราง Krejcie & Morgan\*\*) ภายใต้กรอบแนวคิดและการพิจารณาตามสมมติฐานดังนี้

- ระดับความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่า 95%
- กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ( $e = 0.05$ )
- กำหนดสัดส่วนของลักษณะกลุ่มที่สนใจให้มีการกระจายตัวมาก ( $p = 0.5$ )

สามารถกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างสำหรับการวิจัยภาคสนามที่เหมาะสม และวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง เป็นรายประเทศและรายเมืองได้ดังนี้

ประเทศ	เมืองพื้นที่สำรวจ (Sampling Frame)	จำนวน หน่วยตัวอย่าง	วิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง
มาเลเซีย	Kuala Lumpur, Central	400	F-T-F Street Intercept
	Johor Bahru, South	400	F-T-F Street Intercept
	Penang, North west	400	F-T-F Street Intercept
อินโดนีเซีย	Jakarta, West Java	400	F-T-F Street Intercept
	Surabaya, East Java	400	F-T-F Street Intercept
	Medan, Sumatra	400	F-T-F Street Intercept
ฟิลิปปินส์	Manila City, North	400	F-T-F Street Intercept
	Davao City, South	400	F-T-F Street Intercept
เวียดนาม	Hanoi, North	400	F-T-F Street Intercept
	HCMC, South	400	F-T-F Street Intercept
สิงคโปร์	Singapore	400	F-T-F Street Intercept
บรูไน	Bandar Seri Begawan	300	F-T-F Street Intercept
ลาว	Vientiane	300	F-T-F Door-to-Door
พม่า	Yangon	300	F-T-F Door-to-Door
กัมพูชา	Phnom Pehn	300	F-T-F Door-to-Door



### 3. วิธีการที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จัดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) โดยแสดงรูปแบบและจำนวนรายหรือกลุ่มในแต่ละประเทศไว้ในตารางด้านล่าง

ประเทศ	รูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (จำนวน(ราย))		รูปแบบการสนทนากลุ่ม (จำนวน(กลุ่ม))
	ตัวแทนทัวร์เอเยนต์	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว
	ตัวแทนทัวร์เอเยนต์	ตัวแทนนักท่องเที่ยวกลุ่ม ศักยภาพ และ FIT	นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ
มาเลเซีย	2	-	2
สิงคโปร์	2	2	
อินโดนีเซีย	2		2
บรูไน	2	2	
เวียดนาม	2		2
ฟิลิปปินส์	2	2	
กัมพูชา	2		2
พม่า	2	2	
ลาว	2	2	

3.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้กำหนดคุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างในส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกไว้ดังนี้

#### รูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ทัวร์เอเยนต์	กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ และ FIT
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ</li> <li>■ เป็นเจ้าของหรือผู้บริหารที่มีประสบการณ์การค้าเนิกรกิจการบริษัททัวร์ไม่น้อยกว่า 5 ปี</li> <li>■ จำหน่ายทัวร์มาประเทศไทยร่วมด้วย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ อายุตั้งแต่ 20 - 45 ปี</li> <li>■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ</li> <li>■ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา</li> <li>■ ใ้เศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น</li> <li>■ วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด ไม่ใช้ความช่วยเหลือใดๆ จากบริษัททัวร์</li> </ul>

### 3.2 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสนทนากลุ่ม

#### รูปแบบการสนทนากลุ่ม

กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
<p>นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>อายุตั้งแต่ 25-40 ปี</li> <li>ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร ของประเทศนั้นๆ</li> <li>ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย <u>ปีละ 1 ครั้ง</u>ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา</li> <li>เศรษฐกิจทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น</li> </ul>	<p>นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงปลาย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>อายุตั้งแต่ 45-60 ปี</li> <li>ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎรของประเทศนั้นๆ</li> <li>ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย <u>ปีละ 1 ครั้ง</u>ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา</li> <li>เศรษฐกิจทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น</li> </ul>

### 3.3 ช่วงเวลาและผลการเก็บข้อมูลในประเทศกัมพูชา

วันที่	รายละเอียดการดำเนินงาน	จำนวนที่กำหนด	จำนวนที่ได้
18-26 มิ.ย. 2556	งานภาคสนาม	รวมจำนวน 1,200 ราย	รวมจำนวน 1,200 ราย
	Phnom Pehn	300 ราย	302 ราย
6- 7 ก.ค. 2556	การสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว	จำนวน 2 ราย	จำนวน 2 ราย
19 ก.ค. 2556	การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัททัวร์	จำนวน 2 ราย	จำนวน 2 ราย

## นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หรือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	พลเมืองในพื้นที่สำรวจ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีเศรษฐกิจฐานะพื้นฐานตั้งแต่ระดับ C+ ขึ้นไป ที่ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศใดๆ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	กลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวด้วยมูลค่าเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึงเชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการพัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เป็นไปในทิศทางส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม
นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน	หมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ในประเทศอาเซียนทั้งหมด เว้นประเทศไทย
เศรษฐกิจระดับ C+ ขึ้นไป*	เวียดนาม - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป กัมพูชา - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป ลาว - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป พม่า - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป มาเลเซีย - รายได้ 970 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป สิงคโปร์ - รายได้ 2,100 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป บรูไน - รายได้ 1,600 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป อินโดนีเซีย - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป* ฟิลิปปินส์ - รายได้ 690 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป * ข้อมูลที่ใช้ในการสำรวจในพื้นที่ ปี 2555 ของบริษัทวิจัยท้องถิ่น
ร้อยละ	หมายถึง ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

หมายเหตุ: ใช้การเรียงประเทศตามลำดับอักษรภาษาไทย เว้นเฉพาะเป็นการเรียงตามลำดับปริมาณ หรือความถี่ ซึ่งจะถูกระบุแยกไว้เป็นกรณีไปได้ตาราง



# บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ

## ประเทศกัมพูชา



### 1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์

กัมพูชาตั้งอยู่กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทิศเหนือติดกับไทย และลาว ทิศตะวันออกติดเวียดนาม ทิศตะวันตกติดไทย และทิศใต้ติดอ่าวไทย มีพื้นที่ 181,035 ตารางกิโลเมตร<sup>1</sup> หรือประมาณ 1 ใน 3 ของไทย โดยมีเส้นเขตแดนโดยรอบประเทศยาวประมาณ 2,000 กิโลเมตร ในส่วนนี้เป็นเส้นเขตแดนติดต่อกับประเทศไทย 798 กิโลเมตร

กัมพูชามีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ประกอบด้วยที่ราบรอบทะเลสาบเขมร และที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง โดยมีทิวเขาล้อมรอบ ทำให้กัมพูชามีลักษณะภูมิประเทศคล้ายสามหรืออ่าง คือ ตรงกลางเป็นแอ่งทะเลสาบ และลุ่มแม่น้ำโขงอันกว้างขวาง มีภูเขาล้อมรอบอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านตะวันออกมีแนวเทือกเขาอันนัม และเป็นพรมแดนกับเวียดนาม ด้านเหนือและตะวันตกเฉียงเหนือมีแนวเทือกเขาพนมดงรัก และเป็นพรมแดนกับไทย ด้านใต้และตะวันตกใต้มีแนวเทือกเขาบรรทัด และเป็นแนวพรมแดนกับไทยเช่นกัน โดยมีเฉพาะด้านตะวันออกเฉียงใต้เท่านั้นที่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง



<sup>1</sup> กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: กัมพูชา”. (online).

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรแยกตามเขตการปกครอง

ภูมิภาค/รัฐ	เมืองหลัก	(จำนวนประชากร)
Phnom Penh	Phnom Penh	2,234,566
Ta Khmao	Kandal	195,895
Sisophon	Banteay Meanchey	181,396
Battambang	Battambang	180,853
Siem Reap	Siem Reap	174,265
Kampong Cham	Kampong Cham	118,242
Sihanoukville	Sihanoukville	89,447
Kampong Speu	Kampong Speu	54,505
kampot	kampot	48,274
Kampong Chhnang	Kampong Chhnang	43,130

ที่มา: วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศกัมพูชา”,ปี2556. (Online)

## 1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

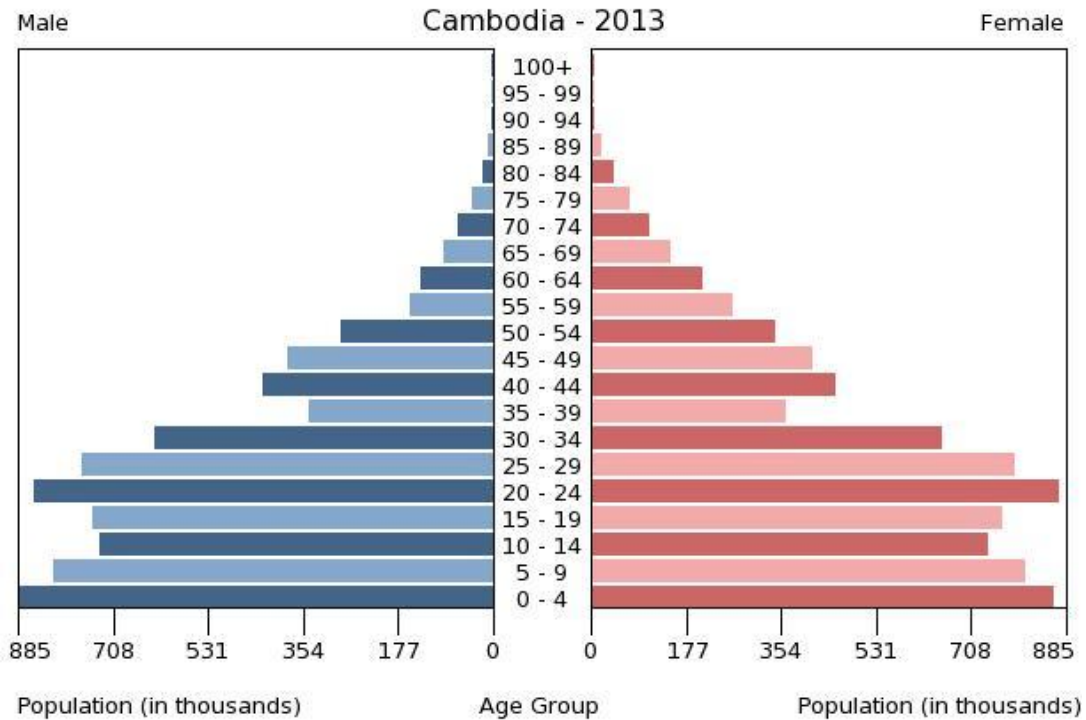


ชาวกัมพูชาอายุระหว่าง  
15-64 ปี ถือเป็นประชากรส่วน  
ใหญ่ของประเทศ (ร้อยละ 59.7)

กัมพูชามีจำนวนประชากร 14,952,665 คน มีสัดส่วนประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย จำนวนประชากรชาย 7,326,806 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 และเพศหญิง 7,625,859 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 โดยมีประชากรวัยแรงงาน (อายุ 15-64 ปี) จำนวน 8,926,741 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 ของประชากรทั้งหมด

ข้อมูลปี 2554 พบว่า กัมพูชามีจำนวนประชากรเมือง (Urban population) สัดส่วนร้อยละ 20.0 ของประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 2.13 ต่อปี ในช่วงปี 2553-2558<sup>2</sup>

แผนภูมิภาพที่ 1.1 พีระมิดประชากรกัมพูชาปี 2556



ที่มา: The U.S. Census Bureau. International Database. "Population Pyramid Graph - Custom Region - Cambodia", 2013

<sup>2</sup> index mundi. "Cambodia Demographics Profile". (online)

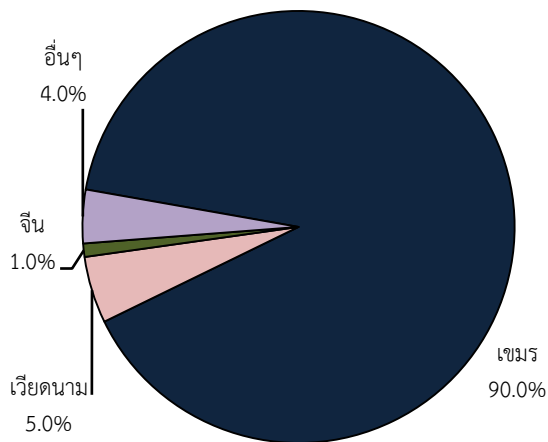
ชาวกัมพูชาส่วนใหญ่มีเชื้อชาติเขมร (Khmer) มีสัดส่วนร้อยละ 90.0 ที่เหลือเป็นผู้ที่มีเชื้อชาติเวียดนาม ร้อยละ 5.0 จีน ร้อยละ 1.0 และอื่นๆ อีกร้อยละ 4.0

ด้านการนับถือศาสนา รัฐธรรมนูญกัมพูชาบัญญัติให้ศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ มีผู้นับถือมากถึง ร้อยละ 96.4 รองลงมาคือ ศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 2.1 และอื่นๆ อีกร้อยละ 1.5

ปัจจุบันการประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา เป็นไปอย่างแพร่หลาย และชาวกัมพูชาให้ความสำคัญกับการทำนุบำรุงศาสนามากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการส่งพระภิกษุชาวกัมพูชาเข้ามาศึกษาพระธรรมวินัยในประเทศไทย และมีการฟื้นฟูมหาวิทยาลัยสงฆ์ในประเทศกัมพูชา

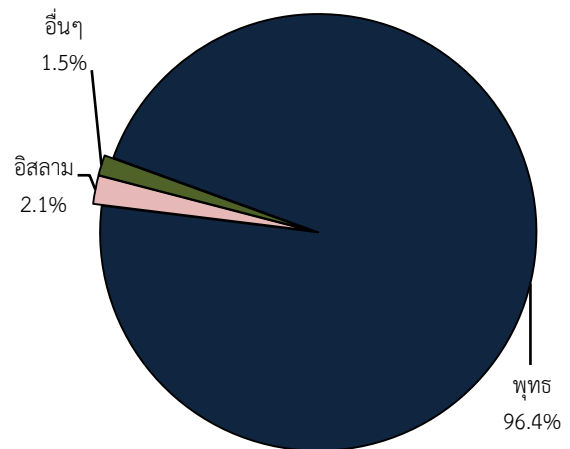


แผนภูมิภาพที่ 1.2  
แสดงสัดส่วนเชื้อชาติของกัมพูชา



ที่มา: index mundi. Cambodia Demographics Profile, 2013

แผนภูมิภาพที่ 1.3  
แสดงสัดส่วนการนับถือศาสนาของกัมพูชา



ที่มา: index mundi. Cambodia Demographics Profile, 2013

### 1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม

#### 1.3.1 การเมืองการปกครอง

กัมพูชามีการปกครองระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขภายใต้รัฐธรรมนูญ พระมหากษัตริย์องค์ปัจจุบันคือ พระบาทสมเด็จพระบรมนาถนโรดม สีหมุนี มีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้นำประเทศคือ สมเด็จจ้อครมหาเสนาบดีเดโชฮุน เซน และมีนายฮอร์ นัมฮง เป็นรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศและความร่วมมือระหว่างประเทศ

รัฐสภาของกัมพูชาเป็นสภาคู่ ประกอบด้วย สภาแห่งชาติหรือสภาผู้แทนราษฎร (National Assembly) ซึ่งรัฐธรรมนูญกำหนดให้มีสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 120 คน มาจากการเลือกตั้งทั่วไปซึ่งเป็นการเลือกตั้งแบบแบ่งเขต แต่ละเขตมีผู้แทนได้หลายคน โดยใช้ระบบสัดส่วนแบบบัญชีรายชื่อ มีวาระละ 5 ปี กับ วุฒิสภา (Senate) กำหนดให้มีสมาชิกสูงสุดไม่เกินกึ่งหนึ่งของสภาแห่งชาติ สมาชิกวุฒิสภามาจากการแต่งตั้งโดยพระมหากษัตริย์ 2 คน เลือกจากสภาแห่งชาติ 2 คน และส่วนที่เหลือมาจากการเลือกตั้งทางอ้อม มีวาระ 6 ปี

กัมพูชาแบ่งเขตการปกครองเป็น 1 ราชธานี (พนมเปญ) และอีก 23 จังหวัด แต่ละจังหวัดจะมี ศูนย์กลางการปกครอง (เทียบเท่าอำเภอเมือง) เรียกว่า กรุง และมีเมืองสำคัญที่มีฐานะเป็น กรุง อีก 3 แห่ง ได้แก่ กรุงปอยเปต (จังหวัดบันเตียเม็ยเจย) กรุงบาเว็ต (จังหวัดสวายเรียง) และกรุงสวง (จังหวัดกำปงจาม)



#### 1.3.2 วัฒนธรรม

ประเทศกัมพูชาเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน วัฒนธรรมประเพณีจึงมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนในประเทศ ซึ่งศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ระบำอัปสร (Apsara Dance) เป็นการแสดงนาฏศิลป์ที่โดดเด่นของกัมพูชา ถอดแบบการแต่งกายและท่า ร่ายรำมาจากภาพจำหลักรูปนางอัปสรที่ปราสาทนครวัด และมีเทศกาลสำคัญของชาวกัมพูชา คือ เทศกาลน้ำ (Water festival) โดยชาวกัมพูชามักเรียกว่า “บอน อม ตุก” (Bon Om Tuk) เป็นเทศกาลประจำปีที่ยิ่งใหญ่ จัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายนเพื่อเป็นการแสดงความสำนึกในพระคุณของแม่น้ำที่นำความอุดมสมบูรณ์มาให้ โดยจะมีการแข่งเรือยาว แสดงพลุดอกไม้ไฟ และการแสดงขบวนเรือประดับไฟ



## 1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

### 1.4.1 ภาพรวมเศรษฐกิจ

กัมพูชาเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดเล็ก มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเป็นลำดับที่ 9 ของประเทศในกลุ่มอาเซียน (มากกว่าลาวที่มีขนาดเศรษฐกิจเล็กที่สุด) เป็นประเทศที่ธนาคารโลก (World Bank) จัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ต่ำ (Low income)<sup>3</sup> ประชากรมีรายได้ต่อหัวในปี 2555 เพียง 926 ดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตาม กัมพูชายังถือว่าเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจในการลงทุนจากต่างชาติ เนื่องจากปัจจัยค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ และมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ รัฐบาลกัมพูชาตั้งเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจและเพิ่มให้ประชาชนชาวกัมพูชาให้ได้ 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อคนต่อปี ภายในปี 2556 โดยเน้นพัฒนาภาคเกษตรกรรม รวมทั้งสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมและการส่งออก

ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของกัมพูชา

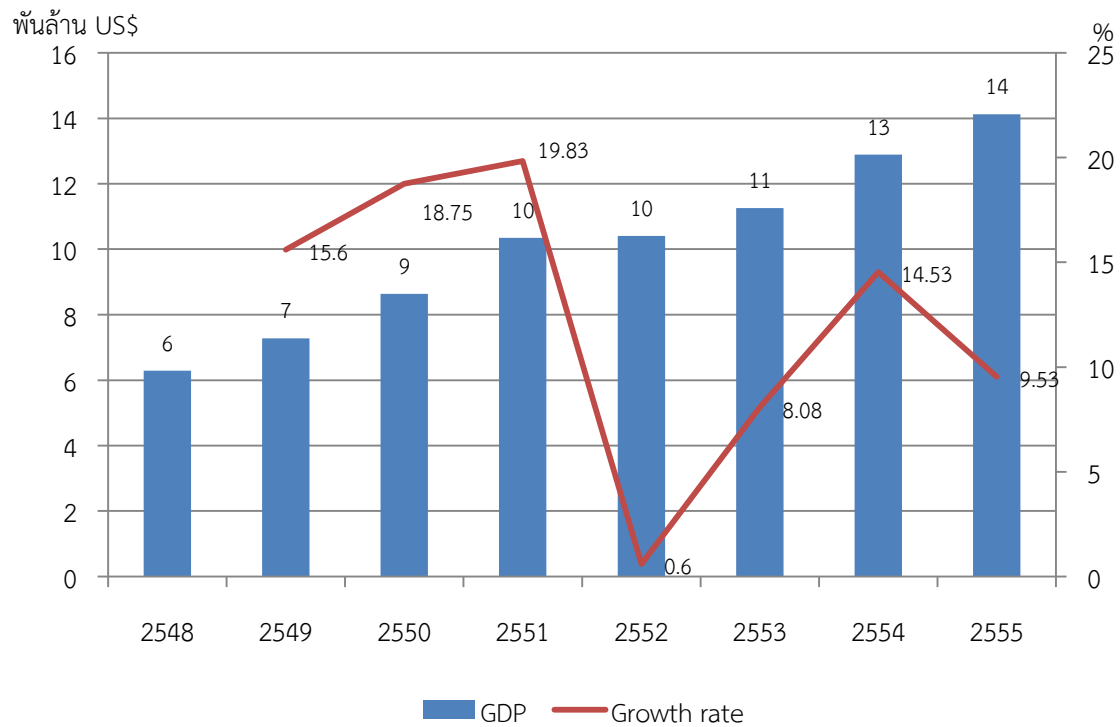
ตัวชี้วัด	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
Gross domestic product: GDP (Billion US\$)	6.29	7.28	8.64	10.35	10.41	11.26	12.89	14.12
GDP (% change)	..	15.60	18.75	19.83	0.60	8.08	14.53	9.53
GDP per Capita (US\$)	455	514	603	711	703	753	853	926
GDP per Capita (% change)	..	12.86	17.43	17.86	-1.05	7.00	13.39	8.44
Inflation (%)	6.35	6.14	7.67	25.00	-0.66	4.00	5.48	2.93

ที่มา: International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database”, 2013

<sup>3</sup> World Bank. “Data by country: Cambodia”. (online)



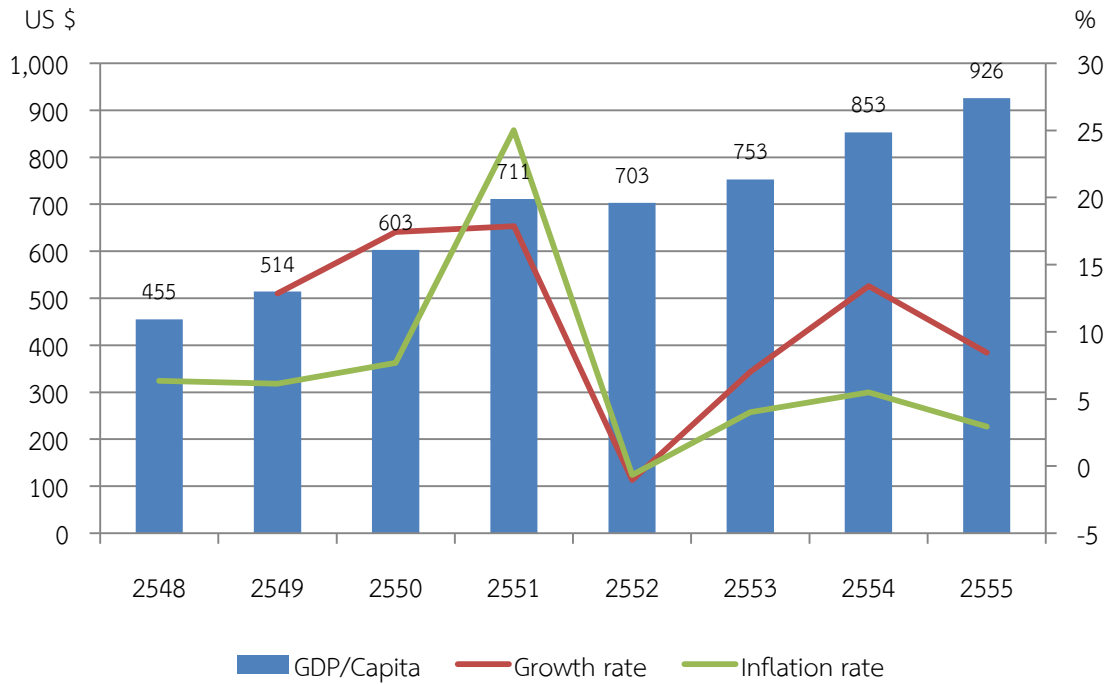
แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศของกัมพูชา และอัตราการเติบโต ปี 2548-2555



ที่มา: International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database”, 2013

ปี 2555 กัมพูชามีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 14.12 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในช่วงที่ผ่านมาอัตราการเติบโตได้ดีอย่างต่อเนื่อง ก่อนปี 2551 มีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 15 แต่อัตราการเติบโตดังกล่าวเริ่มมีการผันผวนในช่วงปี 2552 ซึ่งเป็นปีที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลก เนื่องจากเศรษฐกิจกัมพูชายังต้องอาศัยรายได้จากต่างประเทศอยู่มาก โดยยังขาดความแข็งแกร่งของตลาดเพื่อการบริโภคภายในประเทศ

แผนภูมิที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปี และอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555



ที่มา: International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database”, 2013

รายได้ต่อหัวของชาวกัมพูชาอยู่ในระดับต่ำแต่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงก่อนปี 2552 แม้ว่าจะเกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลกทำให้การเติบโตของรายได้ของชาวกัมพูชาลดลงในปี 2552 แต่หลังจากนั้นก็ยังสามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นได้โดยตลอด แม้ว่าอัตราการเติบโตของรายได้จะมีความผันผวนบ้างก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าช่วงก่อนปี 2552 อัตราเงินเฟ้อของกัมพูชาอยู่ในระดับร้อยละ 6-7 ในขณะที่มีอัตราการเติบโตของขนาดเศรษฐกิจโดยรวมถึงรายได้ประชากรในระดับที่ดีมาก แต่ในปี 2551 อัตราเงินเฟ้อกลับสูงขึ้นถึงมากกว่าร้อยละ 25 มากกว่าการเติบโตของรายได้ที่ร้อยละ 17.86 ซึ่งเป็นสัญญาณของปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศ แต่ภายหลังจากปี 2552 กัมพูชาก็สามารถรักษาระดับอัตราเงินเฟ้อให้มีเสถียรภาพและอยู่ในระดับต่ำกว่าเดิมได้

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจกัมพูชามีการปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงของการพัฒนาเศรษฐกิจ กัมพูชายังมีความจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าทุน และพึ่งพิงภาคการค้า และการบริการจากต่างประเทศค่อนข้างมาก ซึ่งอาจเป็นความเสี่ยงหากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว



## 1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

### 1.5.1 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวกัมพูชา

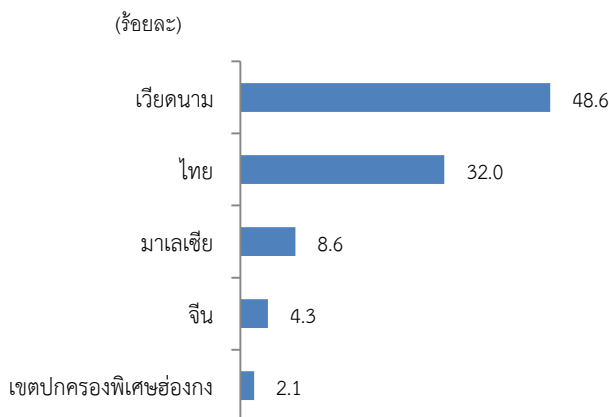
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงระหว่างปี 2548-2554 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีขนาดตลาดท่องเที่ยวในปี 2553-2554 ประมาณ 832,187 คน-ครั้ง เป็นการท่องเที่ยวในประเทศไทย 271,265 คิดเห็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30

ตารางที่ 1.3 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวกัมพูชา

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศ	กัมพูชา												
	2548	2549		2550		2551		2552		2553		2554	
เวียดนาม	186,543	154,956	×	150,655	×	129,676	×	118,287	×	254,553	△	423,440	△
<b>ไทย</b>	<b>112,477</b>	<b>125,336</b>	<b>△</b>	<b>108,776</b>	<b>×</b>	<b>93,301</b>	<b>×</b>	<b>103,168</b>	<b>△</b>	<b>150,011</b>	<b>△</b>	<b>271,265</b>	<b>△</b>
มาเลเซีย	9,957	14,694	△	23,193	△	35,464	△	43,146	△	48,618	△	49,472	△
จีน	11,577	14,216	△	18,253	△	18,548	△	20,104	△	24,265	△	26,534	△
เขตปกครองพิเศษฮ่องกง	6,833	8,948	△	11,070	△	12,225	△	10,588	×	12,273	△	12,120	×
อื่นๆ	16,079	15,660	×	18,299	△	20,486	△	21,801	△	22,818	△	24,678	△
<b>รวม</b>	<b>359,545</b>	<b>349,470</b>	<b>×</b>	<b>348,545</b>	<b>×</b>	<b>330,186</b>	<b>×</b>	<b>338,895</b>	<b>△</b>	<b>535,356</b>	<b>△</b>	<b>832,187</b>	<b>△</b>

แผนภูมิภาพที่ 1.6 แสดงสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวกัมพูชา

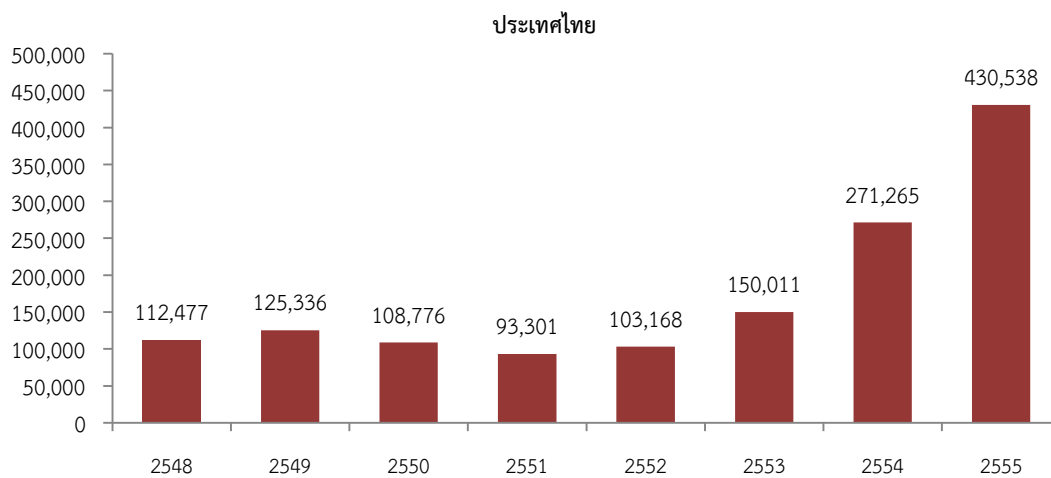


หากพิจารณาสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปีหลัง (2552-2554) พบว่า เป้าหมายการเดินทางยอดนิยม 5 ลำดับแรกของชาวกัมพูชา ได้แก่ เวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา คือ ไทย มาเลเซีย จีน และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง ในสัดส่วนร้อยละ 32.0 ร้อยละ 8.6 ร้อยละ 4.3 และร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

### 1.5.2 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวกัมพูชา

ดังกล่าวแล้วว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดท่องเที่ยวจากชาวกัมพูชาประมาณร้อยละ 30 เป็นลำดับที่ 2 รองจากเวียดนาม ถึงแม้ว่าสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงระหว่างปี 2548-2552 จะมีการปรับเพิ่มในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก โดยอาจมีสาเหตุจากความขัดแย้งด้านพรมแดนระหว่างไทยและกัมพูชา อีกทั้งในช่วงขณะนั้นได้เกิดเหตุความรุนแรงบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชาอยู่บ่อยครั้ง อย่างไรก็ตาม ในปี 2554 พบว่านักท่องเที่ยวชาวกัมพูชามีอัตราการเดินทางเข้ามาประเทศไทยสูงขึ้นเกือบเท่าตัว เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

แผนภูมิภาพที่ 1.7 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวกัมพูชา



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2013

### 1.5.3 เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยว

คาดว่าในปี 2556 จะมีนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาเดินทางมาท่องเที่ยวไทยประมาณ 470,000 คน/ครั้ง (ตัวเลขดังกล่าวคาดการณ์จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2555 จากฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และจากข้อมูลในปี 2555 พบว่า เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยวสำคัญของประเทศกัมพูชามายังประเทศไทยนอกจากเมืองหลวงอย่าง Phnom Penh แล้วเมืองรองอื่นๆ ที่ส่งออกนักท่องเที่ยวเข้ามาประเทศไทยในจำนวนไม่น้อย ได้แก่ Siem Reap, Poipet, Samraong, Banteay Meanchey และ Pratabong ซึ่งมีจำนวนรวมกันแล้วมากกว่าร้อยละ 80

ตารางที่ 1.4 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง

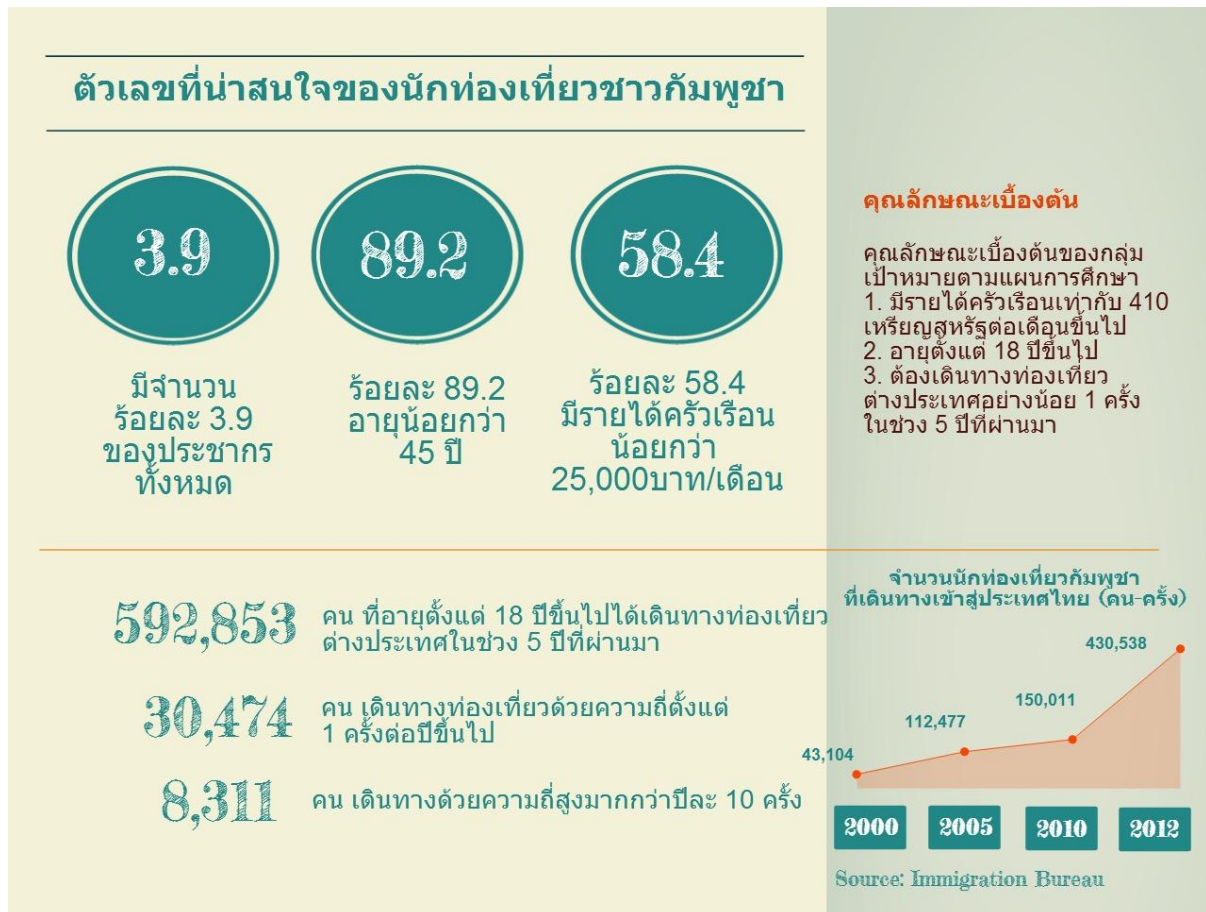
กัมพูชา	ร้อยละ	คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2556 (คน/ครั้ง)
Phnom Penh	52.9	244,624
Siem Reap	11.7	54,104
Poipet	5.8	26,821
Samraong	4.2	19,422
Banteay Meanchey	4.2	19,422
Pratabong	3.8	17,572
Battambang	2.5	11,561
Prey Veng	2.1	9,711
Svay Rieng	1.7	7,861
Sihanoukville (Kampong Som)	1.7	7,861
อื่นๆ	9.4	43,468
<b>รวม</b>	<b>100.0% (n=240)</b>	<b>462,428</b>

ที่มา: โครงการการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2556

## บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษาครั้งนี้ กัมพูชาเป็นชาติที่มีประชากรที่มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในสัดส่วนที่ไม่สูงนัก พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีเพียงร้อยละ 3.9 ของประชากรทั้งประเทศ (หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 592,853 คน จากประชากรทั้งหมดทุกกลุ่มอายุจำนวน 14,952,665 คน)

แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา



จากแผนภูมิภาพด้านบนเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางลงไป (สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 45 ปี มีถึงร้อยละ 89.2) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนไม่สูงมาก (ร้อยละ 58.4 มีรายได้ครัวเรือน น้อยกว่า 25,000 บาทต่อเดือน)

จากประมาณการขนาดตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาจำนวนเกือบ 6 แสนคนดังกล่าวนี้ มีนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางด้วยความถี่ประมาณปีละครั้งขึ้นไปเพียง 30,474 ราย (ส่วนอื่นๆ ที่เหลือเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยความถี่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี) และในกลุ่มนี้มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าปีละ 10 ครั้งขึ้นไป 8,311 ราย

(ที่มา: ตารางสัดส่วนความถี่และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มความถี่ในภาคผนวก ข 2)



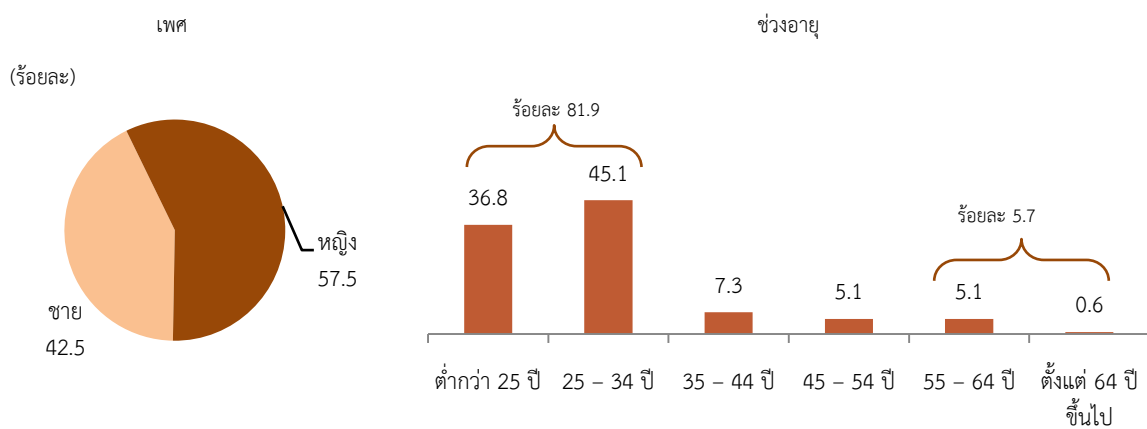
สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กล่าวได้ว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเพียง 43,104 คน-ครั้ง ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 430,538 ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2-2.5 เท่าในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา

## 2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ

### 2.1.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

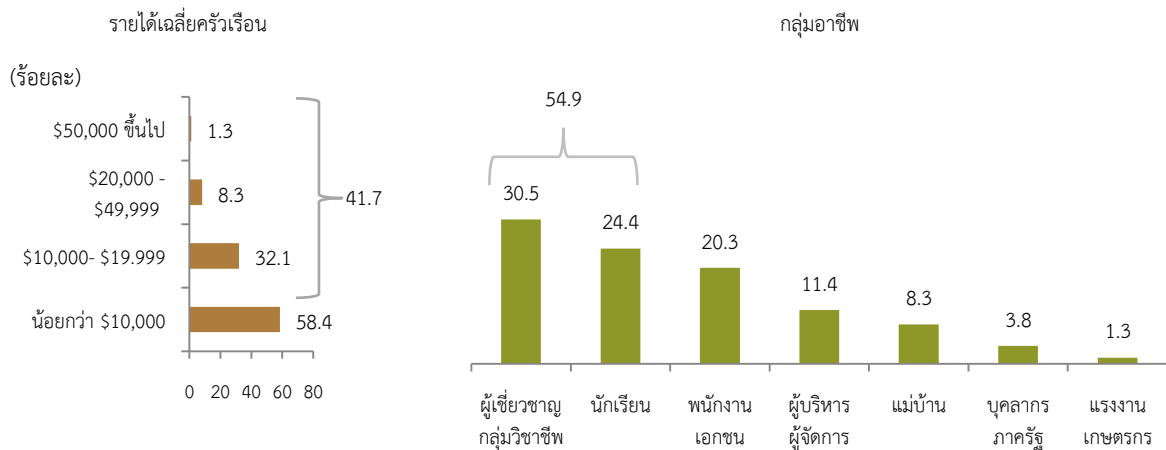
เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา



นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชากระจายตัวครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 42.5 หญิง ร้อยละ 57.5) โดยส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 35 ปี (ร้อยละ 81.9) ที่เหลือเป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 7.3) กลุ่มคนวัยทำงานช่วงปลายอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 5.1) และกลุ่มก่อนวัยเกษียณและหลังเกษียณอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป (รวมกัน ร้อยละ 5.7) ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

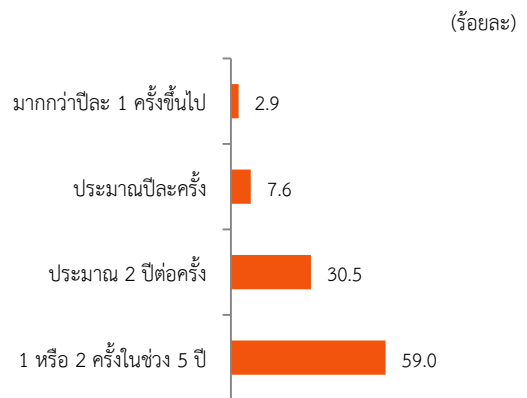


การพิจารณารายได้ครัวเรือน พบว่าส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 41.7) มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 10,000 เหรียญสหรัฐต่อปี (ประมาณ 25,000 บาทต่อเดือน) ขึ้นไป จำแนกเป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง (ตั้งแต่ \$10,000-\$19,999 ต่อปี) ร้อยละ 32.1 กลุ่มรายได้สูง (ตั้งแต่ \$20,000-\$49,999 ต่อปี) ร้อยละ 8.3 และรายได้สูงมาก (ตั้งแต่ \$50,000 ต่อปีขึ้นไป) ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ ขณะที่ร้อยละ 58.4 กลุ่มใหญ่มีรายได้น้อยกว่า \$10,000 ต่อปี (หรือน้อยกว่า 25,000 บาทต่อเดือน) ดังกล่าวแล้ว

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีพื้นฐานการศึกษาดี และมีความเป็นอยู่ในสังคมในระดับที่ดี เห็นได้จากส่วนใหญ่ทำงานในเมืองเป็นผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพเฉพาะ เช่น พยาบาล แพทย์ วิศวกร นักวิชาการ (ร้อยละ 30.5) นักเรียน (ร้อยละ 24.4) ซึ่งเฉพาะ 2 กลุ่มอาชีพนี้ มีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 54.9 ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาทั้งหมด

แผนภูมิภาพที่ 2.4 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

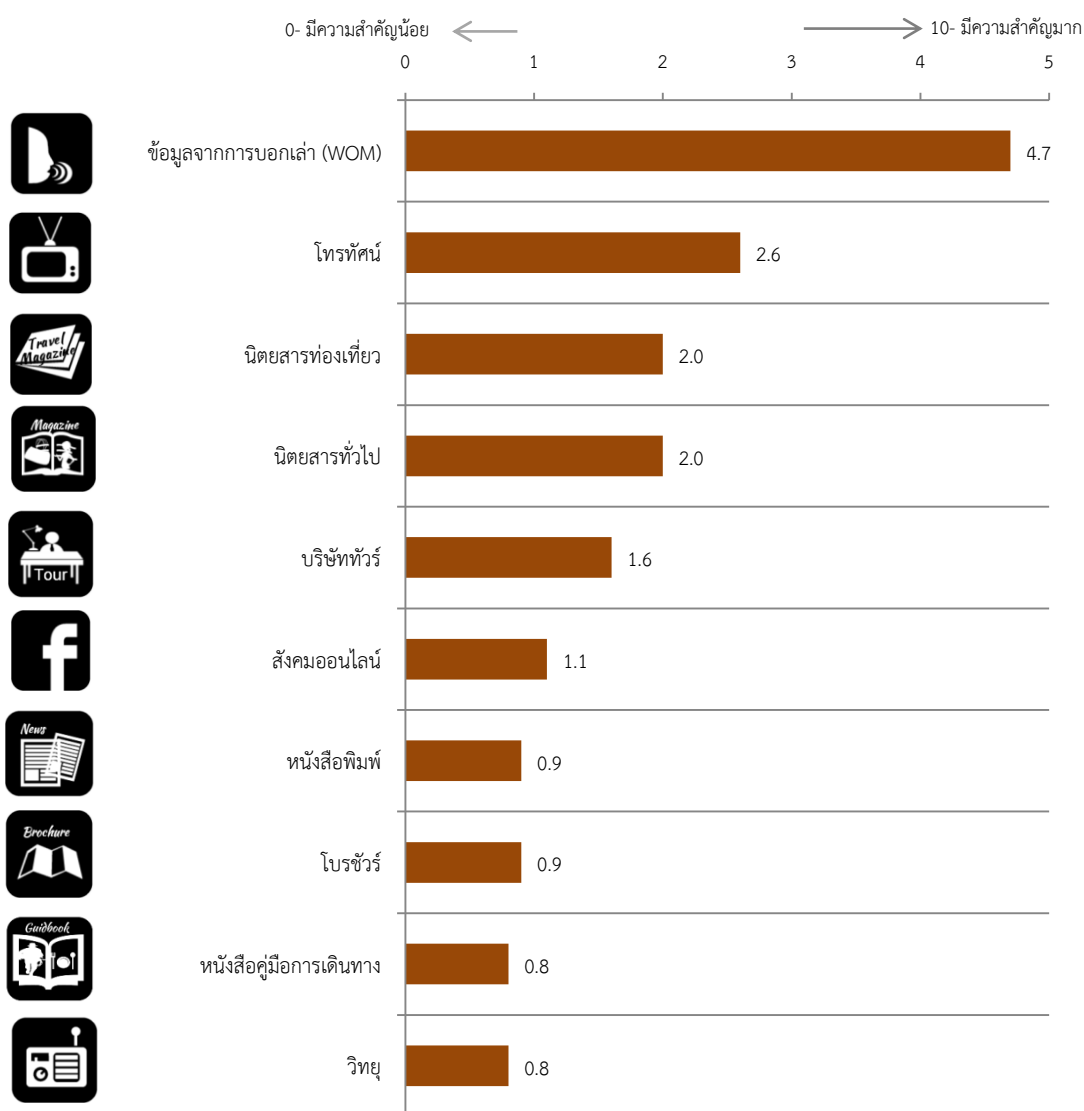
การพิจารณาความถี่การเดินทาง พบว่า ร้อยละ 59.0 เดินทางไม่มากเพียง 1 หรือ 2 ครั้ง ในช่วงตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 30.5 เดินทางประมาณ 2 ปีต่อครั้ง ร้อยละ 7.6 เดินทางประมาณปีละครั้ง โดยมีชาวกัมพูชาเพียงร้อยละ 2.9 ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยๆ มากกว่าปีละ 1 ครั้งขึ้นไป



## 2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวกัมพูชา

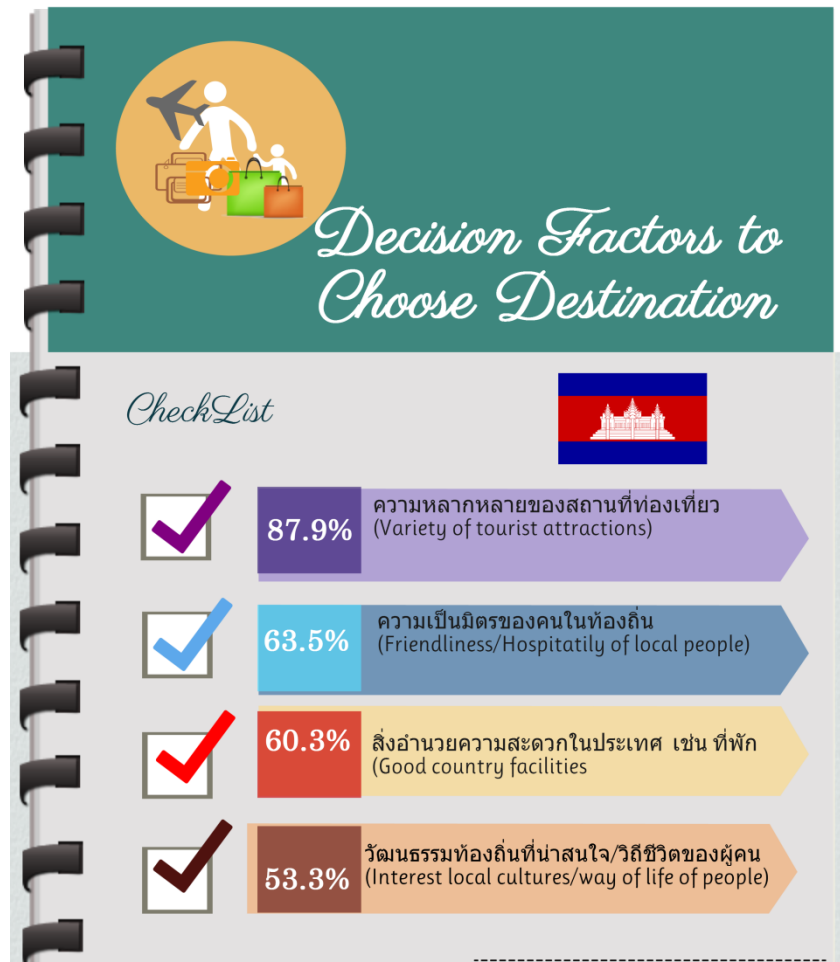
ค่าเฉลี่ยความสำคัญ (เต็ม 10 คะแนน)



การพิจารณาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของช่องทางข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ช่องทางของข้อมูลท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ได้แก่ “การบอกเล่าจากบุคคลอื่น” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 4.7) รองลงมาคือจาก “โทรทัศน์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.6) ข้อมูลจาก “นิตยสารท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.0) และได้รับข้อมูลจากสื่อ “นิตยสารทั่วไป” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.0) ตามลำดับ

## 2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว

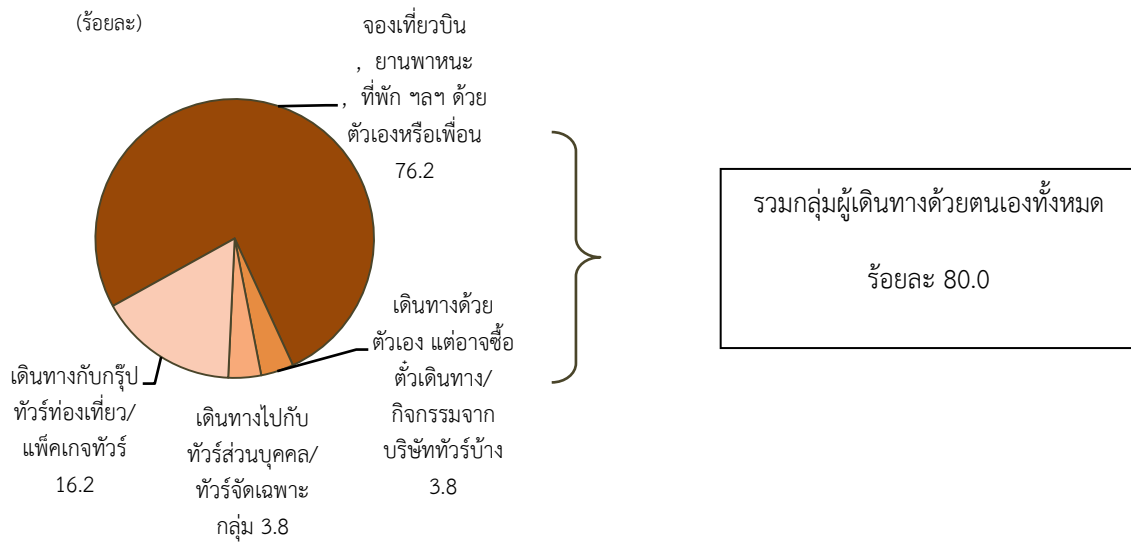
แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวกัมพูชา



จากเรื่องช่องทางของข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแล้ว เมื่อพิจารณา “องค์ประกอบของเนื้อหา” ที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาให้ความสำคัญ พบว่า องค์ประกอบของเนื้อหา 4 รูปแบบหลัก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.9) เรื่องอภัยาศัย และความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 63.5) นอกจากนั้นเป็นเรื่องความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเป้าหมายการเดินทางที่จะไป (ร้อยละ 60.3) และประเด็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิตของผู้คน (ร้อยละ 53.3)

## 2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา



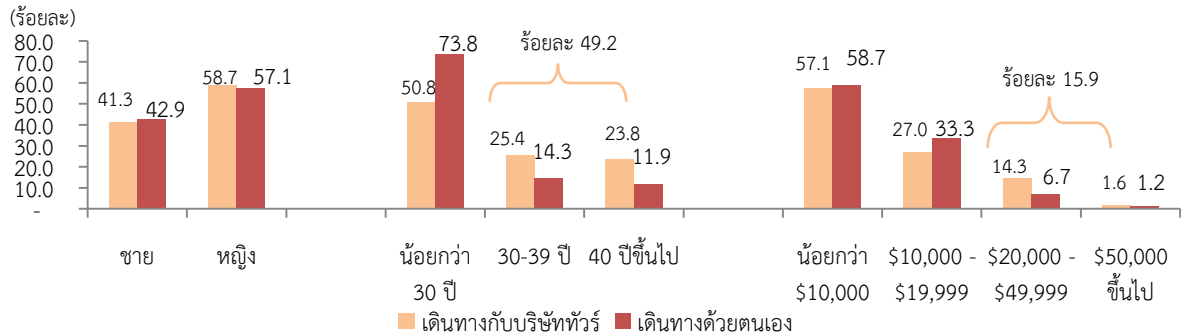
ในภาพรวมกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาส่วนใหญ่เดินทางด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูงกว่าเดินทางในรูปแบบใดๆ (คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวกัมพูชา ที่เดินทางด้วยตนเองรวมร้อยละ 80.0)

อย่างไรก็ตามธุรกิจทัวร์เอเยนต์ของกัมพูชา ก็ยังมีส่วนสำคัญในการจัดการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ เห็นได้จากมีนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาร้อยละ 16.2 ที่เลือกเดินทางกับบริษัททัวร์ และบางส่วนให้บริษัทจัดกรุ๊ปเป็นพิเศษกับคณะของตน หรือบริษัทของตนเป็นการเฉพาะร้อยละ 3.8

(หมายเหตุผู้วิจัย: การที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางด้วยตนเองมีสัดส่วนสูง ส่วนหนึ่งเพราะเป็นการเดินทางไปประเทศที่มีพรมแดนติดกัน โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม และไทย ซึ่งมีแนวโน้มเป็นการเดินทางที่คุ้นเคย อาจทั้งจากเคยเดินทางมาก่อนแล้ว หรืออาจมีญาติหรือเพื่อนคอยอำนวยความสะดวกอยู่แล้ว)

## 2.4.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์

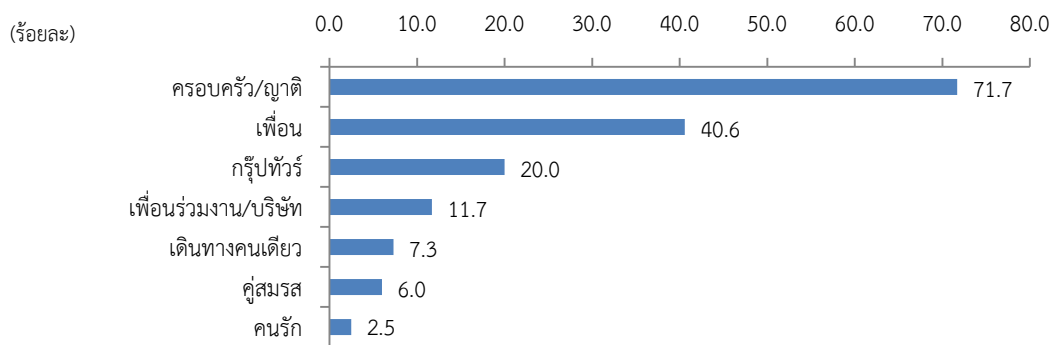


จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่าสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เลือกเดินทางกับบริษัททัวร์ ส่วนใหญ่เป็นคนที่อายุมากกว่า 30 ปี (กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัททัวร์ มีสัดส่วนคนอายุมากกว่า 30 ปี รวมกันร้อยละ 49.2 ขณะที่กลุ่มที่เลือกเดินทางเอง มีสัดส่วนกลุ่มอายุนี้ เพียงร้อยละ 26.2) ในขณะที่กลุ่มชาว กัมพูชาที่อยู่ในช่วงวัยทำงานช่วงต้นๆ (อายุน้อยกว่า 30 ปี) เลือกเดินทางด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูง (ในกลุ่มที่ เดินทางด้วยตัวเอง ร้อยละ 73.8 อายุต่ำกว่า 30 ปี)

เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มคนที่เดินทางกับบริษัททัวร์ มีแนวโน้มมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย สูงกว่า นักท่องเที่ยวชาว กัมพูชาที่เดินทางด้วยตนเอง (เห็นได้จากในกลุ่มที่เดินทางกับทัวร์ มีสัดส่วนกลุ่มที่มีรายได้ ครัวเรือนตั้งแต่ \$20,000 ต่อปีขึ้นไป ร้อยละ 15.9 ขณะที่กลุ่มที่เดินทางด้วยตัวเอง มีสัดส่วนกลุ่มลักษณะ เดียวกัน เพียงร้อยละ 7.9)

## 2.4.2 ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (มีผู้ร่วมทางได้หลากหลายประเภท)

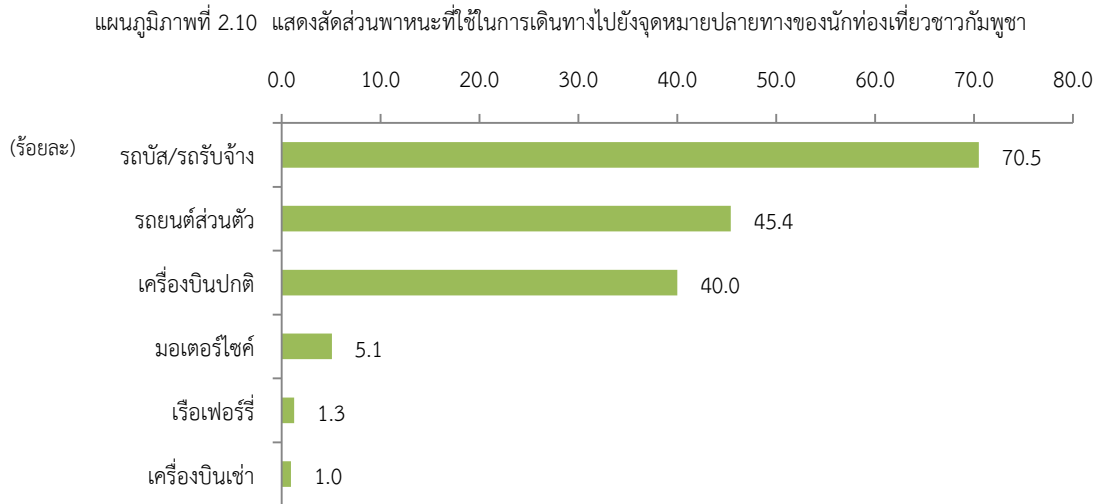


สำหรับประสบการณ์กับผู้ร่วมการเดินทาง พบว่า ประเภทผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาว กัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นครอบครัว ญาติ หรือเพื่อน โดยเป็นการเดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 71.7 เดินทางกับเพื่อนๆ ร้อยละ 40.6 (นักท่องเที่ยวเดินทางหลายครั้ง แต่ครั้งอาจเลือกเพื่อนร่วมทางที่แตกต่าง)

จากข้อมูลพบว่า มีชาว กัมพูชาในสัดส่วนไม่น้อยถึงร้อยละ 20.0 ที่ (เคย) เลือกเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ และ ร้อยละ 11.7 ที่เคยเดินทางร่วมกับเพื่อนร่วมงานที่บริษัท ขณะที่ มีเพียงร้อยละ 7.3 เคยเดินทางท่องเที่ยวเพียง คนเดียว (หมายเหตุผู้วิจัย: เป็นสัดส่วนที่ไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน)



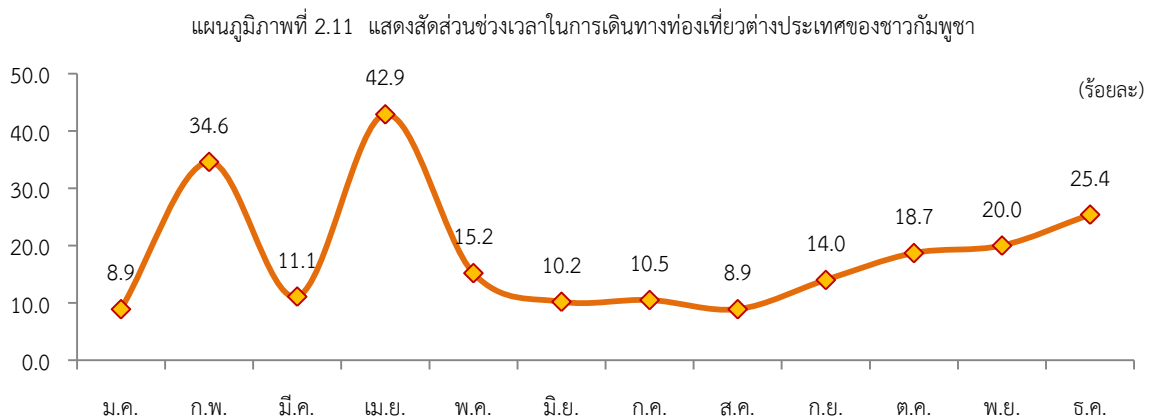
## 2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



ในภาพรวมกล่าวได้ว่าเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ เป็นประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกัน ดังนั้นจึงเป็นชาติที่มีการใช้ช่องทางสัญจรทางบกด้วยอัตราที่สูง จำแนกเป็นการเดินทางโดยรถบัส/รถรับจ้าง ในสัดส่วนถึงร้อยละ 70.5 รวมถึงอีกกลุ่มหนึ่งที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ในสัดส่วนร้อยละ 45.4 และมอเตอร์ไซด์ ร้อยละ 5.1

ในขณะที่การเดินทางโดยเครื่องบินมีจำนวนเกือบครึ่งหนึ่ง โดยจำแนกเป็นเที่ยวบินทั่วไป ในสัดส่วนร้อยละ 40.0 และเครื่องบินแบบเช่าเหมาลำซึ่งส่วนหนึ่งเป็นการเดินทางกับบริษัททัวร์ ร้อยละ 1.0

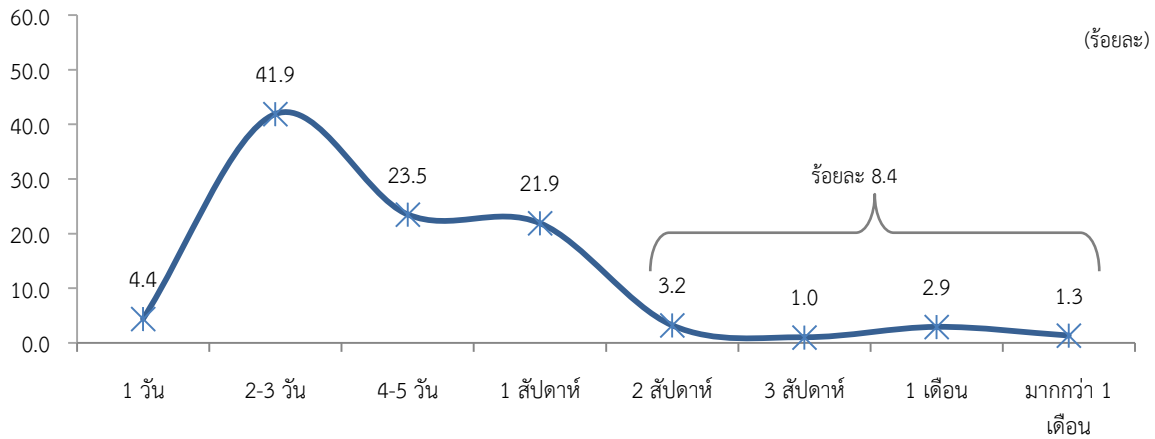
## 2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพำนัก



สำหรับชาวกัมพูชาแล้วกล่าวได้ว่า ช่วงที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยความถี่สูง คือ ช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายน (ร้อยละ 42.9) และช่วงตรุษจีนในเดือนกุมภาพันธ์ (ร้อยละ 34.6) ในช่วงฤดูฝนการเดินทางต่างประเทศลดลง แต่จะค่อยปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงใกล้ปลายปี จนกลับมาสูงอีกครั้ง (ร้อยละ 25.4) ในช่วงเทศกาลปีใหม่เดือนธันวาคม

## 2.6.1 ระยะเวลาวันพำนัก

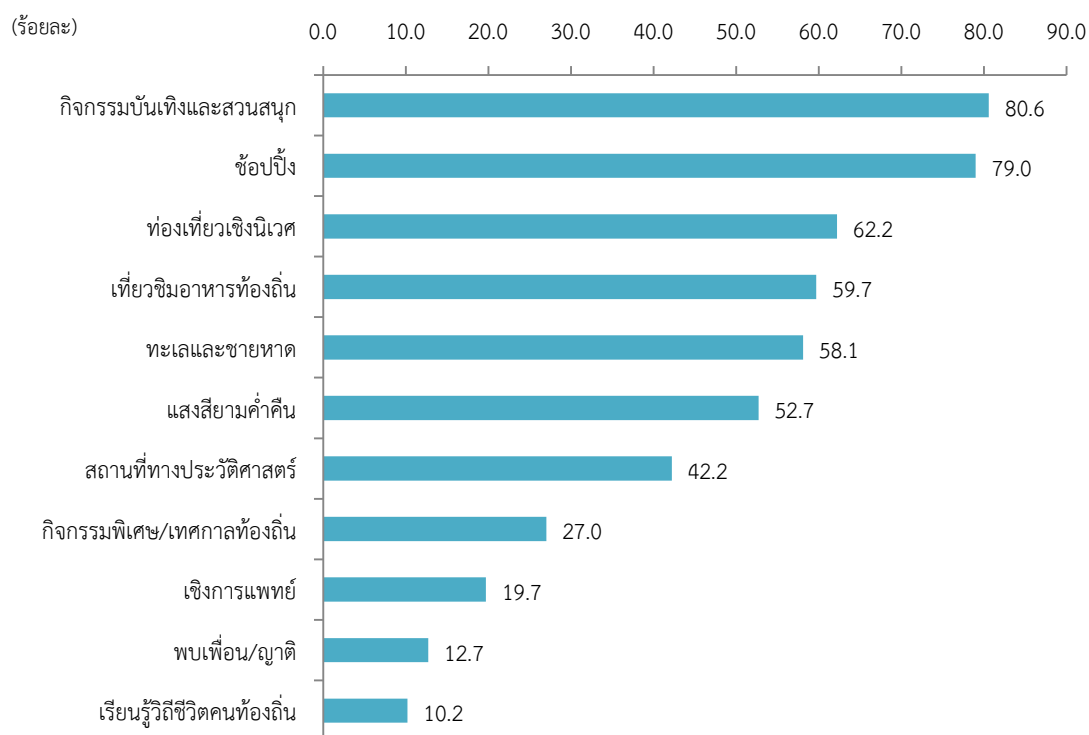
แผนภูมิภาพที่ 2.12 แสดงสัดส่วนระยะเวลาพำนักในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้งของชาวกัมพูชา



นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้งประมาณ 2-3 วัน ร้อยละ 41.9 ขณะที่บางกลุ่มจะเลือกพักนาน 4-5 วัน ร้อยละ 23.5 และพักค้างนานประมาณ 1 สัปดาห์ ร้อยละ 21.9 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางพักนานกว่าสัปดาห์ในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก (รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 8.4) ขณะที่เพียงร้อยละ 4.4 ที่เลือกพักค้างเพียงคืนเดียว

## 2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม

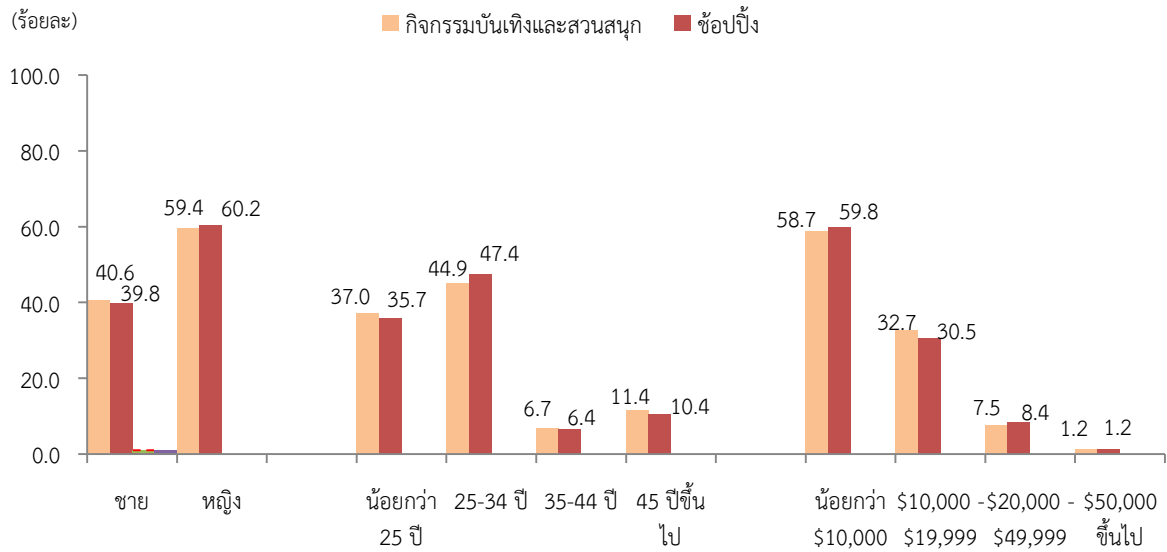
แผนภูมิภาพที่ 2.13 แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา



กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก ร้อยละ 80.6 และกิจกรรมช้อปปิ้ง ร้อยละ 79.0 ขณะที่กิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (เที่ยวงาน ทางธรรมชาติ เดินป่า ชื่นชมความงดงามของน้ำตก เกาะแก่งต่างๆ ) ก็ได้รับความนิยมไม่น้อย ในสัดส่วนร้อยละ 62.2 รวมถึงกิจกรรมการ เที่ยวงานอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 59.7 และกิจกรรมชายหาดเล่นน้ำ และชื่นชมทะเล ร้อยละ 58.1

## 2.7.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่นิยมทำกิจกรรม  
 ช้อปปี้งและกิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก



หากพิจารณากิจกรรมยอดนิยมสองกิจกรรมแรก เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาทุกเพศ ทุกวัย  
 ชื่นชมกิจกรรมความบันเทิงควบคู่ไปกับการช้อปปี้ง เกือบทั้งหมด เห็นได้จากมีกลุ่มเป้าหมายในสัดส่วน  
 ใกล้เคียงกันที่ เลือกทำกิจกรรมทั้งสองระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

## 2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวกัมพูชา

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)			
	ที่พัก (บาท)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	การซื้อป้ิ่ง (บาท)	ความบันเทิงและ กิจกรรมในการ ท่องเที่ยวอื่นๆ (บาท)
<b>รวมทั้งทริปเฉลี่ยประมาณ 18,320.6 บาทต่อทริป</b>				
<b>ภาพรวม</b>	3,550.5	4,255.9	7,043.6	3,470.7
<b>เพศ</b>				
ชาย	3,253.6	3,828.5	5,470.5	3,771.2
หญิง	3,778.0	4,571.0	8,212.4	3,241.2
<b>กลุ่มอายุ</b>				
ต่ำกว่า 25 ปี	3,215.8	3,559.9	6,125.3	3,643.2
25 – 34 ปี	3,310.4	4,335.5	7,628.7	3,223.3
35 – 44 ปี	5,725.7	5,836.1	8,666.5	4,269.6
45 – 54 ปี	5,546.9	5,831.9	7,595.0	4,039.7
55 – 64 ปี	3,544.3	4,281.9	6,151.6	2,924.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1,240.0	7,750.0	2,945.0	1,395.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>				
น้อยกว่า \$10,000	3,081.2	3,921.8	5,881.5	3,353.3
\$10,000 - \$19,999	4,011.9	4,826.9	7,805.8	3,577.5
\$20,000 - \$49,999	4,899.3	4,067.2	11,887.3	3,744.8
\$50,000 ขึ้นไป	5,735.0	6,587.5	9,377.5	4,378.8

นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาใช้จ่ายเงินในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย (ทั้งทริป) หมายรวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางและอื่นๆ ประมาณ 18,320.6 บาท น้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนชาติอื่นๆ จำแนกเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ประมาณ 3,550.5 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 4,255.9 บาท กิจกรรมซื้อป้ิ่ง 7,043.6 บาท กิจกรรมบันเทิง สันทนาการและสวนสนุกต่างๆ 3,470.7 บาท

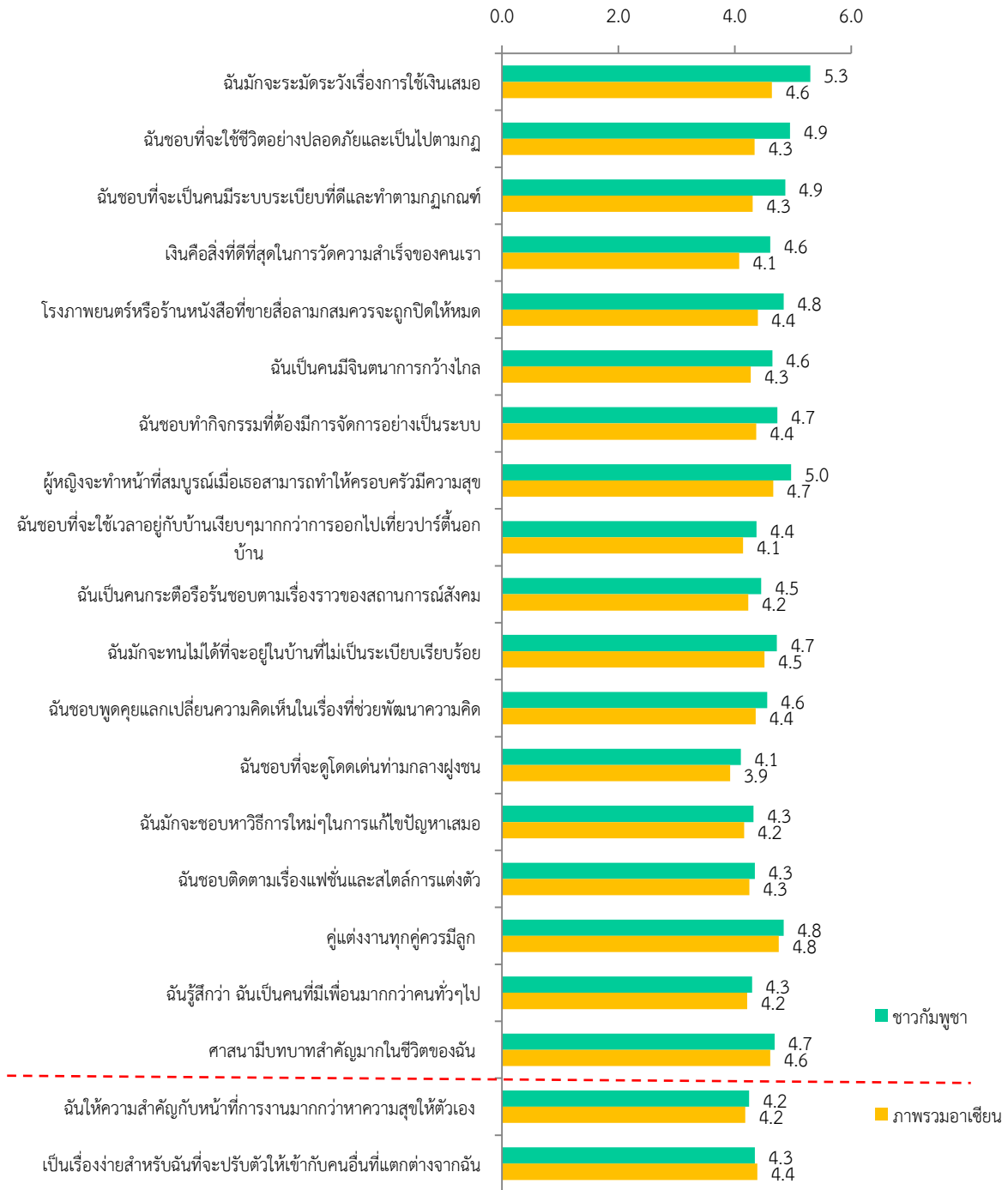
เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบอัตราการใช้จ่ายแล้ว ยังพบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยว หญิงชาวกัมพูชา นอกจากนิยม ทำกิจกรรมซื้อป้ิ่งในสัดส่วน ที่สูง กว่าเพศ ชายแล้ว ยังใช้จ่ายเงินซื้อป้ิ่งด้วยมูลค่าที่สูงกว่า นักท่องเที่ยวเพศชายค่อนข้างมาก (เพศหญิงใช้เงินในการซื้อป้ิ่งเฉลี่ย 8,212.4 บาท และเพศชายใช้จ่ายเพียง 5,470.5 บาท)

นอกจากนั้นสำหรับค่าใช้จ่ายด้านสถานที่พัก พบสาระที่น่าสนใจว่ามูลค่าการใช้จ่ายในหมวดนี้ มีแนวโน้มสัมพันธ์กับกลุ่มอายุ และรายได้เฉลี่ยครัวเรือน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา วัยทำงาน ที่มีอายุมากขึ้น (35-54 ปี) หรือมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนสูงขึ้น มีแนวโน้มใช้จ่ายค่าที่พักระหว่างการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

## 2.9 ทักษะคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน

แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา

(ค่าเฉลี่ย)



กล่าวได้ว่า ชาวกัมพูชาเป็นชาติที่มีความคิดซับซ้อน (หรือไร้รูปแบบ) เมื่อเปรียบเทียบกับชาติอื่นๆ (เห็นได้ว่าคุณค่าเฉลี่ยในแต่ละความเห็นมีความแตกต่างในหลายมิติ) ทั้งบางส่วนของแนวคิดอนุรักษนิยม บางส่วนของการแสวงหาการเปลี่ยนแปลง และบางส่วนของแบบหัวก้าวหน้าผสมปนเปออย่างหลากหลาย

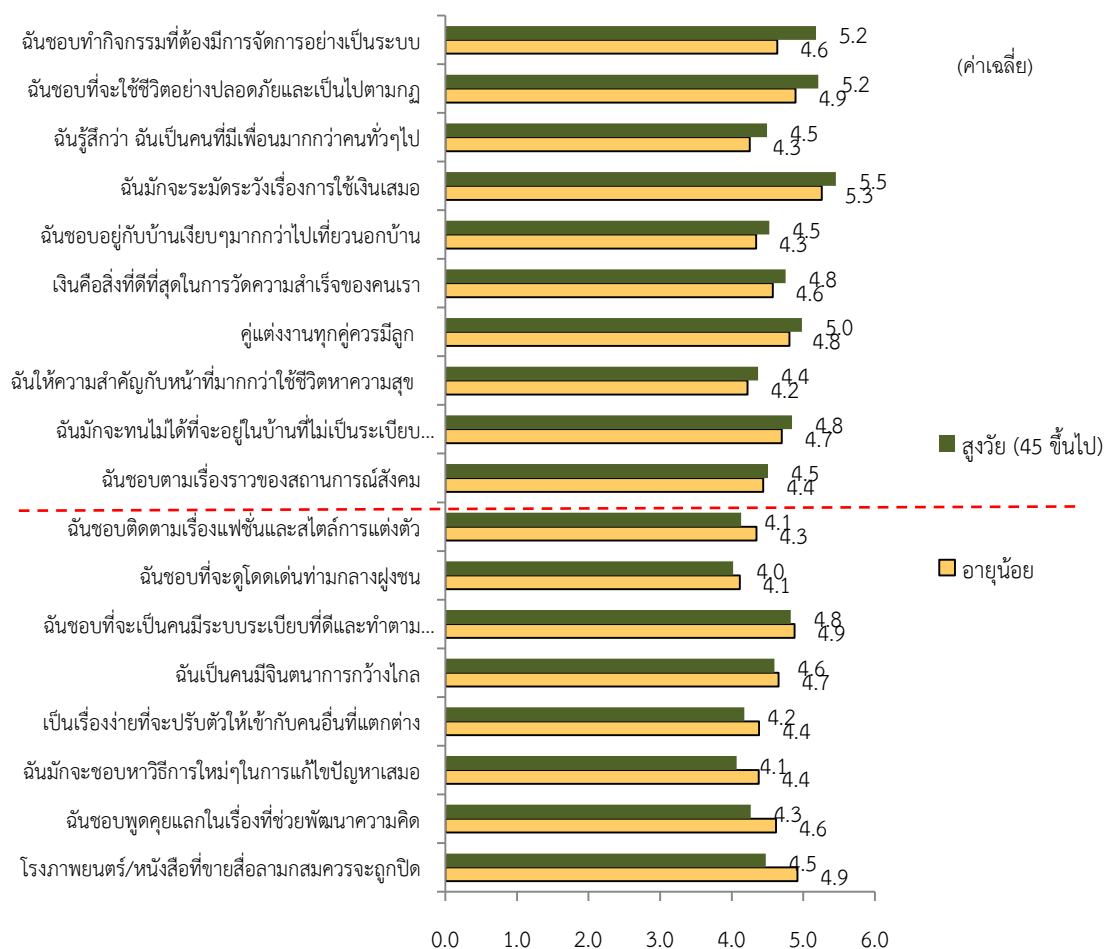


แต่อย่างไรก็ตาม สามารถทำให้เห็นภาพได้ว่า เนื่องจากพัฒนาการทางสังคมมีลักษณะกึ่งเผด็จการ ในภาวะสงครามอันยาวนาน ทำให้กฎเกณฑ์ปฏิบัติต่างๆ ถูกให้ความสำคัญสูง (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วย 4.9 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ยังมีอุปนิสัยสมณะ ยึดมั่นปฏิบัติกิจกรรมตามกฎเกณฑ์เดิมๆ และกระหายก้าวสู่ความสำเร็จของชีวิตด้วยการแสวงหาเงินทองเพื่อสร้างฐานะอย่างมุ่งมั่น

ชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ชอบน้อมถ่อมตน (หมายเหตุผู้วิจัย: ผลการศึกษาเชิงลึกจากการสนทนากลุ่ม พบว่า ชาวกัมพูชาส่วนหนึ่งมีความรู้สึกปวดร้าว จากสภาพความต่ำต้อยของสังคม เมื่อนำตนเองไปเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านต่างๆ มีแนวโน้มน้อยใจชาติวาสนาที่พบแต่ภาวะการต่อสู้เพื่อแย่งชิงอำนาจของชนชั้นผู้นำ) เห็นได้จากไม่นิยมเปิดเผยตน นิยมอยู่เงียบๆ หรือสนุกสนานเฉพาะในกลุ่มเพื่อน (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วย 4.4)

## 2.9.1 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ กับกลุ่มคนสูงอายุ

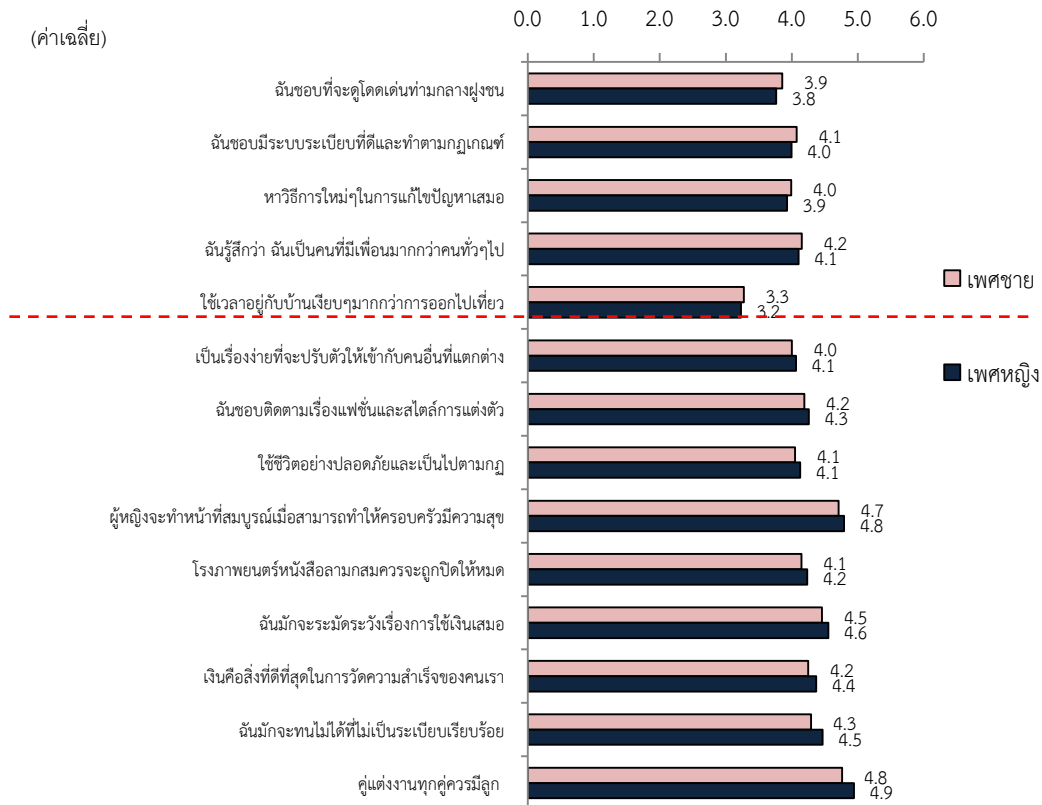
แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ



ขณะที่คนสูงวัยแสดงความเห็นแบบอนุรักษ์มากกว่า ยึดมั่นในรูปแบบสังคมที่ปฏิบัติกันมา และระมัดระวังการใช้ชีวิต และการใช้จ่าย (เห็นได้จากความเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ใช้ชีวิตตามกฎ ระมัดระวังการใช้จ่าย ทัศนคติต่อความสำเร็จกับเงิน และความสัมพันธ์ของครอบครัวกับบุตร มีค่าเท่ากับ 5.2 , 5.5, 4.5 และ 5.0 ตามลำดับ สูงกว่า กลุ่มอื่น) สำหรับกลุ่มคนอายุน้อยกว่ากลับมีแนวโน้มแสวงหาความแตกต่างผ่านการจินตนาการ เพื่อแสวงหาทางออกรูปแบบใหม่ๆ แต่ก็ยังคงผูกโยงกับความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มนำของสังคม (เห็นได้จากความเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การใช้จินตนาการ การแก้ไขปัญหา เพื่อให้ดูโดดเด่นและถูกยอมรับ และเฝ้าสังเกตการเปลี่ยนแปลงของสังคม มีค่าเท่ากับ 4.7 , 4.4, 4.1 และ 4.3 ตามลำดับ สูงกว่ากลุ่มอื่น)

## 2.9.2 ความแตกต่างระหว่างเพศ

แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ

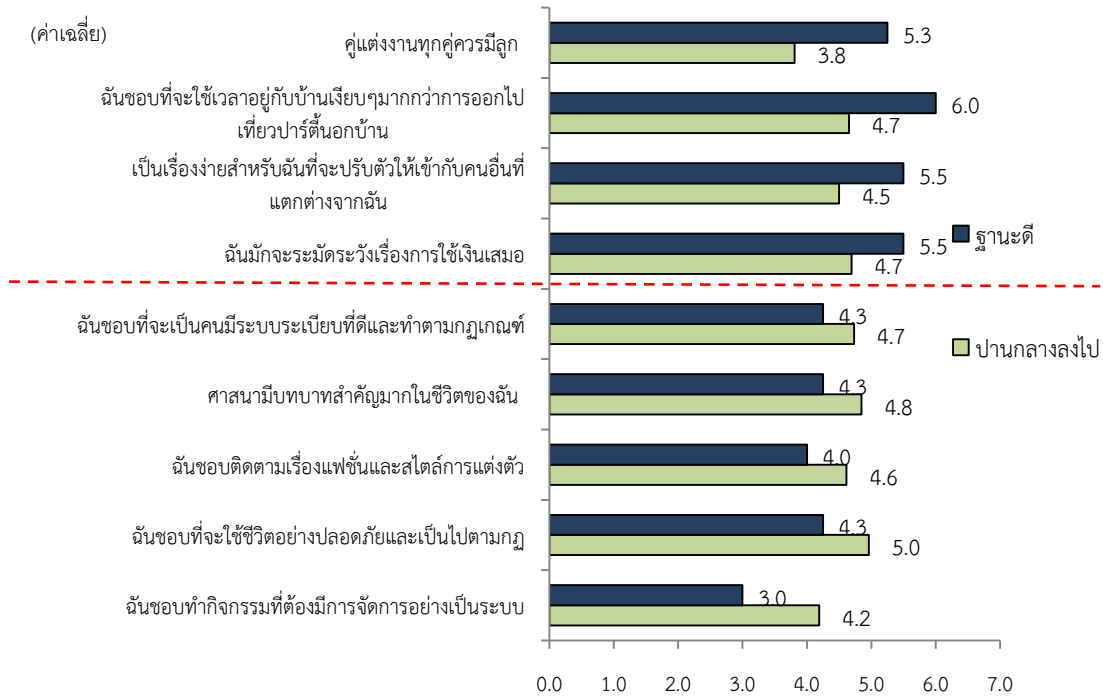


ขณะที่หญิงชาวกัมพูชา มีแนวโน้มความเป็นอนุรักษ์นิยม ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมปฏิบัติแบบเดิมๆ รวมถึงมีความระมัดระวังการใช้จ่ายมากกว่า (เห็นได้จากความเห็นต่อความสมบูรณ์ของ ครอบครัวด้วยการมีบุตร หรือหน้าที่ภายในบ้านของเพศหญิง ถูกเห็นด้วยจากเพศหญิงเท่ากับ 4.9 และ 4.8) เพศชายกลับแสดงพลังเพื่อความเป็นผู้นำ ในการใช้ความคิด ค้นวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้ก้าวสู่ความสำเร็จ หรือเป็นจุดเด่นเหนือกว่าคนอื่น (เห็นได้จากความเห็นในประเด็นที่เกี่ยวกับ การหาแนวทางใหม่ๆ ต้องการโดดเด่น และเปิดตัวมีเพื่อน มีค่าเท่ากับ 4.0, 3.9 และ 4.2 สูงกว่ากลุ่มอื่น)

(หมายเหตุผู้วิจัย: อย่างไรก็ตามกล่าวในภาพรวมได้ว่าสังคมกัมพูชา ส่วนใหญ่ยังคงมีลักษณะอุปนิสัยในลักษณะที่ถูกถ่ายทอดมาแบบเดิมๆ อิทธิพลของแนวสังคมสมัยใหม่ยังรุกเข้าไปไม่ถึงมากนัก ความแตกต่างที่มีระหว่างเพศจึงเป็นเพียงประเด็นความเชื่อต่อหน้าที่ที่แตกต่างของเพศชาย และหญิง)

### 2.9.3 ความแตกต่างของชนชั้น พิจารณาจากรายได้ครัวเรือน

แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวกัมพูชา จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น



จากแผนภูมิภาพด้านบน จะเห็นแนวโน้มได้ว่าขณะที่ชนชั้นร่ำรวยระมัดระวังการใช้ทรัพยากร และทรัพย์สิน รวมถึงเปิดใจพร้อมปรับตัวเข้าหาสังคมอื่นๆ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของกลุ่มฐานะดี 5.5 ขณะที่กลุ่มฐานะปานกลางลงไปเพียง 4.5) กลุ่มฐานะปานกลางลงไปกลับยังคงเป็นผู้ตามที่ดีในสังคม トラบไต่ที่ชีวิตยังมีความหวัง และมีโอกาสเปลี่ยนแปลง

## บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ

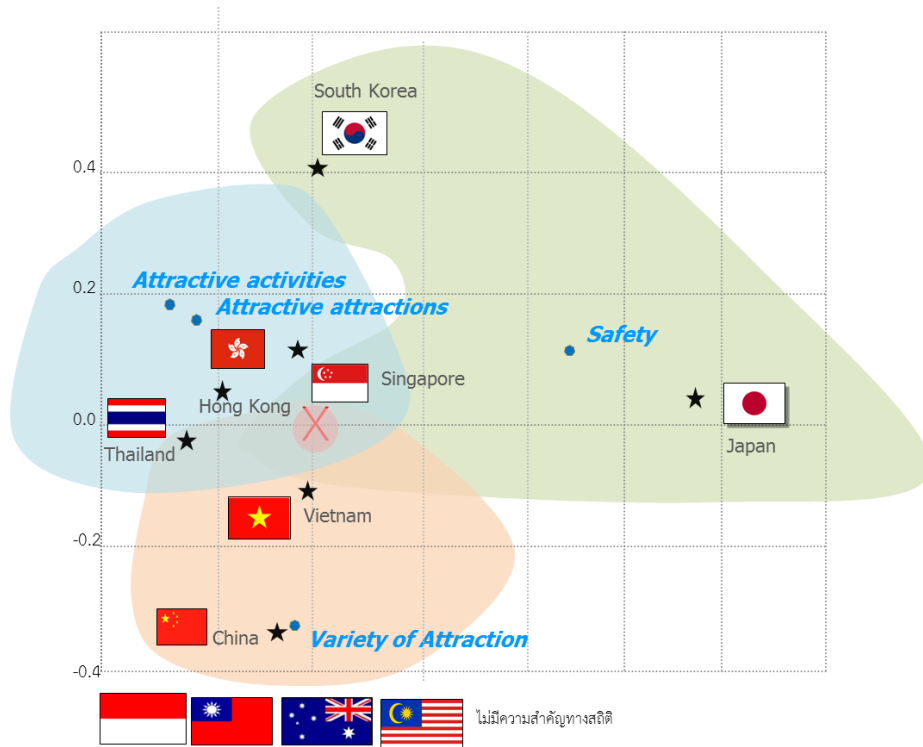
### 3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

การศึกษาได้มุ่งเน้นเปรียบเทียบมุมมอง “ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว” ของประเทศที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในเอเชีย และโอเชียเนีย อันได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ออสเตรเลีย และไทย ในหลายองค์ประกอบ อย่างไรก็ตามเพื่อลดทอนความซับซ้อนในการแปลผล จึงจัดกลุ่มองค์ประกอบภาพลักษณ์ออกเป็น 4 หมวด ดังนี้

- 1) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม ครอบคลุมประเด็นด้าน “แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย” “แหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจ” “กิจกรรมดึงดูดใจ” และ “ความปลอดภัย”
- 2) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร ได้แก่ “ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น” “สื่อสารเข้าใจง่าย” และ “ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก”
- 3) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับลักษณะของกิจกรรมยอดนิยมประเภทต่างๆ ได้แก่ “แหล่งช้อปปิ้งมากมาย” “อาหารอร่อย คุณภาพดี” “เชี่ยวชาญกิจกรรมแต่งงานและฮันนีมูน” “มีแหล่งดำนํ้าสวยงาม” “แสงสียามค่ำคืน” “กอล์ฟ” และ “ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”
- 4) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ ได้แก่ “เกิดความคุ้มค่า” “เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างประเทศ” และ “เป็นประเทศท่องเที่ยวระดับบูรณาการ”

### 3.1.1 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม

แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม



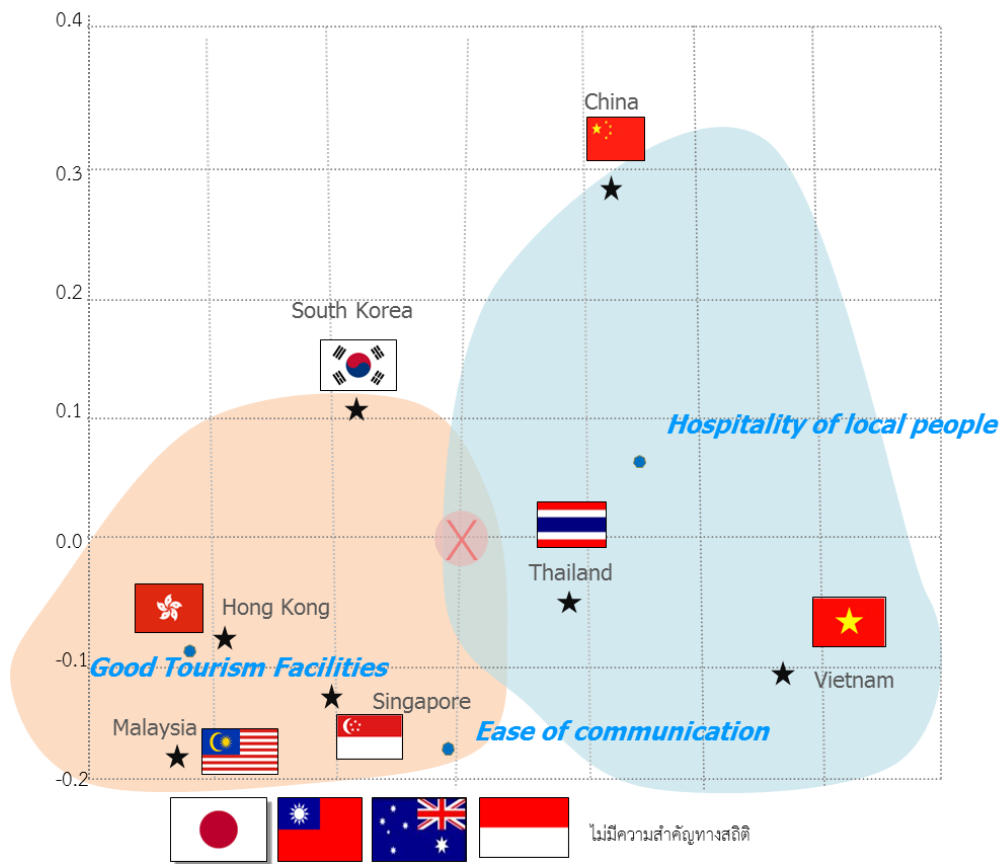
ภาพลักษณ์ด้าน “ความน่าดึงดูดใจ” ของทั้งแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Attractive attractions & Attractive activities) ชาวกัมพูชา ได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ และฮ่องกง ส่วนภาพลักษณ์ด้าน “ความหลากหลาย” ของสถานที่ท่องเที่ยว (Variety of attractions) นอกจากประเทศไทยแล้วยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาส่วนหนึ่ง นึกถึงประเทศเวียดนาม และจีนด้วย

ส่วนภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยนั้น (Safety) ประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้มีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่นๆ ในมิตินี้



### 3.1.2 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร

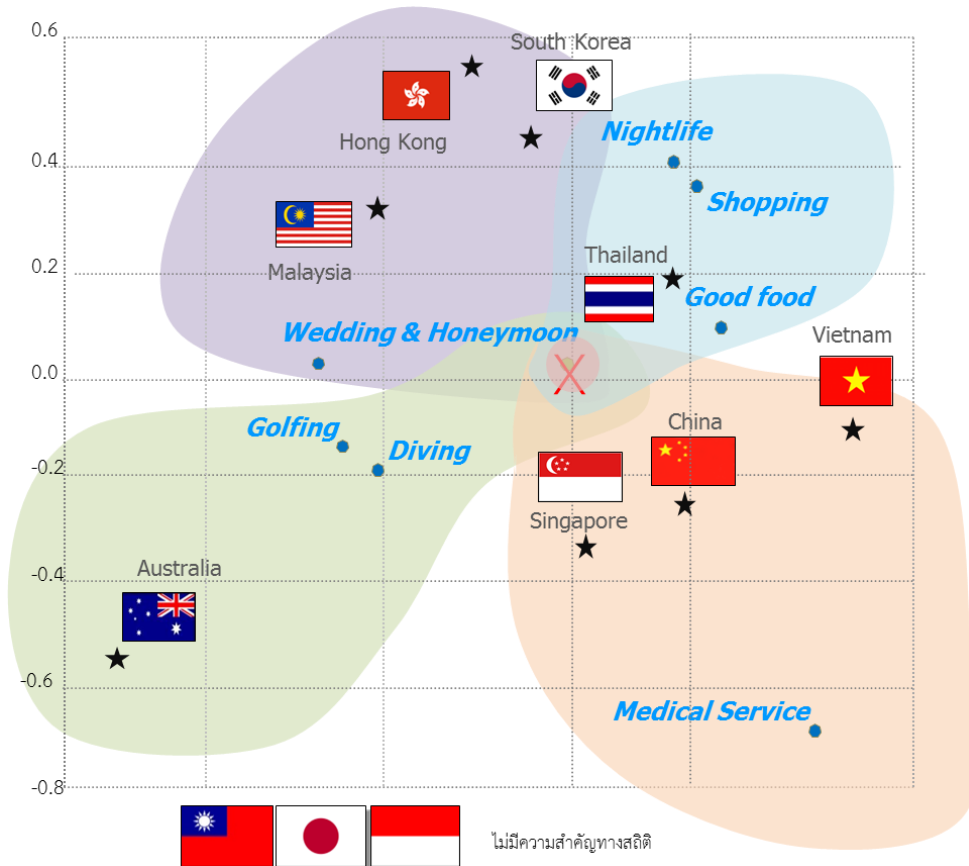
แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร



มุมมองด้านการสื่อสารระหว่างการท่องเที่ยว มีความคล่องตัว เข้าใจได้ง่าย (Ease of communication) รวมถึงความสะดวก และความพร้อมขององค์ประกอบเพื่อสนับสนุนความสะดวกสบาย (Good tourism facilities) ในความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง และเกาหลีใต้ ส่วนประเด็นสำคัญด้านความเป็นมิตรของชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้านนั้น (Hospitality of local) ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ยังคงนึกถึงประเทศไทย เวียดนาม รวมถึงจีน

### 3.1.3 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ

แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ

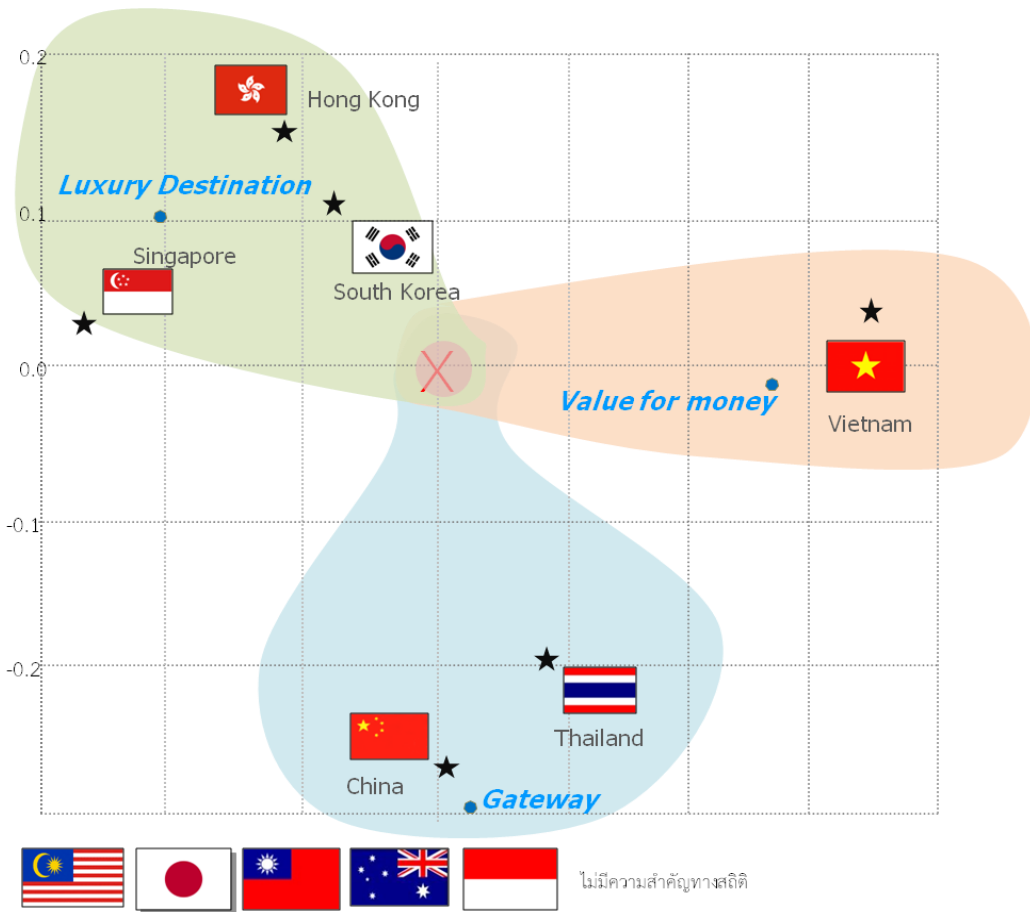


ประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านกิจกรรมแสงสียามค่ำคืน (Nightlife) การช้อปปิ้ง (Shopping) และรสชาติอาหาร (Good food) ขณะที่ประเทศสิงคโปร์ จีน รวมถึงเวียดนาม โดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical services)

ส่วนประเทศเกาหลีใต้ มาเลเซีย รวมถึงฮ่องกง ถูกสร้างการรับรู้ถึงกิจกรรมการแต่งงานอันนิมูน (Wedding & honeymoon) ขณะที่ประเทศออสเตรเลียโดดเด่นด้านกิจกรรมกอล์ฟ (Golf) และการดำน้ำ (Diving)

### 3.1.4 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ

แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ

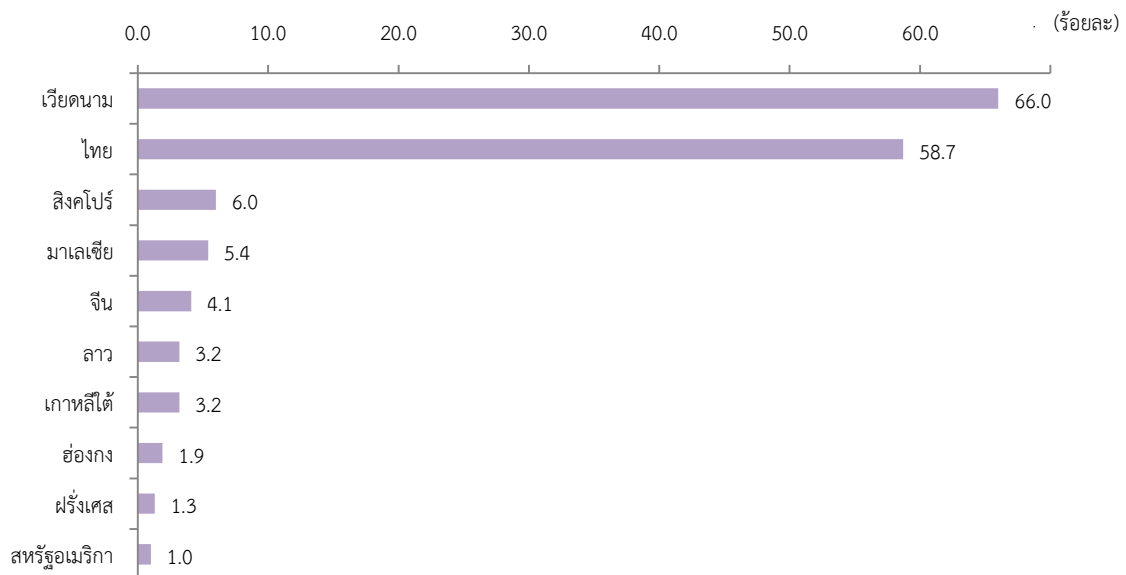


นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาเห็นว่าประเทศที่สามารถใช้เป็นจุดศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยว (Gateway) ในย่านนี้ ได้แก่ ประเทศไทย และจีน ขณะที่ “ความหรูหรา” (Luxury destination) ด้านการท่องเที่ยว นั้น เป็นของประเทศสิงคโปร์ เกาหลีใต้ และฮ่องกง ส่วนประเด็นด้านความคุ้มค่า (value for money) เมื่อเปรียบเทียบด้านค่าใช้จ่ายโดยรวม มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา เห็นว่าเป็นประเทศเวียดนามที่โดดเด่นกว่าประเทศอื่นในประเด็นนี้

### 3.2 ประเทศ และเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

ดังที่กล่าวแล้วว่าชาวกัมพูชาเพียงประมาณร้อยละ 4.0 ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดย 10 ประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชามีโอกาสไปเยือนมา ได้แก่ ประเทศเวียดนาม ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย จีน ลาว เกาหลีใต้ ฮองกง ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ (หมายเหตุ: ไม่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกในการเดินทาง และช่วงเวลาที่เคยมีประสบการณ์นั้น)

แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

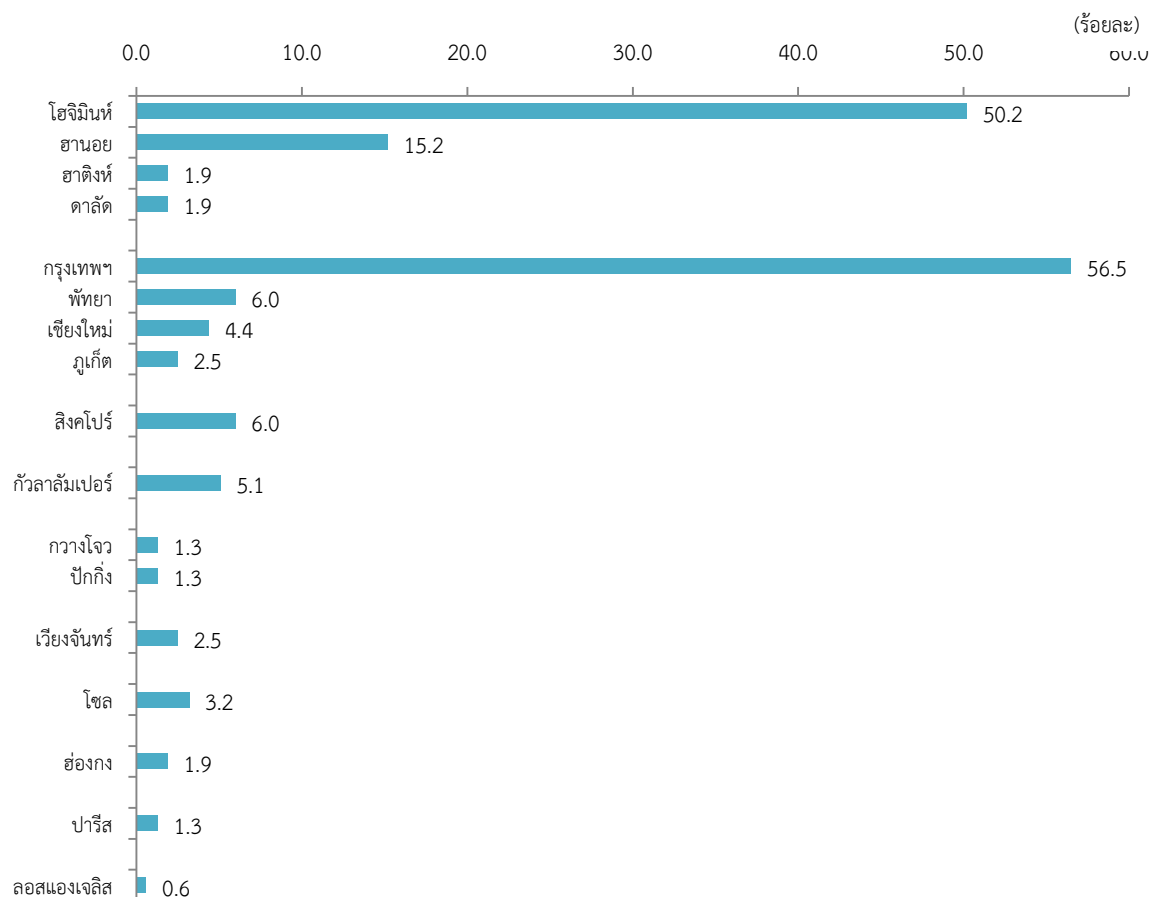


พบว่าประเทศเป้าหมายการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่มีประสบการณ์เดินทาง ในสัดส่วนที่สูง (ไม่เกี่ยวกับความรู้สึกในการเดินทาง) ได้แก่ ประเทศเวียดนาม และไทย โดยหาก พิจารณาเฉพาะชาวกัมพูชาที่ได้เดินทางต่างประเทศ เคยเดินทางไปเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเคยเดินทางมาไทย คิดเป็นร้อยละ 58.7

นอกจากนั้น ยังมีนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาจำนวนไม่น้อย ได้เดินทางไปประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย จีน ลาว เกาหลีใต้ และฮ่องกง ในสัดส่วนร้อยละ 6.0 ร้อยละ 5.4 ร้อยละ 4.1 ร้อยละ 3.2 ร้อยละ 3.2 และร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาบางส่วน แม้มีสัดส่วนไม่สูงมากนัก เลือกเดินทางไปประเทศที่มีระยะทางไกล อย่างเช่น ประเทศฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 1.3 และร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ของเฉพาะคนกัมพูชาที่ได้เดินทางต่างประเทศ)

### 3.2.1 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



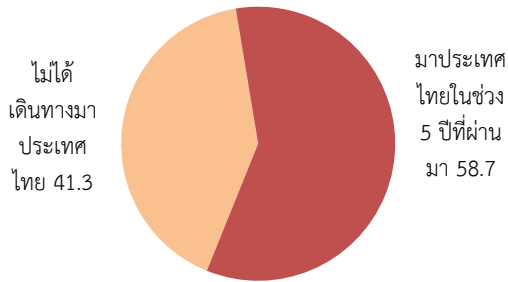
เมื่อพิจารณาเมืองท่องเที่ยวที่ชาวกัมพูชาเดินทางแวะเยี่ยมเยือนในแต่ละประเทศ (ไม่เกี่ยวกับความถี่ในการเดินทาง) จะเห็นได้ว่าเมืองในประเทศเวียดนามที่ได้รับความนิยมจากชาวกัมพูชา ได้แก่ เมืองโฮจิมินห์ ฮานอย ฮาดิงห์ และดาลัด (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 50.2 ร้อยละ 15.2 ร้อยละ 1.9 และร้อยละ 1.9 ตามลำดับ) ขณะที่เมืองในประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 56.5 ร้อยละ 6.0 ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 2.5 ตามลำดับ)

สำหรับเมืองในประเทศอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมจากชาวกัมพูชาที่โดดเด่นได้แก่ สิงคโปร์ ร้อยละ 6.0 กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 5.1 และกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ร้อยละ 3.2 เป็นต้น

### 3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

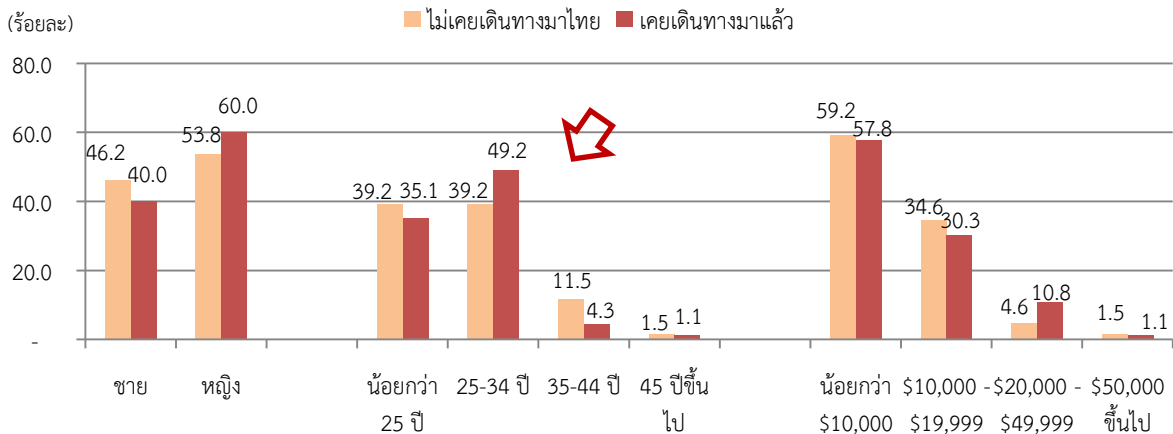
(ร้อยละ)



ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนที่ผ่านมาว่า ชาวกัมพูชาในสัดส่วนร้อยละ 4 (ประมาณ 6 แสนราย) ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาสัดส่วนร้อยละ 58.7 ของกลุ่มที่เคยเดินทางต่างประเทศ ได้เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาอีกเกือบครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 41.3 ที่ได้เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอื่นๆ มาแล้ว แต่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย

#### 3.3.1 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)

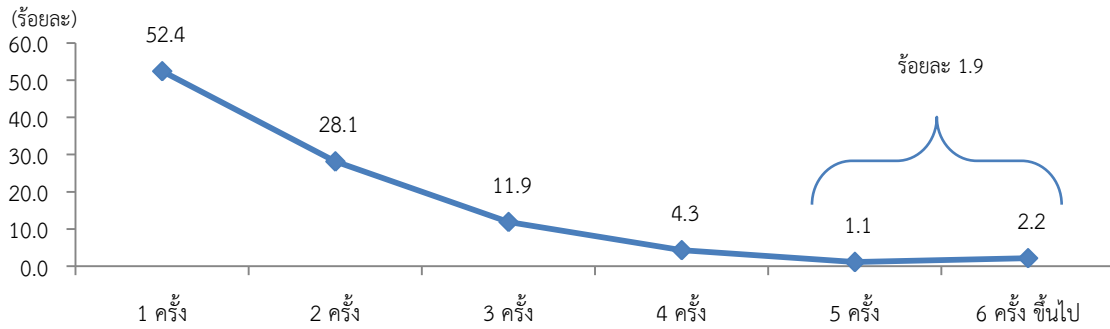


จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ที่เคยเดินทางมาประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้น (สัดส่วนกลุ่มคนที่เคยเดินทางมาไทย ที่มีอายุช่วง 25-34 ปี เท่ากับร้อยละ 49.2) ส่วนกลุ่มชาวกัมพูชาที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยนั้น เป็นกลุ่มคนอายุน้อยกว่า 25 ปีช่วงหนึ่ง กับกลุ่มวัยทำงานช่วงกลางถึงปลาย ที่มีแนวโน้มเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางลงไป เป็นส่วนใหญ่

(หมายเหตุผู้วิจัย: เมื่อพิจารณารายละเอียดเฉพาะ กลุ่มนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนต่อปีไม่สูงมากนัก เพียงน้อยกว่า \$10,000 ต่อปี และมีประสบการณ์เดินทางไปเวียดนามมากกว่ามาประเทศไทย)

### 3.3.2 ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มที่เคยเดินทาง

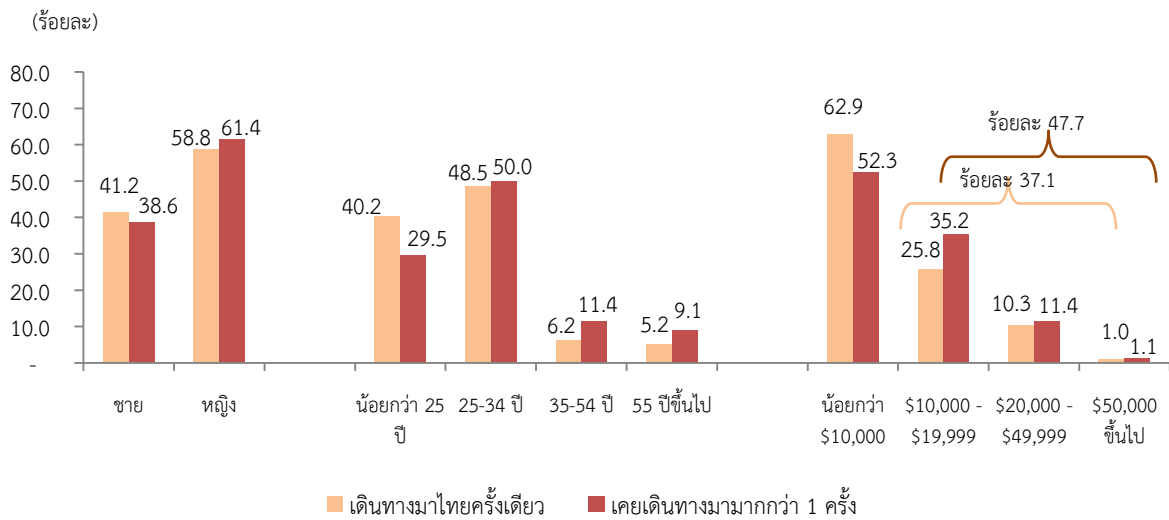
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



เฉพาะในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ได้เดินทางมาประเทศไทยเพียงประมาณครั้งเดียว ร้อยละ 52.4 โดยกลุ่มที่มีการเดินทางซ้ำอีก มีสัดส่วนรวมกันประมาณครึ่งหนึ่ง โดยจำแนกเป็นเคยเดินทาง 2 ครั้ง ร้อยละ 28.1 เดินทาง 3 ครั้ง ร้อยละ 11.9 เดินทาง 4 ครั้ง ร้อยละ 4.3 โดยมีเพียงร้อยละ 3.3 ที่เดินทางมาประเทศไทยตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป

### 3.3.3 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง กับกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว

แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว



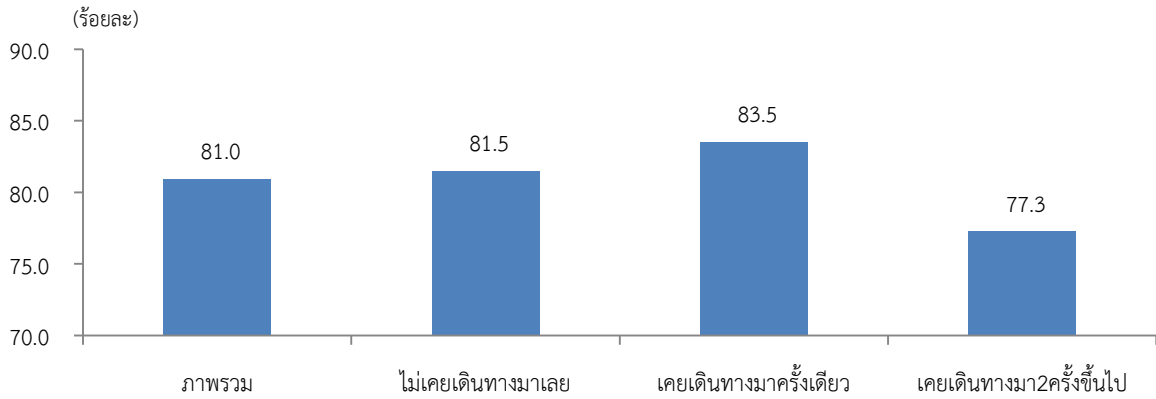
แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ที่เดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง (มีการเยือนซ้ำ) มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ที่อายุมากกว่า 25 ปีขึ้นไป และมักมีระดับเศรษฐกิจฐานะที่ดี มีรายได้ครัวเรือนในระดับที่ดี (กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทย มีสัดส่วนรายได้ครัวเรือนมากกว่า \$10,000 ขึ้นไป รวมกันเท่ากับร้อยละ 47.7 กลุ่มเคยเดินทางเพียงครั้งเดียว มีสัดส่วนใน



ลักษณะเดียวกันเพียงร้อยละ 37.1) ขณะที่กลุ่มที่เคยเดินทางเพียงครั้งเดียว หากไม่เป็นกลุ่มชาวกัมพูชาที่อายุน้อย ก็มักมีเศรษฐกิจฐานะในระดับต่ำ (รายได้ครัวเรือนน้อยกว่า \$10,000 ต่อปี ในสัดส่วนร้อยละ 62.9)

### 3.3.4 แผนการเดินทางเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา



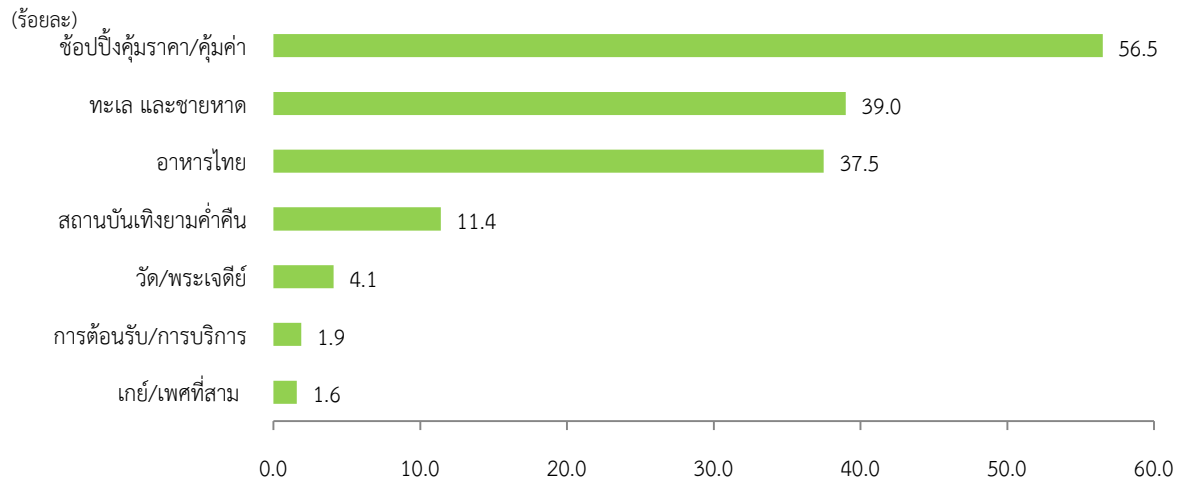
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาแล้ว ส่วนใหญ่ (คิด) อยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 81.0 ที่วางแผนไว้ว่า (อาจจะ) เดินทางมาเยือนไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม หากนำกลุ่มที่มีประสบการณ์ต่างๆ ต่อประเทศไทยมาเปรียบเทียบสัดส่วน (ความต้องการ) เดินทางมาเยือนไทย พบสาระที่น่าสนใจว่า กลุ่มที่ยังไม่เคยเดินทางมาเลย คาดว่า (อยาก) จะเดินทางมาไทย ในสัดส่วน ร้อยละ 81.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาไทยแล้วแต่เพียงครั้งเดียว กลับแสดงความสนใจอยากมาเยือนอีกในสัดส่วนที่สูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 83.5

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มคนที่เดินทางมาประเทศไทย 2 ครั้งขึ้นไป กลับแสดงความต้องการเดินทางกลับมาเยือนประเทศในสัดส่วนน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่เพียงร้อยละ 77.3

### 3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

การศึกษาได้สำรวจวัดมุมมองต่อประเทศไทย โดยการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิดว่า หากกล่าวถึงประเทศไทย สิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดที่นึกถึงเป็นประการแรก

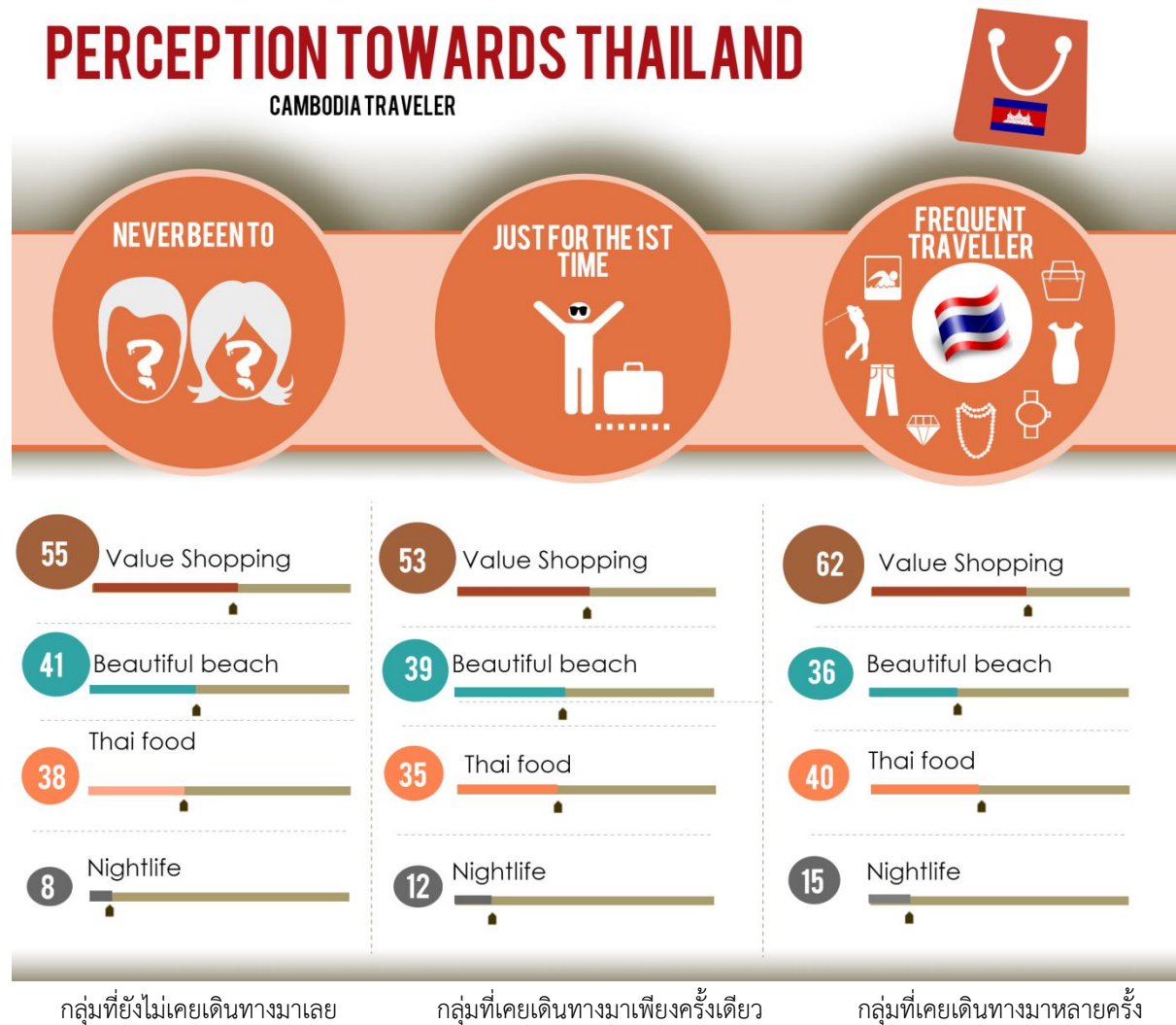
แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา



พบว่า “ภาพจำ” ของประเทศไทยต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ที่โดดเด่นเหนือกว่าภาพอื่นๆ ได้แก่ ภาพการข้อปิ้งที่แสนคัมค่า (ร้อยละ 56.5) ภาพทะเล และชายหาดที่สวยงาม (ร้อยละ 39.0) อาหารไทย (ร้อยละ 37.5) และภาพแสงสีบันเที่ยมค้าคีน (ร้อยละ 11.4)

#### 3.4.1 ภาพจำของประเทศไทย เปรียบเทียบตามประสบการณ์ที่แตกต่าง

เนื่องจากภาพจำของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา เป็นประเด็นที่สำคัญมาก และย่อมส่งผลต่อแผนการตลาด เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาในส่วนถัดไป ดังนั้นเพื่อค้นหา “แรงจูงใจผ่านมิติของภาพจำประเทศ (ซึ่งย่อมส่งผลต่อชุดข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเดินทางในอนาคต) จึงนำกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่มีประสบการณ์ต่อประเทศไทยอย่างแตกต่าง มาเปรียบเทียบภาพจำของประเทศไทยในมุมมองต่างๆ ดังนี้



แผนภูมิภาพด้านบนสื่อได้ถึงภาพจำที่โดดเด่นของชาวกัมพูชาที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ ภาพจำด้านการช้อปปิ้ง ชายหาด อาหารไทย และแสงสียามค่ำคืน

ภาพจำเหล่านี้มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตามประสบการณ์ที่ได้เดินทางมาประเทศไทย โดยในขณะที่ภาพจำด้านหาดทรายชายทะเล และอาหารมีแนวโน้มลดลง หรือไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่มีประสบการณ์เดินทางเที่ยวประเทศไทยมาครั้งขึ้นกลุ่มที่ยังไม่เคยมา ร้อยละ 41 และร้อยละ 38 กลุ่มที่เดินทางมาครั้งเดียวลดลงเหลือ ร้อยละ 39 และร้อยละ 35 ขณะที่กลุ่มที่เดินทางมาหลายครั้งแล้ว เท่ากับร้อยละ 36 และร้อยละ 40 ตามลำดับ แต่ภาพจำด้านการช้อปปิ้ง และโดยเฉพาะภาพจำเกี่ยวกับกิจกรรมแสงสียามค่ำคืน กลับเด่นชัดขึ้นตามจำนวนประสบการณ์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (เห็นได้จากภาพจำในการช้อปปิ้ง แสงคุ้มค่า มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 53-55 ในกลุ่มที่ไม่เคยเดินทางมา หรือเดินทางมาเพียงครั้งแรก แต่ปรับเพิ่มเป็นถึงร้อยละ 62 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางมาประเทศไทยบ่อยครั้งขึ้น)

(หมายเหตุผู้วิจัย: เป็นประเด็นที่น่าสนใจที่คุณลักษณะ “Thainess” และภาพจำเกี่ยวกับ “น้ำใจของเจ้าบ้านคนไทย” มีน้อยมาก หรือสร้างการจดจำได้น้อยมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา แตกต่างจากความคิดเห็นหรือประเด็นเดียวกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนชาติอื่นๆ เป็นอย่างมาก)

## บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)

วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของการศึกษานี้ก็เพื่อค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” (High Potential Traveler) ในพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งในมิติของพื้นฐานด้านกายภาพ และพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยในการพิจารณา “คำจำกัดความ” ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นั้น ผูกอยู่กับ “ศักยภาพในด้านการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว” (Spending power) เป็นสำคัญ

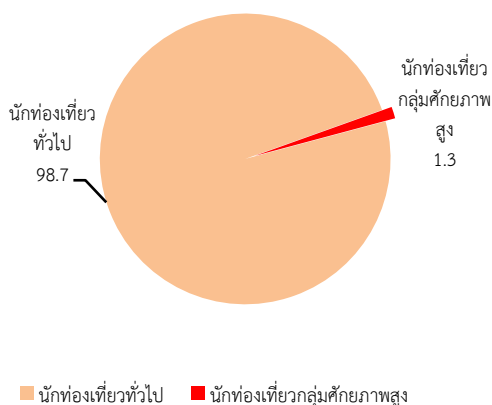
การจัดแบ่งกลุ่มคนในสังคมออกเป็นสัดส่วน (Segmentation) ถูกนำมาใช้เพื่อการจัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดในหลายมิติ หลากอุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีการนำเอาความรู้ด้านการตลาดในลักษณะนี้มาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ข้อมูลเบื้องต้นจากการศึกษาเอกสารระบุว่า การจัดแบ่งกลุ่มคนโดยใช้ “ศักยภาพในการใช้จ่าย” หลักเคียงไม่พ้นที่ต้องพิจารณา “บุคคล” จากระดับเศรษฐกิจฐานะเปรียบเทียบทางสังคม (Social Economic Status) แปลความหมายได้ว่า เส้นแบ่งขีดความจนและความรวยจะมีบทบาทอย่างสำคัญในการกำหนด หรือพิจารณาหาข้อสมมติฐานสำหรับคนกลุ่มนี้

ข้อมูลทีกล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น เพื่อผูกโยงเข้าสู่สมมติฐานเบื้องต้นสำหรับการค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” โดยใช้ “มูลค่าการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว” เป็นแกนกลาง ผสมผสานกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านรสนิยม หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่าการวิเคราะห์ผลการศึกษานี้จะใช้องค์ประกอบทั้งด้าน “ค่าใช้จ่ายด้านที่พักแรม” “ศักยภาพการใช้จ่าย” และ “รสนิยม” ผ่านทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิต(Y&R 4Cs Statements) ไว้อย่างครอบคลุมครบถ้วน ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

### 4.1 ประเภท และสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

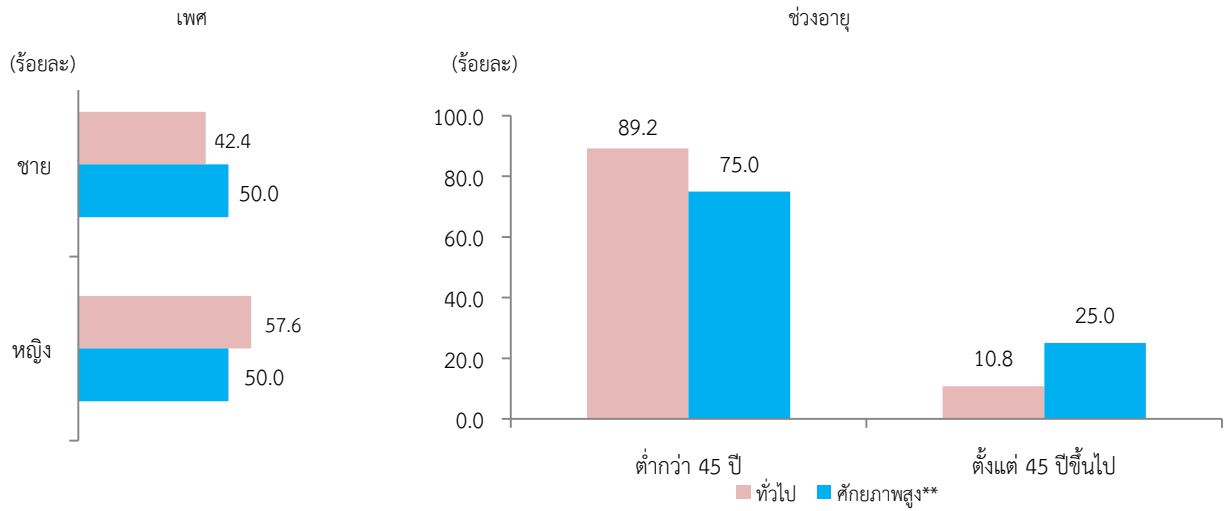
แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา

(ร้อยละ)



ผลการวิเคราะห์สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป มีสัดส่วนร้อยละ 98.7 และที่เหลือร้อยละ 1.3 เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ดังนี้

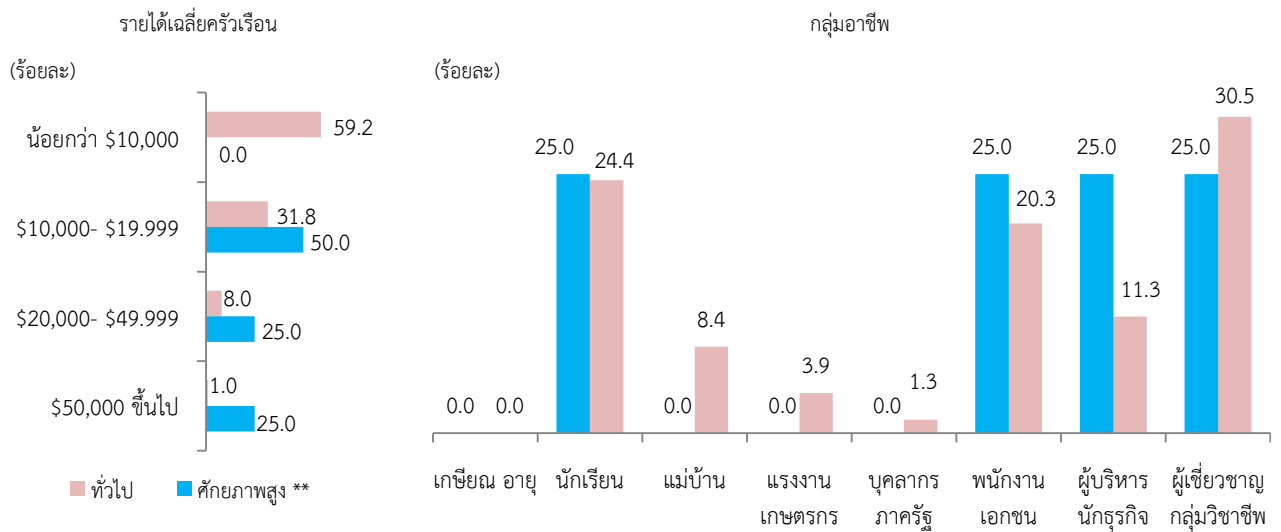
แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา



\*\* caution very small base n=4

เมื่อเปรียบเทียบภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชากับนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา มีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุน้อยกว่า 45 ปี ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปมีแนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอยู่บ้าง

แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา

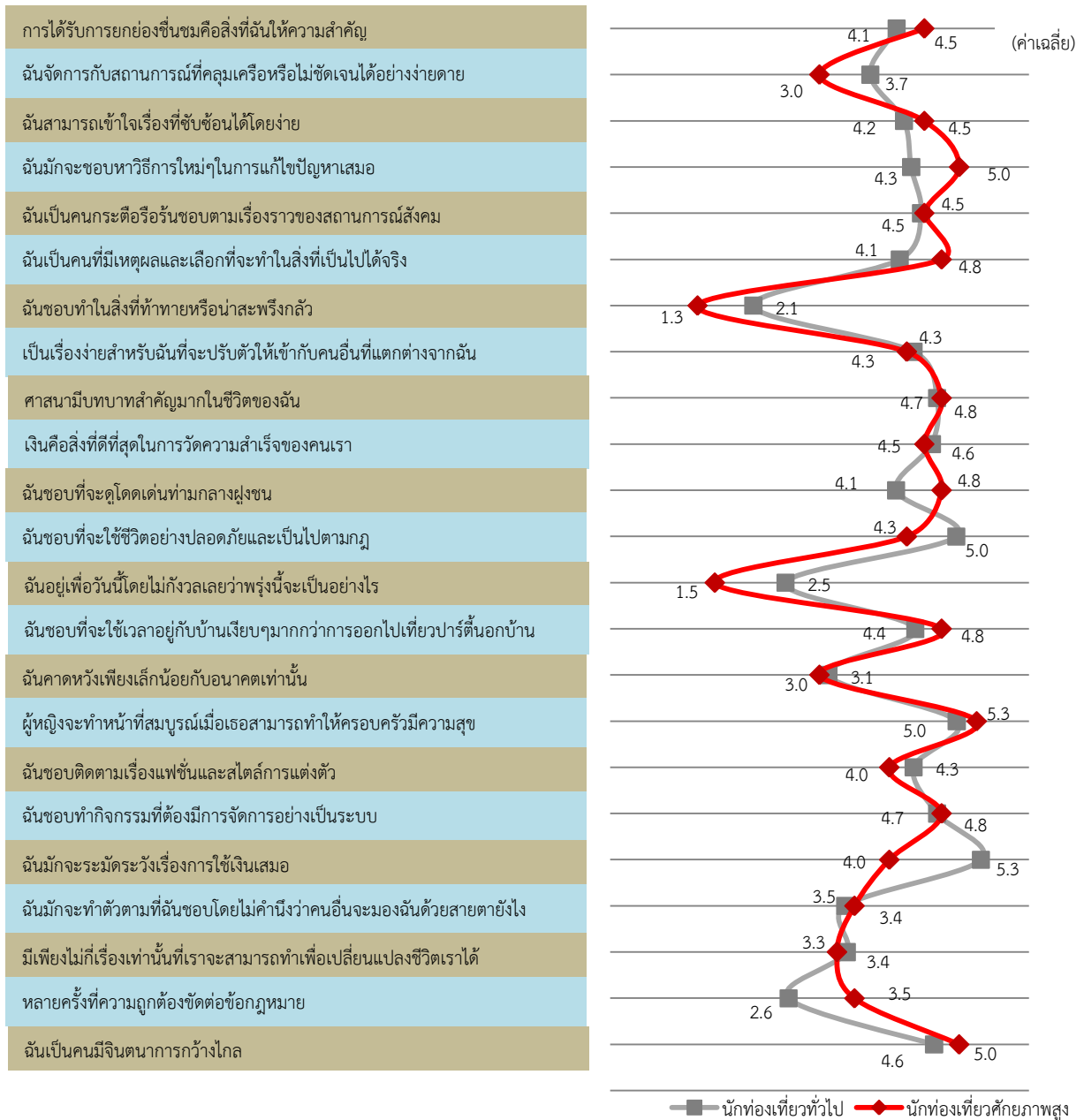


\*\* caution very small base n=4

แม้จำนวนหน่วยตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจะมีไม่มาก แต่ยังสามารถแสดงแนวโน้มได้ว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชากับนักท่องเที่ยวทั่วไป ได้แก่ ระดับเศรษฐกิจฐานะ ซึ่งแผนภูมิภาพด้านบนแสดงให้เห็นว่าระดับรายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปอย่างค่อนข้างชัดเจน

## 4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

แผนภูมิภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา



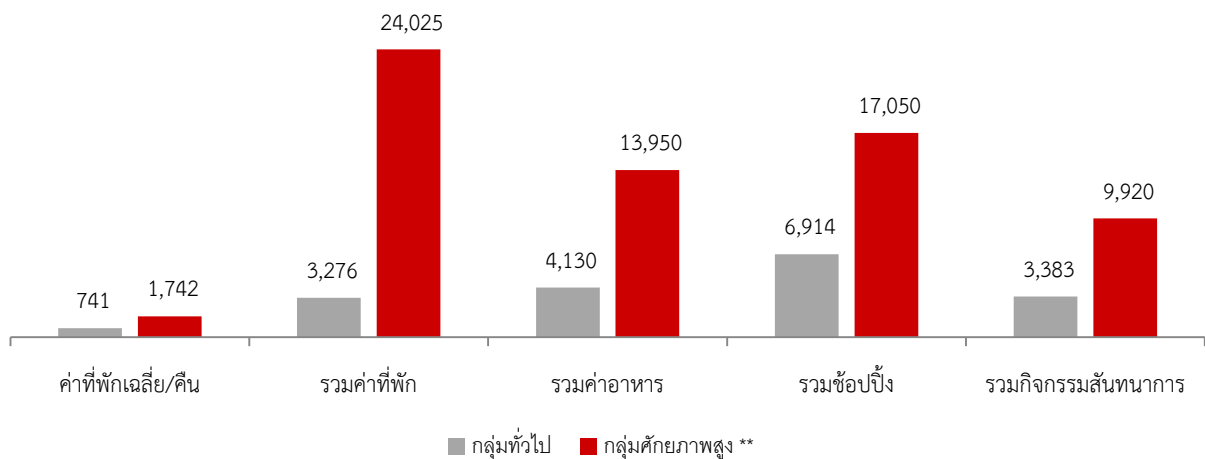
ดังที่กล่าวไปแล้วว่าชาวกัมพูชาส่วนใหญ่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยม และความเป็นสมถะ มัธยัสถ์ ระมัดระวัง เรื่องการใช้จ่าย และนิยมกิจกรรมที่มีกฎเกณฑ์เป็นระเบียบ มากกว่ากิจกรรมที่มีความเสี่ยง

จากแผนภูมิภาพด้านบนสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา มีความแตกต่างจาก นักท่องเที่ยวทั่วไปไม่มากนัก เว้นเฉพาะความต้องการการยกย่องชื่นชม ต้องการดูโดดเด่นแตกต่าง และชอบที่จะ แสวงหาแนวทางใหม่ๆ(ความเห็นต่อประเด็นเหล่านี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5, 4.8 และ 5.0 ตามลำดับ)

### 4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง

กลุ่มศักยภาพสูงใช้จ่ายเงินเพื่อกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ในทุกหมวด และทุกประเด็น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืนนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงเลือกที่พักราคาประมาณ 1,742 บาทต่อคืน ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวกัมพูชา ใช้บริการที่พักราคาเฉลี่ยเพียง 741 บาทต่อคืน

แผนภูมิภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)



\*\* caution very small base n=4

นอกจากนั้น หากพิจารณาค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดทริป พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงมีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปในทุกหมวด ได้แก่ ค่าที่พักรวมตลอดทริป 24,025 บาท ค่าอาหาร 13,950 บาท ช้อปปิ้ง 17,050 บาท กิจกรรม/สันทนาการต่างๆ 9,920 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ใช้จ่ายระหว่างการเดินทางตลอดทริปล่าสุดเพียง 3,276 บาท ค่าอาหารเครื่องดื่ม 4,130 บาท ช้อปปิ้ง 6,914 บาท และกิจกรรม/สันทนาการต่างๆ 3,383 บาท เท่านั้น

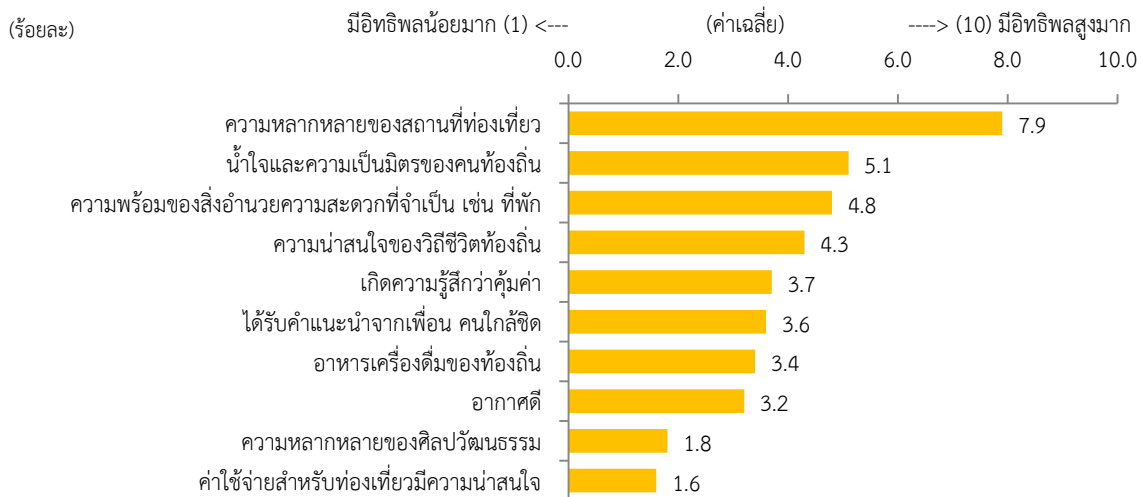
ค่าเฉลี่ยมูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าวจึงช่วยยืนยันศักยภาพในการสร้างมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวกัมพูชาได้เป็นอย่างดี และแสดงถึงความจำเป็นในการทำความเข้าใจ “แรงจูงใจ” ผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเป้าหมายเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชากลุ่มนี้ ในบทถัดไป



## บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว

ในบทนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยสำคัญลำดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาในการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 7.9) น้ำใจและความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 5.1) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ที่พัก ความน่าสนใจของวิถีชีวิตท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.8 และ 4.3) และเกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 3.7) ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวกัมพูชา



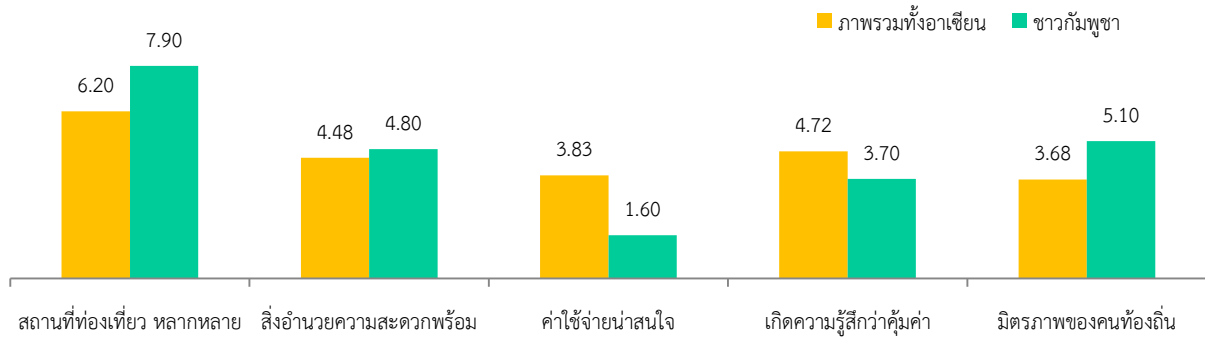
หากวิเคราะห์แผนภูมิภาพด้านบนโดยละเอียด พบว่า อาจสามารถจำแนก “อิทธิพลอย่างสำคัญ” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวกัมพูชาเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. สถานที่ท่องเที่ยว ต้องมีความน่าสนใจ และหลากหลาย
2. อธิปไตยไมตรีของคนท้องถิ่น และความมีน้ำใจ
3. องค์กรประกอบ และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น สะท้อนได้ถึงความปลอดภัย และความสะดวกสบายได้ตามสมควร
4. คนท้องถิ่นมีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีความเป็นเอกลักษณ์



แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชากับภาพรวมทั้งอาเซียน

ค่าเฉลี่ยปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว



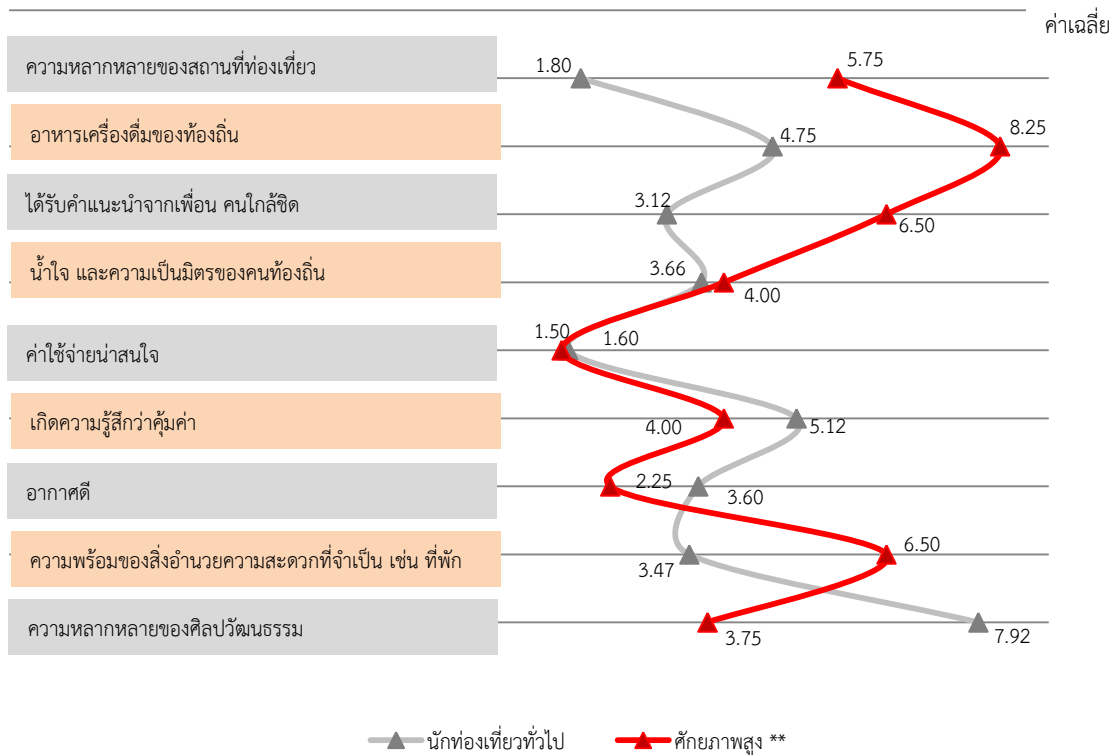
อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาให้ความสำคัญกับ “ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมแพ็คเกจการท่องเที่ยว” ไม่มากเท่าชาติอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 1.60 เปรียบเทียบกับภาพรวมที่สูงถึง 3.83 แต่กลับเน้นความสำคัญของ “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 7.90 เปรียบเทียบกับภาพรวม 6.20 รองลงมา “ความเป็นมิตร และน้ำใจของคนในท้องถิ่น” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 5.10 เปรียบเทียบกับภาพรวม 3.68 และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ตั้งแต่ความสะดวกในการเดินทาง คุณภาพของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.80 เปรียบเทียบกับภาพรวม 4.48

สถานที่ท่องเที่ยว  
หลากหลาย



## 5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

แผนภูมิภาพที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป



\*\* caution very small base n=4

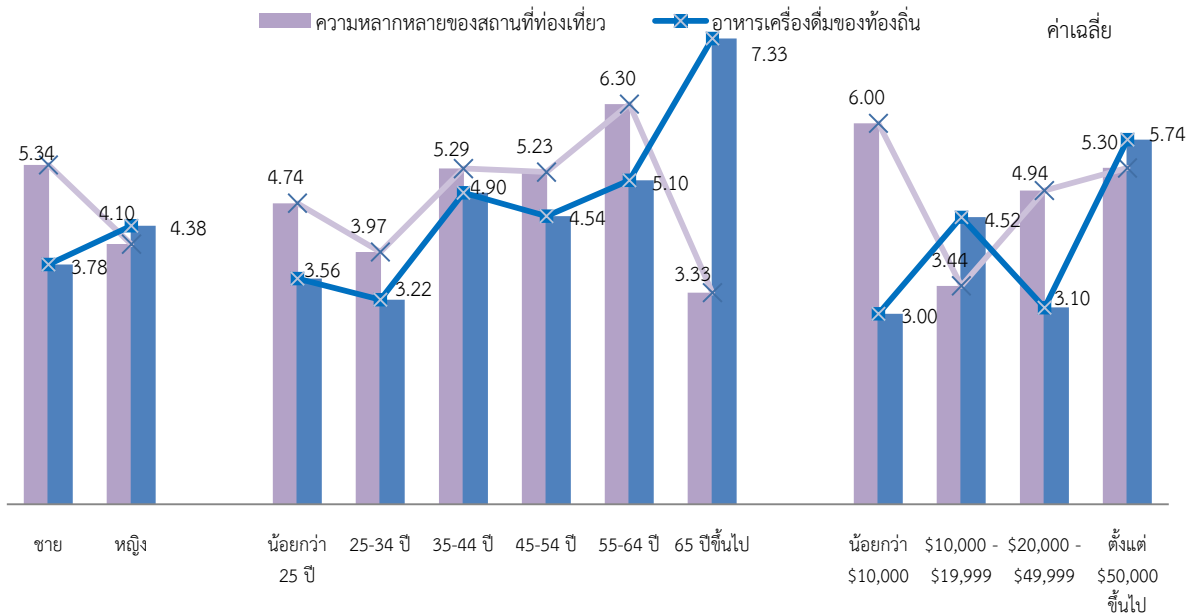
แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศึกษากลุ่มสูง มีความแตกต่างกันในรายละเอียด เห็นได้ว่ากลุ่มศึกษากลุ่มสูงให้ความสำคัญสูงมากกับ สิ่งอำนวยความสะดวก ตั้งแต่ความสะดวกในการเดินทาง คุณภาพของสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 6.50) โดยเฉพาะ “ความหลากหลาย” ของแหล่งท่องเที่ยว และอาหารการกิน (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 5.75 และ 8.25)

ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป เน้นให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 5.12) และความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 7.92)

## 5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยววัยศึภยภพสูงชวภกัมพูชภ

ครั้งนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยที่เป็นสภระหลัก และมีอิทธิพลสูงตอภลุ่มศึภยภพสูง ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะดวกสบายที่คาดว่าจะได้รับ กับการมุงหวังหรือภพลักษณะด้านความมีน้ำใจ และความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน

แผนภูมิภพที่ 5.4 การเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญตอภการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่งนักท่องเที่ยวกลุ่มศึภยภพสูง จำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์



พบสิ่งที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยววัยศึภยภพสูงที่อายุมาก โดยเฉพาะเพศชาย และภลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 50,000 เหรียญสหรัฐตอปีขึ้นไปแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ตั้งแต่ความสะดวกในการเดินทาง คุณภพของสถานที่พัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยน้อยกว่า มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายน้อยกว่า

ดังนั้นการเพิ่มความเข้มข้นของปัจจัยทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นในด้าน “สิ่งอำนวยความสะดวก” ที่พร้อมเพียงพอ การจัดการด้านสภาพแวดล้อมเพื่อให้มีการรับรู้ถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และปรับเปลี่ยนความเชื่อให้เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่า (ไม่ใช่ราคาถูก) ภายหลังจากใช้บริการ อาจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยววัยศึภยภพสูงชวภกัมพูชภเลือกเดินทางไปยังเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างเป็นผล

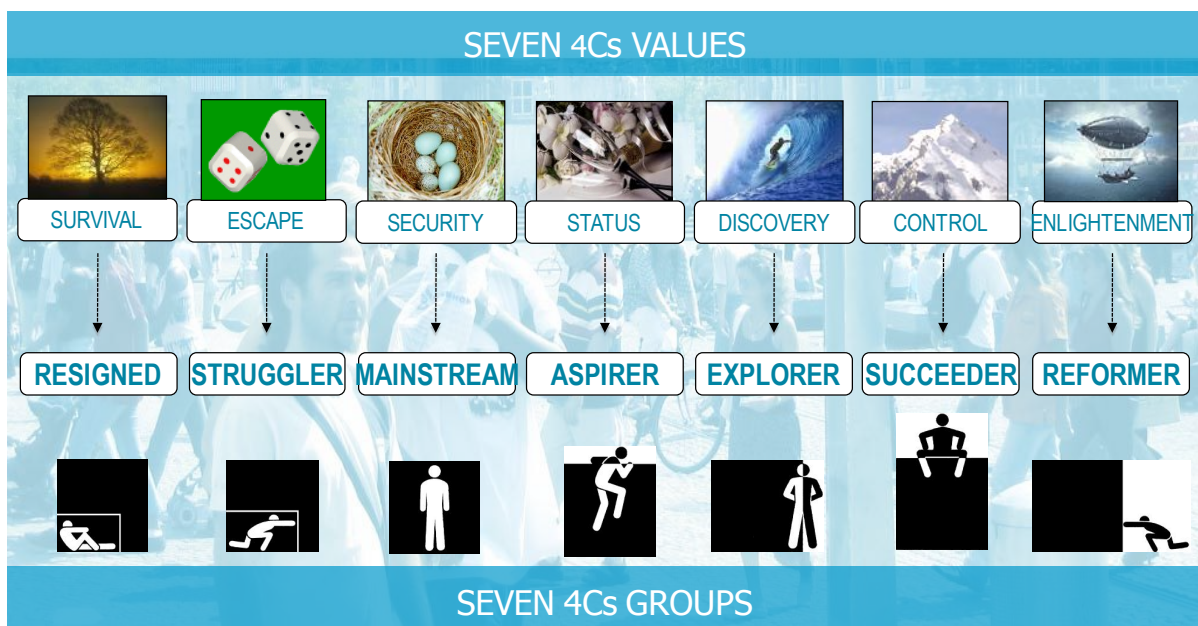
## บทที่ 6 นักท่องเที่ยวในกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด

ภายหลังจากทำความเข้าใจพื้นฐานทางกายภาพ หรือข้อมูลประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา รวมถึงการพิจารณาแรงจูงใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาในบทที่ผ่านมาแล้ว บทนี้เป็นการกล่าวถึงคุณลักษณะเชิง จิตวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงโดยใช้พื้นฐานการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R

### 6.1 แนวทาง และผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”

การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R ได้ทำการจำแนกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคโดยทั่วไปทั่วโลกออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

## THERE ARE 7 KINDS OF PEOPLE IN THE WORLD

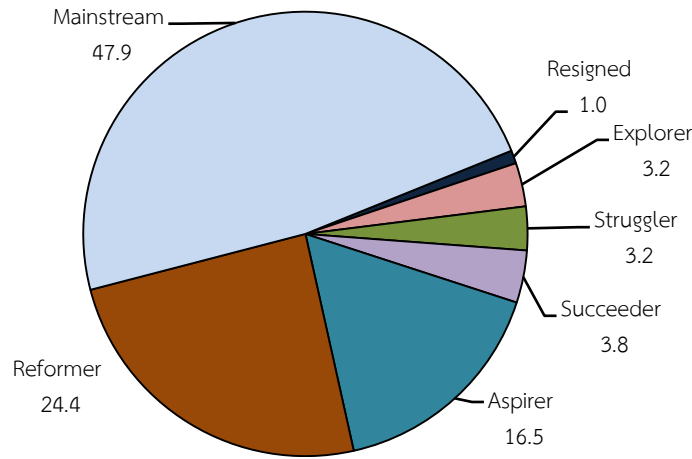


โดยมีคุณลักษณะเบื้องต้นของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม
<p>Resigned</p> 	<p>“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ”</p> <p>ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแรงแหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคตินจากสังคมรอบตัว</p>
<p>Struggler</p> 	<p>“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก”</p> <p>เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนดูคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะ สนุกสนาน แล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ</p>
<p>Mainstream</p> 	<p>“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง”</p> <p>ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัว และทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า</p>
<p>Aspirer</p> 	<p>“คนอินเทรนด์ในโลกแห่งการมีหน้ามีตา”</p> <p>ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิธีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้</p>
<p>Explorer</p> 	<p>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ”</p> <p>ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต</p>
<p>Succeeder</p> 	<p>“โลกในกำมือของผู้ชนะ”</p> <p>กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ลืมหำร้างไว้กับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด</p>
<p>Reformer</p> 	<p>“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม”</p> <p>การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิม</p>

ในเบื้องต้นสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาทั้งหมด (รวมกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง) ตาม“กลุ่มไลฟ์สไตล์” ได้ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา (ร้อยละ)




พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา มีคุณลักษณะอยู่ในกลุ่ม Mainstream ร้อยละ 47.9 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม Reformer ร้อยละ 24.4 และกลุ่ม Aspirer ร้อยละ 16.5

นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาอีกบางส่วน ร้อยละ 3.8 ร้อยละ 3.2 และร้อยละ 3.2 ที่มีคุณลักษณะเข้าได้กับกลุ่ม Succeder Struggler และ Explorer ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาในสัดส่วนไม่สูงมากนักที่มีคุณลักษณะแบบ Resigned ร้อยละ 1.0



### 6.1.1 สรุปพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา และกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาตามกลุ่มไลฟ์สไตล์

จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด และข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปคุณลักษณะ นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา และสัดส่วนแต่ละกลุ่มไลฟ์สไตล์ได้ดังนี้

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
<b>Mainstream</b> (ร้อยละ 47.9) 	<b>“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง”</b> ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า	แนวโน้มเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.6) กระจายตัวในทุกกลุ่มอายุ แต่ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในช่วงอายุ 20-39 ปี (ร้อยละ 82.1) และเกือบทั้งหมดมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 93.4)



“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
<b>Reformer</b> (ร้อยละ 24.4) 	<b>“ผู้รังสรรค์ตนเอง และโลกให้ดีกว่าเดิม”</b> การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม	ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 50.6 หญิง ร้อยละ 49.4) ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 58.4) มีแนวโน้มฐานะทางสังคมในระดับดีกว่ากลุ่มอื่นอยู่บ้าง (เศรษฐกิจฐานะระดับปานกลาง ขึ้นไป ร้อยละ 44.2)
<b>Aspirer</b> (ร้อยละ 16.5) 	<b>“คนอินเทรนด์ในโลกแห่งการมีหน้ามีตา”</b> ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเองไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้	ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 42.3 หญิง ร้อยละ 57.7) อายุในช่วง 25-40 ปี (ร้อยละ 86.5) ส่วนใหญ่กลุ่มหนึ่งมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางขึ้นไป (ร้อยละ 48.1)
<b>Succeeder</b> (ร้อยละ 3.8) 	<b>“โลกในกำมือของผู้ชนะ”</b> กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ลืมหิวรางวัลกับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด	ครอบคลุมทั้งชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 42.3 หญิง ร้อยละ 57.7) ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 35 ปี และมีเศรษฐกิจฐานะปานกลาง (ร้อยละ 50.0) * small base n=12
<b>Struggler</b> (ร้อยละ 3.2) 	<b>“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก”</b> เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนคุณล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะสนุกสนานแล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ	แนวโน้มเป็นเพศชาย (ร้อยละ 70.0) อายุน้อยกว่า 30 ปี ส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับต่ำ (ร้อยละ 80.0) * small base n=10

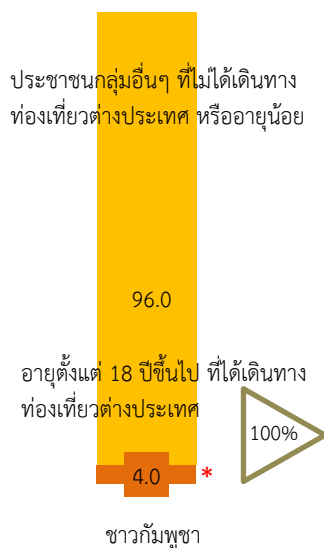
“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
<b>Explorer</b> (ร้อยละ 3.2) 	<b>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ”</b> ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต	แนวโน้มเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 80.0) อายุ น้อยกว่า 45 ปี (ร้อยละ 90.0) ส่วนใหญ่มี เศรษฐฐานะในระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.0) * small base n=10
<b>Resigned</b> (ร้อยละ 1.0) 	<b>“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ”</b> ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแแรก แหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคืน จากสังคมรอบตัว	แนวโน้มสูงวัยกว่ากลุ่มอื่น (อายุเกินกว่า 35 ปี ร้อยละ 23.2) เศรษฐฐานะในระดับ ปานกลางลงไป * small base n=3

\* รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก-ก ตารางที่ 73

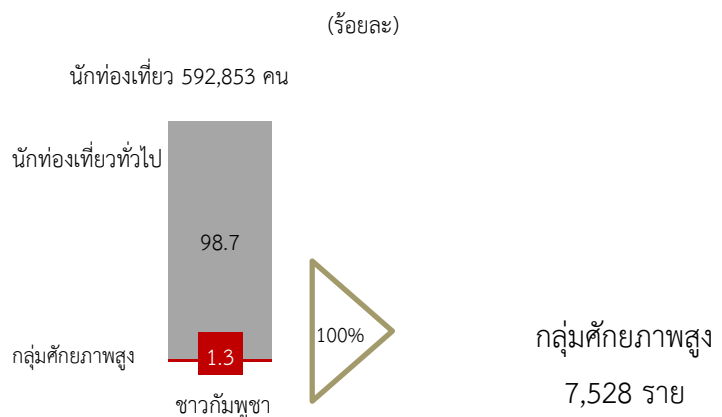
### 6.1.2 การจำแนกกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง

แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวกัมพูชาที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ประชากร 14,952,665 คน (ร้อยละ)



แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา  
จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว



\* แสดงจุดทศนิยมเพียง 2 ตำแหน่งค่าจริงเท่ากับ 3.96486

การประมาณการจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงชาวกัมพูชาซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 1.27 ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทั้งหมด หรือคิดเป็นเพียง 7,528 คน การคัดกรองนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศึกษายภาพสูง” ออกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั่วไปในบทที่ผ่านมา พบคุณลักษณะเบื้องต้นที่แตกต่าง ได้แก่

1. ความเป็นผู้มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับดี
2. นิยมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเน้น “คุณภาพ” การเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป (โดยเฉพาะคุณภาพที่พัก)

ภายใต้หลักการที่เหมาะสม โดยใช้การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” 4Cs Statements ของบริษัท Y&R มาเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม โดยการใช้สถิติประยุกต์เพื่อคัดกรองเฉพาะภายในนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศึกษายภาพสูง” อีกครั้ง (Rerun EFA on high loading Attributes) สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวกัมพูชา (มีจำนวนจากการคำนวณ 7,528 ราย) ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ดังนี้



1. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย”(Succeder Oriented) มีสัดส่วนน้อยมากสำหรับชาวกัมพูชา (ร้อยละ 0.1) (หมายเหตุผู้วิจัย: เนื่องจากหน่วยตัวอย่างที่กล่าวได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูงชาวกัมพูชามีจำนวนเพียง 4 ราย ทำให้การวิเคราะห์ในส่วนนี้มีข้อจำกัด)
2. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 75.0 ของกลุ่มศึกษายภาพสูง (จำนวนประมาณ 5,646 ราย)
3. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ( Mainstream Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 25.0 ของกลุ่มศึกษายภาพสูง (จำนวนประมาณ 1,878 ราย)

## 6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”

ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ผ่านมา เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ว่าสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) และกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented) ครั้งนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มย่อย

### 6.2.1 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

มีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวกัมพูชา ประมาณ 5,640 ราย พิจารณาจากภูมิหลังทางกายภาพ โดยเฉพาะอาชีพแล้ว เห็นได้ว่ามีแนวโน้มเป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงกลางถึงปลาย ที่มีพื้นฐานการศึกษา และมีการเติบโตทางความคิด มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี หรือกล่าวได้ว่ามีฐานะทางสังคมที่ดี จึงกระหายการเรียนรู้ และการค้นหา มีรสนิยมการดำรงชีวิต และมองโลกด้วยความสุขสงบจากภายใน อารมณ์สุขุมเยือกเย็น และพินิจพิเคราะห์ แสวงหามุมมองใหม่ให้กับตนเอง และสังคมรอบข้าง

\* very small base n=3



สำหรับกลุ่มผู้ปรับปรุง ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นแบบ “แสดงแก่นแท้แห่งตน” (Self Expression-Enlightenment) นั้น ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงจิตใจ เรียบง่าย มีความมั่นใจตัวเอง แต่เปิดโลกทัศน์แบบ

กว้างขวาง พร้อมรับฟัง และอยากปรับปรุงให้ทุกอย่าง อย่างเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สามารถสรุปหลักคิดง่ายๆ ได้ดังนี้

- มีความคิดเห็น
- ต้องการประสบการณ์ ที่ก่อให้เกิดปัญญา
- ความเป็นมืออาชีพแห่งตน
- สนุกสนาน
- ไม่ยึดติดอยู่กับกรอบ
- ชื่นชมธรรมชาติ
- ให้ความสำคัญกับแก่นแท้ภายในของทุกๆ สิ่ง (มากกว่าพิจารณาเพียงเปลือกนอก)

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
นำเสนอสินค้าที่ดีจริง คุณภาพเหมาะสมกับข้อเสนอ (Real thing, not just good packaging and design)	หลอกลวง เต็มแต่งสีสรรเกินจริง (Don't be tricky, Never cliché)
เป็นธรรม ตรงไปตรงมา (Social fairness)	กำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดเกินไป (Don't tell them what to do)
แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสรรพสิ่ง สังคม และสิ่งแวดล้อม (Care community and environment)	ขั้นตอนซับซ้อน วุ่นวาย (Don't provide too many instructions)
ทิ้งไว้ให้คิดเอง ตัดสินใจเอง แต่กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อยากได้ประสบการณ์ ด้วยการตัดสินใจของเขาเอง (Provide personal space, provoke their curiosity)	เน้นการขายแบบที่อูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก (Do not Hard sale)

## 6.2.2 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented)

มีจำนวนเพียงประมาณ 1,878 ราย ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลโดยรวม (นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนกลุ่มศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์ประเภทนี้) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ สามารถจำแนกออกจากประชาชนชาวกัมพูชาทั่วๆ ไปได้ยาก (หมายเหตุผู้วิจัย: จึงค้นหาได้ทั่วไปตามเขตเทศบาลเมืองใหญ่ต่างๆ) แต่กล่าวได้ว่าส่วนใหญ่มีอายุสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่บ้าง มีฐานะเหมือนชาวบ้านทั่วไป ไม่ยากจนแต่ก็ไม่ร่ำรวย มีความเป็นอยู่แบบธรรมดา ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัว และทรัพย์สินเป็นสิ่งสำคัญ มีการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม แต่ก็ได้ตระหนักรู้ถึงเหนียวจนเกินงาม

\* vary small base n=1

# Mainstreamer

## คนธรรมดาในโลกธรรมดา



### Lifestyles

- Peaceful living among nature
- Search information before buying
- Seeking for new knowledge during free time
- Spend evening at home
- Regularly exercise to promote good health and good figure
- Watching TV at home during weekend

กลุ่มคนธรรมดาในโลกธรรมดาๆ เจ้าของค่านิยมด้าน “ความมั่นคงปลอดภัย” เป็นคนมีความสุข ผูกพันกับคนหมู่มาก คอยคำนึงถึงคนรอบข้างเป็นส่วนใหญ่ โอนอ่อนผ่อนตามครอบครัว และคนรอบตัว มีกิจวัตรประจำวันคล้ายเดิม รู้จักคุณค่าของเงิน มักจะมีความกลัวในเรื่องใหม่ๆ และไม่ตามกระแสนิยมที่หวือหวา จึงมักจะใช้สินค้าและบริการที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ และเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักดี คุ้มค่าสมราคา

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
<p>ประสบการณ์ทางโลก ก่อกำเนิดพื้นฐานในการดำรงชีวิต การใช้ตรรกะธรรมดาสำหรับการดำรงชีวิตอันเป็นปัจจุบัน อาจช่วยเร่งเร้าการตัดสินใจในทิศทางที่เป็นบวก</p> <p>(Use “Slice of life”, or patterns of behavior that build confidence)</p>	<p>ไม่สร้างความตระหนก แปลกใจ ด้วยสิ่งเร้าที่เกินคาดหวัง</p> <p>(Do not surprise them)</p>
<p>เรียบง่าย แต่มั่นใจในการใช้ชีวิต ดังนั้นความจริงใจที่ไม่ซับซ้อนมักได้รับการตอบรับที่ดี</p> <p>(Simple but sure)</p>	<p>ไม่รุกเร้า หรือสร้างความรู้สึกลึกที่ไม่คุ้นเคย ด้วยการเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือ</p> <p>(Not radical)</p>
<p>คำแนะนำที่ง่ายๆ แต่ครบถ้วน ช่วยสร้างความมั่นใจในการเริ่มต้น</p> <p>(Complete guideline)</p>	<p>หลีกเลี่ยงการนำเสนอสิ่งแหวกแนวนอกเหนือสภาพสังคมที่เป็นอยู่</p> <p>(Avoid being Rebellious &amp; Highly progressive i.e. Nude / Homosexual)</p>
<p>เสนอสินค้าที่คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ด้วยราคาที่เหมาะสม หมายถึงไม่ต้องราคาถูก แต่ก็ต้องไม่แพงจนรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบ</p> <p>(Provide standard quality with value for money)</p>	<p>ไม่ใช่กลยุทธ์ตีฉันทินินทา ปรับหรือเอาแต่ให้ร้ายผู้อื่น</p> <p>(Negative approach)</p>
<p>ความรู้สึกสุขใจ มาจากการใช้ชีวิตเหมาะสมกับทรัพยากรที่มี ความรู้สึกคุ้มค่ามาจากการใช้จ่ายที่ไม่แพง</p> <p>(Everyday low price)</p>	



### 6.2.3 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

มีจำนวนน้อยมาก (ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามไม่พบนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ แต่การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก เชื่อได้ว่ามีนักท่องเที่ยวศึกษาศึกษาสูงชาวกัมพูชาประเภทนี้อยู่จำนวนหนึ่ง) ผลจากการศึกษาในภาพรวมที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในประเทศอาเซียนอื่น พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนหนุ่มสาว อายุประมาณ 35 ปีลงไป และมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี มักนิยมอาศัยในเขตเมืองที่มีความเจริญ ด้วยความเชื่อมั่นในความสามารถของตนจึงกำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิตไว้ด้วยอนาคตที่มั่นคง การต่อสู้ดิ้นรนไปสู่ความสำเร็จต้องจึงทำงานหนัก แต่ก็ตอบแทนตนเองเสมอ ด้วยการกินดี อยู่ดี เป็นรางวัลชีวิต

\* vary small base n=6



จากข้อค้นพบของบริษัท Young & Rubicam (เจ้าของลิขสิทธิ์ 4Cs) ซึ่งได้ทำการศึกษา Cross Cultural Lifestyle

พบว่า กลุ่มไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented) ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นความ “เชื่อมั่นต่อความสามารถในการควบคุม” (Control) ของตน นั้นให้ความสำคัญสูงมากต่อปัจจัยรอบๆ ตัวดังต่อไปนี้

- ความพยายามในการควบคุมผู้อื่น
- โดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นทุกๆ ไป
- มีรากฐานชีวิตที่มั่นคง
- นิยมให้รางวัลตัวเอง
- ให้ความสำคัญกับบ้าน และครอบครัว



- มีการดูแลวิถีการดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
นำเสนอเฉพาะสินค้า และบริการชั้นดีเยี่ยม (Offer top quality product and service)	นำเสนอเหมือนทั่วไป ดูพื้นๆไม่มีรสนิยม ต้องชาญฉลาด และอย่างนุ่มนวลให้เกียรติ (Do not shout , Say it smartly & softly)
เติมแต่งอารมณ์ของสินค้าให้ดูหรูหราฟู่ฟ่า (Inject a sense of prestigious)	เน้นการขายแบบที่อูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก (Never Hard sale)
สร้างให้เกิดอารมณ์ของความอิสระ สงบ ไม่วุ่นวาย ซับซ้อน Hassle-free , Peace of mind )	ดูซับซ้อนไม่จริงใจ (Do not be too complicated & process-maniac)
เน้นสินค้าที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มพวกเขา อย่างเน้น การลดแลกแจกแถม และเล่นราคา (Exclusivity rather than discount or reward)	
แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยคาดหมายแผนการ ตอบโจทย์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่าง ครบถ้วน (Be anticipated, Be professional )	

### 6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ในแต่ละเมืองสำคัญของประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ มีความสำคัญต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์และการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมในสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป

#### จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกกลุ่มย่อยตามพื้นที่

##### 6.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามรายเมืองใหญ่ของประเทศกัมพูชา

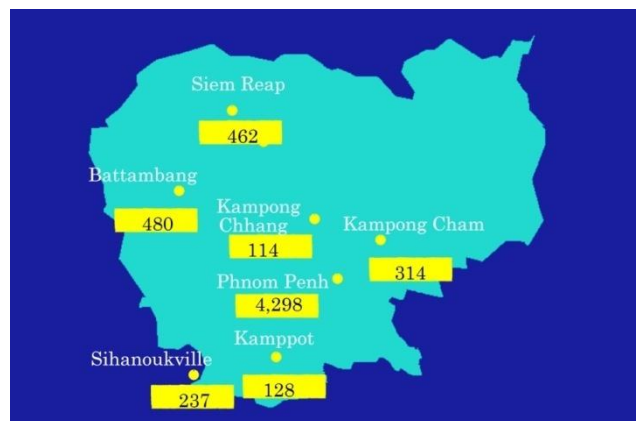
ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศกัมพูชา

	จำนวนประชากร เฉพาะในเขตเทศบาล <sup>a</sup>	ประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่อายุเกินกว่า 18 ปีที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	สนามบิน <sup>b</sup> และจำนวนเที่ยวบินเฉลี่ยต่อสัปดาห์
Phnom Penh	1,242,992	188,917	4,298	Intl. เฉลี่ย 433 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Siem Reap	174,265	35,559	462	Intl. เฉลี่ย 505 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Sihanoukville	89,447	18,252	237	Intl. เฉลี่ย 20 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Battambang	180,853	36,903	480	Dom. n/a
Kampong Cham	118,242	24,127	314	Dom. n/a

<sup>a</sup> ประมาณการประชากรในเขตเมือง Source: Data from 2008 Census, compiled from National Statistics Office in Cambodia

<sup>b</sup> <http://www.azworldairports.com/cfm/frame.cfm?src=http://www.azworldairports.com/airports/p2720mme.htm>และ[http://www.cambodia-airports.com/index.php?option=com\\_trafficdata&Itemid=79&lang=en](http://www.cambodia-airports.com/index.php?option=com_trafficdata&Itemid=79&lang=en)

ประเทศกัมพูชาเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำนวนไม่มากนัก และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณเขตเมือง Phnom Penh เมือง Battambang และเมือง Siem Reap ซึ่งเป็นเมืองเศรษฐกิจหลักของประเทศกัมพูชา



## บทที่ 7 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา

### 7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์

หากเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันแล้ว ประเทศกัมพูชานับว่าเป็นประเทศที่มีอัตราการใช้จ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยววันน้อยที่สุด ทั้งยังมีประชากรที่มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศไม่มากนัก กล่าวคือเพียงร้อยละ 4.0 ของประชากรเท่านั้นที่เคยมีประสบการณ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นจำนวนก็นับเป็นปริมาณไม่น้อย ถึงประมาณ 592,853 รายที่เดินทางออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยว

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือข้อมูลของ PATA ที่ตรวจนับจำนวนครั้งของคนที่เดินทางไปยังประเทศต่างๆ (ไม่จำเป็นต้องเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว) พบว่าในปีเดียวก็มีถึง 5 แสนกว่าคน-ครั้ง ซึ่งหมายความว่ามีคนกัมพูชาส่วนหนึ่งเดินทางเข้าออกประเทศบ่อยๆ โดยเฉพาะการเดินทางเข้าออกประเทศไทย และประเทศเวียดนาม ซึ่งมีพรมแดนติดต่อกันทางบก



มีข้อมูลจากการสำรวจตามโครงการเพื่อเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวเชิงลึก ของ ททท. ซึ่งสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ดำเนินๆ พบว่า คนกัมพูชาส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้าออก มาแบบเข้าไปเย็นกลับ เพื่อซื้อของหรือเข้ามารับจ้างทำงาน ข้อมูลส่วนนี้กับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ประเมินได้ว่ามีชาวกัมพูชาเพียงประมาณไม่เกิน 50,000 ราย (30,474 คน จากการคำนวณ) เท่านั้นที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศจริงๆ

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องผลการประเมินเพื่อสืบค้นหานักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงที่มีกำลังเงินในการใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ซึ่งพบว่ามีจำนวนรวมกันเพียง 6,033 รายจากการคำนวณ) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานช่วงต้น ที่มีพื้นฐานการศึกษาดี ประกอบวิชาชีพ เป็นผู้จัดการหรือผู้บริหารของหน่วยงาน หรือพนักงานบริษัท อยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นหลัก

### 7.1.1 บทสรุป ทิศนะของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาต่อประเทศไทย

#### Positivity Towards Thailand

- Value shopping
- Beautiful beaches
- Thai food
- Entertainment, nightlife

#### ทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการช้อปปิ้ง
- ทะเลสวย
- มีแหล่งบันเทิงยามราตรี
- มีอาหารรสเลิศให้ลิ้มลอง โดยเฉพาะอาหารไทย

#### Negativity Towards Thailand

- Not seen as luxury destination
- Not a destination for medical services
- Perceived to be looked down by Thais

#### ทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ
- ไม่ใช่ศูนย์การท่องเที่ยวงานการแพทย์
- เชื่อว่า “คนไทย” (กลุ่มหนึ่ง) ดูถูกเหยียดหยามคนกัมพูชา ว่าด้อยกว่า (ไม่ให้เกิดรอยยิ้มเท่าเทียม)

## 7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์

### 7.2.1 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา\* สำหรับการสร้างแผนกลยุทธ์

นอกเหนือจากข้อค้นพบ และผลสรุปจากการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดนั้น การเตรียมแผนกลยุทธ์ ยังต้องการข้อมูลประกอบ ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านการคิด ไตร่ตรอง และเติมแต่งด้วยประสบการณ์ ทั้งจากการเรียนรู้จากผลการศึกษารายอื่น ๆ หรือจากประสบการณ์ทางตรง ดังนี้

- คนกัมพูชาฐานะดีนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวสิงคโปร์
- ช่องทางและเนื้อหาของข่าวสารที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเชื่อถือต่อข้อมูลที่ได้รับโดยการบอกเล่าของเพื่อน ญาติ
- การเดินทางร่วมกับครอบครัว เป็นโอกาสสำคัญ
- บางส่วนใช้กรุงเทพฯ เป็นจุดเปลี่ยนเพื่อเดินทางต่อไปยังประเทศอื่นๆ
- นักท่องเที่ยวที่เป็นคนรุ่นใหม่ จะกำลังก้าวขึ้นเป็นผู้นำของสังคมใหม่ มีความคาดหวังเรียนรู้ และกำหนดเทรนด์ต้นแบบจากการเดินทางไปประเทศอื่น ที่ไม่ใช่ประเทศไทย
- แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ที่หรรหรานับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในฝันของคนร่ำรวย

\* ข้อมูลประกอบบางส่วน เป็นความเห็นร่วมกันของคณะที่ปรึกษา

## 7.2.2 เป้าหมายกลยุทธ์ในภาพรวม

ในการวางกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา นอกจากใช้ข้อมูลต่างๆ ประกอบการพิจารณาแล้ว ยังต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ (Goals Achievement) ไว้เพื่อให้แผนดำเนินการในรายละเอียดมีความสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Focus) โดยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาให้สัมฤทธิ์ผลในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวแบบครอบครัว มีกิจกรรมที่หลากหลายครบถ้วนสำหรับสมาชิกทุกคน
2. เพิ่มความสะดวกในการเดินทาง เพื่อใช้ประเทศไทยเป็นที่พักผ่อนในวันหยุด
3. ตอกย้ำภาพลักษณ์ความเป็นศูนย์กลางทางการบิน และการท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ
4. วางมาตรการเพิ่มค่านิยมให้คนรุ่นใหม่ชาวพนมเปญให้ใช้ชีวิตสไตล์คนรุ่นใหม่ในกรุงเทพฯ เป็นต้นแบบ
5. ตอกย้ำความเชื่อ ผ่านประสบการณ์จริงว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ดีที่สุด
6. สร้างทางเลือกให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หรือศูนย์กลางเทคโนโลยีในการดูแลสุขภาพ

### 7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

จากข้อมูลผลการวิจัย บริษัทที่ปรึกษา ได้นำเสนอกรอบหลักการกำหนดกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง) ออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่

#### IDEA#1: Completely Care Tourism

##### สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

กลยุทธ์ที่ 1 ดำเนินแผนงานเพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาศักยภาพสูง ที่มองหาบริการด้านการแพทย์อันทันสมัยในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสุขภาพหรือการเข้ารับการรักษา ทั้งด้านกายภาพ และด้านจิตใจ ด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม กลยุทธ์นี้จะเจาะจงไปที่นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) ซึ่งมีวิถีคิด และอารมณ์ที่เติบโต พิจารณาทุกสิ่งด้วยเหตุผล ซึ่งสามารถนำเสนอในแง่ของหลักวิชาการ ข้อมูลของสถานบริการ และประสบการณ์ของบุคคลากรทางการแพทย์ที่น่าเชื่อถือ จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่ม “ผู้ปรับปรุง” นี้ได้

## IDEA 1

### Background:

Thailand does have good medical services

### Insight:

The Medical care in Cambodia is limited.

### Solution:

Medical tourism will be promoted more to encourage Cambodian Top-Class to choose Thailand, instead of Singapore , to be the destination for Medical services. A trip that provides all dimension of medical services including a large variety of medical treatments both in terms of preventive and curative.



## IDEA: “Completely Care Tourism”



## IDEA#2: “Live High on the Next Door”

### สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

**กลยุทธ์ที่ 2** ดำเนินแผนงานเพื่อสร้างทางเลือกสำหรับกิจกรรมการเดินทางชั้นหรูหร่า ตอบสนองความสำเร็จในชีวิต ของกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชาที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้คว้าชัย” จะได้สัมผัสทั้งบรรยากาศหรูหร่าที่เหมาะสมกับเกียรติ และความสำเร็จที่ผ่านมา ด้วยน้ำใจ และน้ำมิตรจากเพื่อนชาวไทย

## IDEA 2

**Background:** Cambodia High Potential Travelers group tend to be professional or in a managerial position . They come to Thailand for work and then travel.

**Insight:** Exploring luxurious things that currently is not available in my city.

**Solution:** Highlight on Luxurious destination that would appeal for these management. Trigger them with personal interest activities such as spa, shopping, nightlight, golfing, short-trip sight seeing. So, we will offers personal interest packages.

### IDEA : Live high on the next door



Created & Controlled © 2012 Expedia, Disney, WFP's Young & Rubicam Brands. All Rights Reserved.

### IDEA #3: “Go further, there is much more”

#### สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented)

กลยุทธ์ที่ 3 ดำเนินแผนงานเพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการเดินทางโดยสะดวกยิ่งขึ้น และทำให้ทราบว่าประเทศไทยมีกิจกรรม และการดำเนินวิถีชีวิตที่ทั้งมีความหลากหลาย และโดดเด่น ครอบคลุมทั้งการพักผ่อน ความเป็นอยู่ การกิน เพิ่มความสวยงามให้กับประสบการณ์แห่งชีวิต เปิดโลกทัศน์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented) ที่จะไม่ธรรมดาอีกต่อไป

## IDEA 3

**Background:** Cambodians who travel by land are the people who normally visit only Thailand’s Border provinces.

**Insight:** I like exploring things on my own by car or coach with my friends/family. I would like to see more if the journey can extend to my current routing.

**Solution:** Introduce extended route for them to travel by highlighting on key traveling destination along the way from border to Bangkok or key provinces.



IDEA: Go further, there is much more.

Classified & Confidential © 2013. Enemy Division of WPP's Young & Rubicam Brands. All Rights Reserved



## แผนการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ (Implementation Plan)

### กลยุทธ์ที่ 1 “Completely Care Tourism”

#### สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

#### แผนดำเนินการ#1 Healthcare package

**หลักการ** ประเทศไทยมีศักยภาพ และความเหนือชั้นทางการแพทย์สมัยใหม่ สามารถดูแลรักษาสุขภาพได้ทั้งร่างกาย และจิตใจ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีสถานที่ให้บริการด้านทันตกรรมที่ทันสมัย พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวระดับสูงชาวกัมพูชา ซึ่งจะสร้างความแตกต่างเหนือประเทศจุดหมายปลายทางอื่นๆ

(Medical and dental tourism should be promoted throughout all classes to instill ‘Top-of-mind’ whenever they need such services.)

- ข้อมูลจากการศึกษา แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา สนใจทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 25.0) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้ปรับปรุง” (ร้อยละ 33.3)

**กลุ่มเป้าหมาย** เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) (5,646 ราย)

เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาในกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ

**ช่วงเวลา** ม.ค.-ธ.ค. 2557

#### ดำเนินการ

##### ขั้นตอน

1. แสวงหาพันธมิตรระดับไฮเอนด์ในพื้นที่เป้าหมายโดยเฉพาะกรุงเทพฯ เช่น กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ คลินิกทันตกรรมที่ทันตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญพร้อมเครื่องมืออันทันสมัย สถานบริการด้านสุขภาพและสปา โรงแรมที่พักในเครือ และบริษัททัวร์มีระดับที่สามารถจัดทริปเฉพาะให้กับนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่มีเศรษฐฐานะในระดับดีถึงดีมาก
2. จัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อจัดโปรแกรมการดูแล บำรุง หรือรักษาสุขภาพ ให้สามารถตอบสนองความต้องการได้หลากหลาย
3. ให้ข้อมูลที่แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ และกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงของลูกค้ากลุ่มพิเศษนี้อย่างครบถ้วน โดยแสดงรายละเอียด และรูปแบบ ที่ทำให้ผู้รับข่าวสารรับรู้ถึง “คุณภาพ พร้อมระดับของความหรูหราที่เลือกได้” อย่างเป็นรูปธรรม
4. เนื้อหาต้องสอดแทรกสาระที่แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม
5. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่เหมาะสม ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในนิตยสารทั่วไปหรือนิตยสารท่องเที่ยว, รายการวิทยุ, หนังสือพิมพ์ และสังคมออนไลน์
6. ประเมินผล ทุก 3 เดือน แล้วนำไปปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

**การประเมินผล** รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้น จากการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงเจตจำนงเข้าร่วมโปรแกรม ในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

## กลยุทธ์ที่ 2 “Live high on the next door”

### สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

#### แผนดำเนินการ #2 Me,Sea & Beach

**หลักการ** เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาโดยตรง สู่แหล่งเป้าหมายการท่องเที่ยวทางทะเล แหล่งใหม่ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่ ตรัง สตูล และพัทลุง  
(Promote other provinces offering Sea and Beach, Eco tourism and Historical sites to spread visitors outside of BKK)

**กลุ่มเป้าหมาย** เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented) และกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ (แม้การเก็บข้อมูลภาพสนามจะไม่พบนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่มนี้ แต่ในการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าในกรุงเทพมหานครมีนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวกัมพูชาที่มีไลฟ์สไตล์ประเภทนี้อยู่จริง)

**ช่วงเวลา** ม.ค. - ธ.ค. 2557

#### ดำเนินการ

- ขั้นตอน**
1. แสวงหาพันธมิตรระดับหนึ่งในพื้นที่เป้าหมาย คัดเลือกเฉพาะสินค้าและบริการชั้นดีเยี่ยม โดยเฉพาะที่พัก แหล่งช้อปปิ้ง รวมถึงผู้ประกอบการบัตรเครดิตระดับประเทศ (เช่น Visa, OCBC, UOB, American Express)
  2. ให้ข้อมูลที่แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยจัดสัมมนาผู้ประกอบการ เพื่อแสวงหาแนวทาง และกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงของลูกค้ากลุ่มพิเศษนี้ได้อย่างครบถ้วน
  3. เติมแต่งอารมณ์ของสินค้าให้ดูหรูหราฟูล่า เน้นสินค้าที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม ห้ามเน้นการลดแลกแจกแถม และใช้กลยุทธ์ด้านราคา
  4. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารด้านบน ที่เหมาะสม ต่อกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชา โดยเฉพาะผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการบัตรเครดิตระดับประเทศ ข่าวสังคมออนไลน์ หรือนิตยสารท่องเที่ยว
  5. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

**การประเมินผล** รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

### กลยุทธ์ที่ 3 “Go further, there is much more”

#### สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented)

#### แผนดำเนินการ #3 Promote Low Cost Direct Flight

**หลักการ** ใช้ประโยชน์จากการเติบโตแบบก้าวกระโดดของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier) ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกัมพูชากลุ่มนี้ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวโดยตรง อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการชักชวนให้นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชากลุ่มศักยภาพสูงมาเยี่ยมเยือนประเทศไทยบ่อยครั้งขึ้น  
(Embrace Low Cost Carriers model to receive more Cambodian travelers and increase frequencies of visit. Once here, spending will follow)

**กลุ่มเป้าหมาย** เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented) (1,878 ราย)  
เป้าหมายรอง: กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาทั่วไป(592,853 ราย)

**ช่วงเวลาดำเนินการ** ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) ทั้งของประเทศไทย และนักท่องเที่ยวกัมพูชา ได้แก่ เดือน กุมภาพันธ์ กรกฎาคม และสิงหาคม

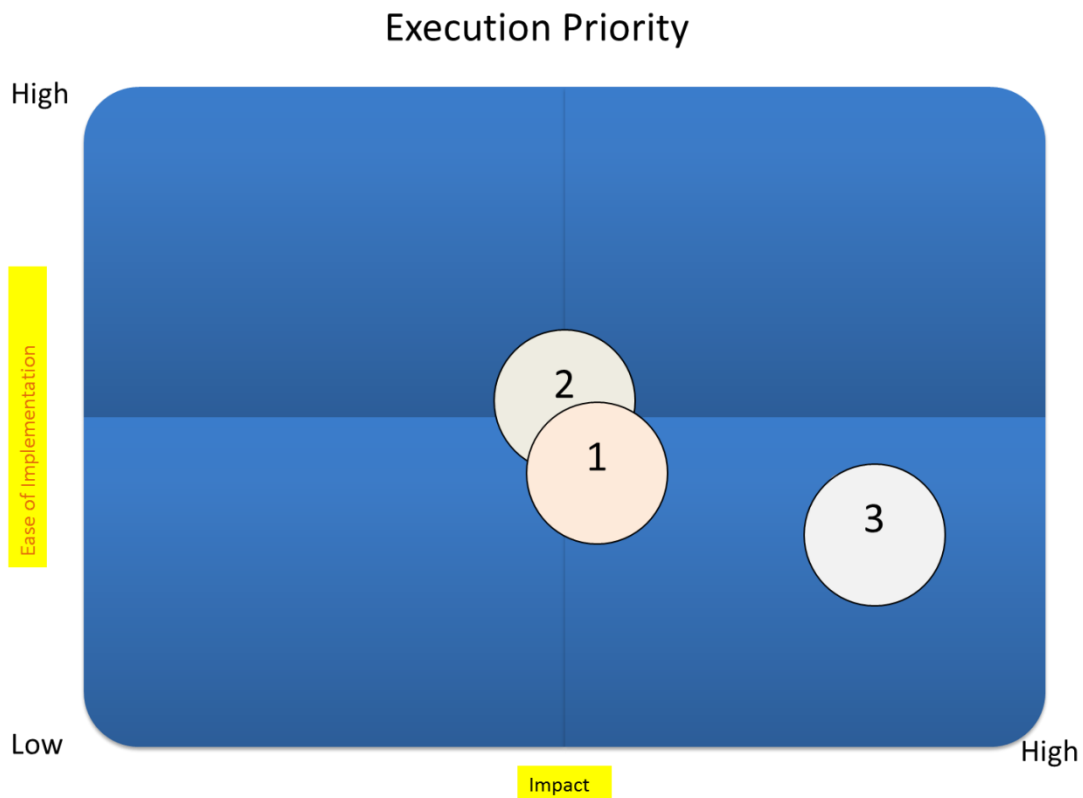
- ขั้นตอน**
1. นำเสนอข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ต่อสายการบินต้นทุนต่ำต่างๆ
  2. แสวงหาพันธมิตรในประเทศ เพื่อร่วมโครงการ โดยเฉพาะที่พัก แหล่งช้อปปิ้ง
  3. จัดรายการโปรโมชั่น ผ่านบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์พันธมิตร เพื่อสนับสนุนต่อสายการบินต้นทุนต่ำ
  4. แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

**การประเมินผล** รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยของสายการบินเหล่านั้น ในช่วงเวลาที่กำหนด ต่อต้นทุนทั้งหมด

## 7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

ในการจำแนก ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในประเทศกัมพูชา (จำนวน 3 แผน) สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบใน 2 มิติ ได้แก่ ความยากง่ายในการปฏิบัติ (Ease of Implementation - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) กับผลสำเร็จที่จับต้องได้ต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด (Impact ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) สามารถแสดงได้ตามแผนภูมิภาพด้านล่าง

- หมายเลข 1                   แผนดำเนินการ#1 Healthcare package
- หมายเลข 2                   แผนดำเนินการ #2 Me, Sea & Beach
- หมายเลข 3                   แผนดำเนินการ #3 Promote Low Cost Direct Flight



แนวทางดังกล่าว แสดงได้ชัดเจนว่าการพิจารณาเลือกแผนดำเนินการ ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของขั้นตอนดำเนินการประเด็นหนึ่ง (Ease of Implementation) กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่จับต้องได้ ภายหลังการดำเนินแผนงานอีกประเด็นหนึ่ง (Impact) การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญจึงขึ้นอยู่กับ “การจัดสรร” ทรัพยากรที่มีอยู่กับปริมาณผลคาดหวังที่จับต้องได้เป็นสำคัญ

เห็นได้ชัดเจนว่ากิจกรรม แผนดำเนินการ#1 Healthcare package และแผนดำเนินการ #2 Me, Sea & Beach มีปริมาณผลคาดหวังที่จะได้ไม่สูงมาก แต่การดำเนินการก็ไม่ยากเกินไป เพียงอาจต้องประสานงาน และติดต่อผู้เกี่ยวข้องจำนวนหนึ่ง ขณะที่กิจกรรม #3 Promote Low cost direct flight มีการดำเนินการยากมาก เพราะเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ด้านธุรกิจ อย่างไรก็ตามปริมาณผลคาดหวังที่จะได้ก็สูงมาก เพราะเป็นการเพิ่มโอกาสเดินทางของกลุ่มศักยภาพสูงมายังประเทศไทยได้บ่อยครั้งยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศโดยพักค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	จำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา			
		1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5 ครั้ง/ปี ครั้ง	6 ครั้ง/ มากกว่าปีละ 1 ครั้ง
<b>ภาพรวม</b>	100.0	59.0	30.5	7.6	2.9
<b>เพศ</b>					
ชาย	100.0	62.7	27.6	6.7	3.0
หญิง	100.0	56.4	32.6	8.3	2.8
<b>กลุ่มอายุ</b>					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	64.7	31.0	1.7	2.6
25 – 34 ปี	100.0	58.5	28.9	9.2	3.5
35 – 44 ปี	100.0	60.9	34.8	4.3	-
45 – 54 ปี	100.0	50.0	37.5	12.5	-
55 – 64 ปี	100.0	37.5	25.0	31.3	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	50.0	50.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	59.8	29.3	8.2	2.7
\$10,000 - \$19,999	100.0	59.4	29.7	6.9	4.0
\$20,000 - \$49,999	100.0	50.0	42.3	7.7	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	75.0	25.0	-	-
<b>อาชีพ</b>					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	54.2	33.3	10.4	2.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	52.8	27.8	8.3	11.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	100.0	54.7	35.9	4.7	4.7
<b>ธุรกิจ</b>					
แรงงานและเกษตรกร	100.0	75.0	-	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	58.3	25.0	16.7	-
แม่บ้าน	100.0	53.8	34.6	11.5	-
นักเรียน	100.0	72.7	24.7	2.6	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>					
กลุ่มทั่วไป	100.0	59.5	30.2	7.7	2.6
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	25.0	50.0	-	25.0

## ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว			
		จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเองหรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์	เดินทางไปกับทัวร์ส่วนบุคคล/ทัวร์จัดเฉพาะกลุ่ม	เดินทางไปด้วยตัวเอง แต่อาจซื้อตั๋วเดินทาง/กิจกรรมจากบริษัทบ้าง
ภาพรวม	100.0	76.2	16.2	3.8	3.8
<b>เพศ</b>					
ชาย	100.0	75.4	16.4	3.0	5.2
หญิง	100.0	76.8	16.0	4.4	2.8
<b>กลุ่มอายุ</b>					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	82.8	12.1	0.9	4.3
25 – 34 ปี	100.0	73.2	16.9	4.9	4.9
35 – 44 ปี	100.0	87.0	4.3	8.7	-
45 – 54 ปี	100.0	62.5	37.5	-	-
55 – 64 ปี	100.0	50.0	37.5	12.5	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	75.5	16.3	3.3	4.9
\$10,000 - \$19,999	100.0	81.2	11.9	5.0	2.0
\$20,000 - \$49,999	100.0	65.4	30.8	3.8	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	50.0	25.0	-	25.0
<b>อาชีพ</b>					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	76.0	16.7	3.1	4.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	69.4	22.2	2.8	5.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	100.0	68.8	20.3	6.3	4.7
<b>ขาย ธุรกิจ</b>					
แรงงานและเกษตรกร	100.0	100.0	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	91.7	8.3	-	-
แม่บ้าน	100.0	65.4	23.1	11.5	-
นักเรียน	100.0	85.7	9.1	1.3	3.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>					
กลุ่มทั่วไป	100.0	75.9	16.4	3.9	3.9
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	100.0	-	-	-

ตารางที่ 2.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประเภทการจัดการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทการจัดการการท่องเที่ยว	
	จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเอง หรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/ แพ็คเกจทัวร์
<b>เพศ</b>		
ชาย	42.9	41.3
หญิง	57.1	58.7
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>กลุ่มอายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	40.1	23.8
20-24 ปี	44.0	49.2
25-29 ปี	7.9	4.8
30-34 ปี	4.0	9.5
35-39 ปี	3.2	12.7
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	0.8	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>		
น้อยกว่า \$10,000	58.7	57.1
\$10,000 - \$19,999	33.3	27.0
\$20,000 - \$49,999	6.7	14.3
\$50,000 ขึ้นไป	1.2	1.6
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	30.6	30.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	10.7	14.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	18.7	27.0
แรงงานและเกษตรกร	1.6	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.4	1.6
แม่บ้าน	6.7	14.3
นักเรียน	27.4	12.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>กลุ่ม</b>		
กลุ่มทั่วไป	98.4	100.0
กลุ่มศักยภาพสูง	1.6	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
<b>ภาพรวม</b>	8.9	34.6	11.1	42.9	15.2	10.2	10.5	8.9	14.0	18.7	20.0	25.4
<b>เพศ</b>												
ชาย	9.7	37.3	9.7	38.1	17.9	11.2	8.2	3.0	12.7	17.9	22.4	26.1
หญิง	8.3	32.6	12.2	46.4	13.3	9.4	12.2	13.3	14.9	19.3	18.2	24.9
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	10.3	29.3	8.6	42.2	9.5	9.5	7.8	8.6	14.7	14.7	19.8	28.4
25 – 34 ปี	9.2	36.6	11.3	40.8	18.3	9.2	9.2	7.0	12.0	20.4	20.4	25.4
35 – 44 ปี	8.7	39.1	17.4	47.8	30.4	13.0	17.4	21.7	4.3	8.7	8.7	4.3
45 – 54 ปี	-	31.3	12.5	37.5	18.8	18.8	31.3	-	18.8	37.5	25.0	25.0
55 – 64 ปี	6.3	50.0	12.5	68.8	6.3	6.3	12.5	18.8	31.3	31.3	25.0	31.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	-	50.0	-	50.0	50.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	9.2	34.2	10.3	45.1	15.8	12.0	8.7	7.1	14.7	16.8	17.9	26.6
\$10,000 - \$19,999	7.9	36.6	13.9	37.6	14.9	8.9	13.9	11.9	8.9	18.8	23.8	24.8
\$20,000 - \$49,999	7.7	30.8	7.7	50.0	11.5	-	7.7	11.5	26.9	34.6	23.1	23.1
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	25.0	-	25.0	25.0	25.0	25.0	-	25.0	-	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	8.3	36.5	13.5	37.5	11.5	14.6	9.4	7.3	12.5	20.8	21.9	29.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	5.6	36.1	11.1	47.2	30.6	2.8	2.8	8.3	5.6	27.8	16.7	36.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	12.5	37.5	14.1	45.3	10.9	6.3	10.9	10.9	17.2	17.2	20.3	23.4
<b>ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	-	50.0	-	75.0	-	25.0	25.0	-	-	-	25.0	-
บุคลากรรัฐบาล และทหาร	16.7	33.3	-	25.0	25.0	16.7	8.3	-	25.0	16.7	25.0	25.0
แม่บ้าน	3.8	30.8	15.4	30.8	19.2	19.2	23.1	19.2	15.4	19.2	26.9	23.1
นักเรียน	9.1	29.9	6.5	50.6	14.3	6.5	10.4	7.8	15.6	14.3	15.6	19.5



ตารางที่ 3 (ต่อ) ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่วงเวลาเลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	8.7	34.7	11.3	43.4	15.1	10.3	10.0	8.7	14.1	19.0	19.6	25.4
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	25.0	-	-	25.0	-	50.0	25.0	-	-	50.0	25.0

**ตารางที่ 4 ร้อยละของระยะเวลาการพักอยู่ในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา**

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ระยะเวลาการพักในต่างประเทศ							
		1 วัน	2-3 วัน	4-5 วัน	1 สัปดาห์	2 สัปดาห์	3 สัปดาห์	1 เดือน	มากกว่า 1 เดือน
<b>ภาพรวม</b>	100.0	4.4	41.9	23.5	21.9	3.2	1.0	2.9	1.3
<b>เพศ</b>									
ชาย	100.0	5.2	47.0	23.1	17.2	3.7	-	3.0	0.7
หญิง	100.0	3.9	38.1	23.8	25.4	2.8	1.7	2.8	1.7
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	6.0	50.9	19.8	16.4	1.7	0.9	1.7	2.6
25 – 34 ปี	100.0	4.9	43.7	23.9	20.4	2.8	0.7	3.5	-
35 – 44 ปี	100.0	-	26.1	21.7	34.8	8.7	4.3	4.3	-
45 – 54 ปี	100.0	-	12.5	43.8	31.3	6.3	-	6.3	-
55 – 64 ปี	100.0	-	12.5	31.3	50.0	-	-	-	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	50.0	-	-	50.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	100.0	6.5	42.4	23.9	20.7	2.7	0.5	2.2	1.1
\$10,000 - \$19,999	100.0	2.0	43.6	18.8	24.8	5.0	1.0	3.0	2.0
\$20,000 - \$49,999	100.0	-	38.5	34.6	19.2	-	-	7.7	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	-	-	50.0	25.0	-	25.0	-	-
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	5.2	40.6	24.0	21.9	3.1	-	5.2	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	-	36.1	33.3	19.4	2.8	-	5.6	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	100.0	1.6	37.5	18.8	32.8	4.7	-	3.1	1.6
<b>ชาย ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	100.0	-	50.0	25.0	-	25.0	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	33.3	41.7	25.0	-	-	-	-
แม่บ้าน	100.0	-	19.2	34.6	30.8	3.8	7.7	-	3.8
นักเรียน	100.0	10.4	58.4	15.6	11.7	1.3	1.3	-	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	100.0	4.5	42.4	23.8	21.9	3.2	0.6	2.6	1.0
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	-	-	-	25.0	-	25.0	25.0	25.0

ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	บุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย						
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	กรุ๊ปทัวร์	เดินทางคนเดียว	คู่สมรส	เพื่อนร่วมงาน/บริษัท	คนรัก
<b>ภาพรวม</b>	71.7	40.6	20.0	11.7	7.3	6.0	2.5
<b>เพศ</b>							
ชาย	61.9	53.0	19.4	7.5	1.5	6.7	1.5
หญิง	79.0	31.5	20.4	14.9	11.6	5.5	3.3
<b>กลุ่มอายุ</b>							
ต่ำกว่า 25 ปี	71.6	44.0	12.9	10.3	4.3	3.4	3.4
25 – 34 ปี	68.3	45.8	21.8	12.7	4.2	9.2	2.8
35 – 44 ปี	69.6	21.7	13.0	4.3	26.1	8.7	-
45 – 54 ปี	87.5	18.8	37.5	6.3	6.3	-	-
55 – 64 ปี	87.5	18.8	50.0	31.3	25.0	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	-	-	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>							
น้อยกว่า \$10,000	65.2	45.7	19.6	15.8	8.7	4.9	2.2
\$10,000 - \$19,999	81.2	34.7	16.8	6.9	5.0	8.9	3.0
\$20,000 - \$49,999	84.6	26.9	34.6	3.8	7.7	3.8	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	50.0	25.0	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	61.5	44.8	19.8	11.5	7.3	9.4	2.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	66.7	36.1	25.0	25.0	2.8	5.6	5.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	78.1	37.5	26.6	9.4	7.8	9.4	4.7
<b>ชาย ธุรกิจ</b>							
แรงงานและเกษตรกร	100.0	50.0	-	-	25.0	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	66.7	50.0	8.3	8.3	8.3	-	-
แม่บ้าน	92.3	11.5	34.6	11.5	26.9	-	-
นักเรียน	74.0	48.1	10.4	9.1	1.3	1.3	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>							
กลุ่มทั่วไป	71.4	41.2	20.3	11.6	7.4	6.1	2.6
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	-	-	25.0	-	-	-

ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	ช้อปปิ้ง	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	เที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น	ทะเลและชายหาด	สถาบันเที่ยงยามค่ำคืน	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น	การแพทย์/การรักษา	พบเพื่อน/ญาติ	ส่งเรือ
<b>ภาพรวม</b>	80.6	79.0	62.2	59.7	58.1	52.7	42.2	27.0	19.7	12.7	10.2
<b>เพศ</b>											
ชาย	76.9	73.9	59.7	59.0	47.0	54.5	37.3	24.6	20.1	9.0	7.5
หญิง	83.4	82.9	64.1	60.2	66.3	51.4	45.9	28.7	19.3	15.5	12.2
<b>กลุ่มอายุ</b>											
ต่ำกว่า 25 ปี	81.0	76.7	61.2	64.7	58.6	52.6	48.3	20.7	19.0	13.8	10.3
25 – 34 ปี	80.3	83.1	59.2	57.0	54.2	54.9	40.8	31.0	18.3	9.2	8.5
35 – 44 ปี	73.9	69.6	78.3	65.2	65.2	52.2	21.7	43.5	17.4	26.1	21.7
45 – 54 ปี	75.0	81.3	68.8	50.0	62.5	50.0	25.0	18.8	18.8	12.5	6.3
55 – 64 ปี	93.8	75.0	62.5	50.0	68.8	43.8	50.0	25.0	43.8	18.8	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	100.0	50.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>											
น้อยกว่า \$10,000	81.0	81.0	59.8	60.9	57.1	48.4	40.2	28.3	19.6	10.3	9.2
\$10,000 - \$19,999	82.2	75.2	60.4	58.4	60.4	59.4	45.5	30.7	19.8	16.8	10.9
\$20,000 - \$49,999	73.1	80.8	84.6	57.7	53.8	57.7	38.5	7.7	15.4	15.4	11.5
\$50,000 ขึ้นไป	75.0	75.0	75.0	50.0	75.0	50.0	75.0	-	50.0	-	25.0
<b>อาชีพ</b>											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ											
เฉพาะด้าน	81.3	84.4	59.4	61.5	57.3	56.3	35.4	35.4	16.7	13.5	11.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	86.1	75.0	77.8	52.8	66.7	55.6	50.0	22.2	22.2	13.9	11.1
พนักงานบริษัทเอกชน											
พนักงานขาย ธุรกิจ	81.3	79.7	54.7	54.7	56.3	51.6	35.9	20.3	12.5	20.3	10.9
แรงงานและเกษตรกร	75.0	75.0	50.0	75.0	75.0	25.0	50.0	25.0	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	75.0	58.3	83.3	58.3	50.0	33.3	50.0	33.3	25.0	-	-
แม่บ้าน	92.3	84.6	73.1	50.0	76.9	53.8	53.8	23.1	38.5	15.4	15.4
นักเรียน	74.0	75.3	58.4	67.5	50.6	51.9	46.8	24.7	22.1	6.5	7.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>											
กลุ่มทั่วไป	80.4	79.1	61.7	59.5	57.6	52.4	41.8	27.3	19.6	11.9	10.3
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	75.0	100.0	75.0	100.0	75.0	75.0	-	25.0	75.0	-

ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ขึ้นขอระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)										
	ข้อปึง	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	ทะเลและชายหาด	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถาบันเชิงยามคำคืน	พบเพื่อน/ญาติ	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมผจญภัย	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น
<b>เพศ</b>											
ชาย	39.8	42.0	40.6	34.4	37.6	40.8	44.0	30.0	43.8	38.9	38.8
หญิง	60.2	58.0	59.4	65.6	62.4	59.2	56.0	70.0	56.3	61.1	61.2
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่มอายุ</b>											
ต่ำกว่า 25 ปี	35.7	39.9	37.0	37.2	42.1	36.2	36.7	40.0	28.1	16.7	28.2
25 – 34 ปี	47.4	43.1	44.9	42.1	43.6	42.9	47.0	32.5	53.1	55.6	51.8
35 – 44 ปี	6.4	8.0	6.7	8.2	3.8	9.2	7.2	15.0	6.3	16.7	11.8
45 – 54 ปี	5.2	4.3	4.7	5.5	3.0	5.6	4.8	5.0	3.1	5.6	3.5
55 – 64 ปี	4.8	4.3	5.9	6.0	6.0	5.1	4.2	7.5	9.4	5.6	4.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.4	0.5	0.8	1.1	1.5	1.0	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>											
น้อยกว่า \$10,000	59.8	59.6	58.7	57.4	55.6	56.1	53.6	47.5	68.8	66.7	61.2
\$10,000 - \$19,999	30.5	31.4	32.7	33.3	34.6	31.1	36.1	42.5	28.1	22.2	36.5
\$20,000 - \$49,999	8.4	8.0	7.5	7.7	7.5	11.2	9.0	10.0	3.1	5.6	2.4
\$50,000 ขึ้นไป	1.2	1.1	1.2	1.6	2.3	1.5	1.2	-	-	5.6	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>อาชีพ</b>											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	32.5	31.4	30.7	30.1	25.6	29.1	32.5	32.5	31.3	16.7	40.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	10.8	10.1	12.2	13.1	13.5	14.3	12.0	12.5	18.8	5.6	9.4
พนักงานบริษัทเอกชน	20.5	18.6	20.5	19.7	17.3	17.9	19.9	32.5	12.5	38.9	15.3
พนักงานขาย ธุรกิจ											
แรงงานและเกษตรกร	1.2	1.6	1.2	1.6	1.5	1.0	0.6	-	-	-	1.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.8	3.7	3.5	3.3	4.5	5.1	2.4	-	3.1	5.6	4.7
แม่บ้าน	8.8	6.9	9.4	10.9	10.5	9.7	8.4	10.0	18.8	11.1	7.1
นักเรียน	23.3	27.7	22.4	21.3	27.1	23.0	24.1	12.5	15.6	22.2	22.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่ม</b>											
กลุ่มทั่วไป	98.8	98.4	98.4	97.8	97.7	98.0	98.2	92.5	100.0	100.0	100.0
กลุ่มศักยภาพสูง	1.2	1.6	1.6	2.2	2.3	2.0	1.8	7.5	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นชอระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-21) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ขึ้นชอระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-21)									
	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	เที่ยวกับธุรกิจ	สปาและสุขภาพ	ดำน้ำ/ชมปะการัง	กิจกรรมผจญภัย	กีฬาอื่นๆ เช่น วัยน้ำ ฯลฯ	เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ	การท่องเที่ยวด้านการเกษตร	เกี่ยวกับศาสนา	จัดงานแต่งงาน/ฮันนีมูน
<b>ภาพรวม</b>	10.2	7.6	6.7	6.3	5.7	5.1	3.5	1.9	1.9	1.6
<b>เพศ</b>										
ชาย	10.4	10.4	5.2	7.5	5.2	4.5	3.7	3.0	1.5	1.5
หญิง	9.9	5.5	7.7	5.5	6.1	5.5	3.3	1.1	2.2	1.7
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	7.8	5.2	2.6	6.9	2.6	2.6	0.9	1.7	1.7	2.6
25 – 34 ปี	12.0	9.2	7.7	7.7	7.0	5.6	4.9	2.8	-	-
35 – 44 ปี	8.7	17.4	8.7	4.3	13.0	8.7	8.7	-	13.0	8.7
45 – 54 ปี	6.3	-	12.5	-	6.3	18.8	-	-	-	-
55 – 64 ปี	18.8	6.3	18.8	-	6.3	-	6.3	-	6.3	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	12.0	8.2	3.8	5.4	6.5	5.4	3.3	2.2	2.2	1.1
\$10,000 - \$19,999	8.9	8.9	9.9	5.0	4.0	5.0	4.0	2.0	2.0	3.0
\$20,000 - \$49,999	3.8	-	7.7	15.4	3.8	3.8	3.8	-	-	-
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ										
เฉพาะด้าน	10.4	11.5	7.3	7.3	3.1	8.3	3.1	1.0	2.1	2.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	5.6	5.6	5.6	2.8	2.8	8.3	2.8	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน										
พนักงานขาย ธุรกิจ	6.3	10.9	9.4	6.3	10.9	3.1	4.7	1.6	1.6	3.1
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	8.3	-	-	-	8.3	-	-	8.3	-	-
แม่บ้าน	23.1	3.8	23.1	7.7	7.7	7.7	-	3.8	7.7	-
นักเรียน	6.5	3.9	-	6.5	5.2	3.9	2.6	1.3	1.3	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>										
กลุ่มทั่วไป	10.3	7.7	6.8	6.4	5.8	5.1	3.5	1.9	1.9	1.6
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-21) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-21)									
	สปาและสุขภาพ	วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ	เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ	การแพทย์/การรักษา	กีฬาอื่น ๆ เช่น วัยน้ำ ฯลฯ	เกี่ยวกับศาสนา	ท่องเที่ยว	ดำน้ำ/ชมปะการัง	การท่องเที่ยวด้านการเกษตร	จัดงานแต่งงาน/ฮันนีมูน
<b>เพศ</b>										
ชาย	33.3	58.3	45.5	43.5	37.5	33.3	31.3	50.0	66.7	40.0
หญิง	66.7	41.7	54.5	56.5	62.5	66.7	68.8	50.0	33.3	60.0
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	14.3	25.0	9.1	35.5	18.8	33.3	37.5	40.0	33.3	60.0
25 – 34 ปี	52.4	54.2	63.6	41.9	50.0	-	37.5	55.0	66.7	-
35 – 44 ปี	9.5	16.7	18.2	6.5	12.5	50.0	15.6	5.0	-	40.0
45 – 54 ปี	9.5	-	-	4.8	18.8	-	3.1	-	-	-
55 – 64 ปี	14.3	4.2	9.1	11.3	-	16.7	6.3	-	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	33.3	62.5	54.5	58.1	62.5	66.7	53.1	50.0	66.7	40.0
\$10,000 - \$19,999	47.6	37.5	36.4	32.3	31.3	33.3	34.4	25.0	33.3	60.0
\$20,000 - \$49,999	9.5	-	9.1	6.5	6.3	-	9.4	20.0	-	-
\$50,000 ขึ้นไป	9.5	-	-	3.2	-	-	3.1	5.0	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	33.3	45.8	27.3	25.8	50.0	33.3	34.4	35.0	16.7	40.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.5	8.3	27.3	12.9	6.3	-	12.5	10.0	16.7	-
พนักงานบริษัทเอกชน	28.6	29.2	27.3	12.9	12.5	16.7	21.9	20.0	16.7	40.0
พนักงานขาย ธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	4.8	-	-	-	-	16.7	-
แม่บ้าน	28.6	4.2	-	16.1	12.5	33.3	12.5	10.0	16.7	-
นักเรียน	-	12.5	18.2	27.4	18.8	16.7	18.8	25.0	16.7	20.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่ม</b>										
กลุ่มทั่วไป	100.0	100.0	100.0	98.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	-	1.6	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

**ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา**

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Bangkok	Hcmc	Ha noi	Singapore	Pattaya	Kuala Lumpur	Chiang mai	Seoul	Vientiane	Phuket
<b>ภาพรวม</b>	56.5	50.2	15.2	6.0	6.0	5.1	4.4	4.1	2.5	2.5
<b>เพศ</b>										
ชาย	52.2	53.0	15.7	6.7	6.0	5.2	4.5	4.5	0.7	0.7
หญิง	59.7	48.1	14.9	5.5	6.1	5.0	4.4	3.9	3.9	3.9
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	53.4	50.9	19.0	2.6	6.0	1.7	4.3	2.6	0.9	1.7
25 – 34 ปี	62.0	49.3	14.8	8.5	4.9	7.0	4.2	3.5	2.1	3.5
35 – 44 ปี	30.4	43.5	13.0	13.0	8.7	8.7	4.3	4.3	4.3	-
45 – 54 ปี	50.0	50.0	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	-
55 – 64 ปี	68.8	62.5	6.3	-	12.5	6.3	6.3	18.8	12.5	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	55.4	47.8	18.5	6.0	6.5	4.9	3.8	4.3	2.7	2.7
\$10,000- \$19,999	53.5	53.5	12.9	5.0	5.0	6.9	5.9	4.0	3.0	2.0
\$20,000 - \$49,999	76.9	50.0	3.8	7.7	3.8	-	3.8	3.8	-	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	75.0	-	25.0	25.0	-	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	59.4	54.2	12.5	8.3	4.2	3.1	5.2	6.3	4.2	2.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	61.1	44.4	11.1	11.1	8.3	-	5.6	2.8	2.8	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน										
ชาย ธุรกิจ	54.7	48.4	10.9	6.3	9.4	12.5	3.1	6.3	3.1	3.1
แรงงานและเกษตรกร	-	75.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	41.7	50.0	16.7	8.3	8.3	8.3	-	-	-	8.3
แม่บ้าน	57.7	53.8	15.4	3.8	7.7	11.5	7.7	-	3.8	3.8



ตารางที่ 8 (ต่อ) ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Bangkok	Hcmc	Ha noi	Singapore	Pattaya	Kuala Lumpur	Chiang mai	Seoul	Vientiane	Phuket
นักเรียน	57.1	46.8	23.4	-	3.9	1.3	3.9	2.6	-	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	56.6	50.8	15.1	6.1	6.1	4.8	4.5	3.9	2.6	2.6
กลุ่มศักยภาพสูง	50.0	-	25.0	-	-	25.0	-	25.0	-	-

ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Vietnam	Thailand	Singapore	Malaysia	China	Laos	Korea	Hong Kong	France	USA
<b>ภาพรวม</b>	66.0	58.7	6.0	5.4	4.1	3.2	3.2	1.9	1.3	1.0
<b>เพศ</b>										
ชาย	71.6	55.2	6.7	5.2	4.5	1.5	4.5	2.2	1.5	1.5
หญิง	61.9	61.3	5.5	5.5	3.9	4.4	2.2	1.7	1.1	0.6
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	67.2	56.0	2.6	1.7	-	0.9	2.6	0.9	0.9	1.7
25 – 34 ปี	67.6	64.1	8.5	7.0	6.3	2.8	2.8	2.8	1.4	-
35 – 44 ปี	52.2	34.8	13.0	13.0	8.7	4.3	4.3	-	-	-
45 – 54 ปี	56.3	50.0	6.3	6.3	0.0	6.3	6.3	6.3	6.3	-
55 – 64 ปี	75.0	68.8	-	6.3	12.5	12.5	6.3	-	-	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	100.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	66.3	58.2	6.0	4.9	3.3	3.3	2.7	1.1	1.1	0.5
\$10,000- \$19,999	69.3	55.4	5.0	7.9	5.9	4.0	4.0	3.0	2.0	1.0
\$20,000 - \$49,999	50.0	76.9	7.7	-	3.8	-	3.8	3.8	-	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	75.0	50.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	65.6	60.4	8.3	3.1	5.2	4.2	4.2	1.0	1.0	1.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	58.3	66.7	11.1	-	8.3	2.8	2.8	11.1	2.8	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	60.9	60.9	6.3	14.1	6.3	4.7	4.7	-	1.6	-
ชาย ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	100.0	-	25.0	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 9 (ต่อ) ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Vietnam	Thailand	Singapore	Malaysia	China	Laos	Korea	Hong Kong	France	USA
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	75.0	41.7	8.3	8.3	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	69.2	57.7	3.8	11.5	3.8	7.7	-	-	-	-
นักเรียน	70.1	57.1	-	1.3	-	-	2.6	1.3	1.3	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>										
กลุ่มทั่วไป	66.6	58.8	6.1	5.1	4.2	3.2	2.9	1.9	1.0	0.6
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	50.0	-	25.0	-	-	25.0	-	25.0	25.0

ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)							
	ที่พัก (บาท)	จำนวน (ราย)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	จำนวน (ราย)	การซื้อป๊ิง (บาท)	จำนวน (ราย)	ความบันเทิง และกิจกรรมใน การท่องเที่ยว อื่นๆ(บาท)	จำนวน (ราย)
<b>ภาพรวม</b>	3,550.5	302	4,255.87	311	7,043.6	312	3,470.65	298
<b>เพศ</b>								
ชาย	3,253.6	131	3,828.50	132	5,470.5	133	3,771.19	129
หญิง	3,778.0	171	4,571.03	179	8,212.4	179	3,241.24	169
<b>กลุ่มอายุ</b>								
ต่ำกว่า 25 ปี	3,215.8	114	3,559.88	115	6,125.3	115	3,643.21	109
25 – 34 ปี	3,310.4	137	4,335.54	139	7,628.7	140	3,223.31	134
35 – 44 ปี	5,725.7	20	5,836.09	23	8,666.5	23	4,269.55	22
45 – 54 ปี	5,546.9	15	5,831.88	16	7,595.0	16	4,039.69	16
55 – 64 ปี	3,544.3	15	4,281.88	16	6,151.6	16	2,924.33	15
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1,240.0	1	7,750.00	2	2,945.0	2	1,395.00	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>								
น้อยกว่า \$10,000	3,081.2	180	3,921.75	183	5,881.5	182	3,353.31	175
\$10,000 - \$19,999	4,011.9	94	4,826.92	99	7,805.8	100	3,577.53	94
\$20,000 - \$49,999	4,899.3	24	4,067.20	25	11,887.3	26	3,744.80	25
\$50,000 ขึ้นไป	5,735.0	4	6,587.50	4	9,377.5	4	4,378.75	4
<b>อาชีพ</b>								
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ ด้าน	3,767.6	95	4,619.32	96	7,203.4	95	3,492.55	92
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	4,322.3	35	4,718.38	34	9,866.9	35	3,996.09	32
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน ขาย ธุรกิจ	4,230.5	60	4,303.10	63	6,864.3	63	3,666.64	61
แรงงานและเกษตรกร	2,557.5	4	4,185.00	4	5,502.5	4	6,045.00	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3,105.2	12	4,314.17	12	6,613.3	12	5,786.67	12
แม่บ้าน	3,864.2	20	5,281.92	26	9,111.6	26	2,757.71	24
นักเรียน	2,427.0	76	3,194.22	76	5,158.5	77	2,761.55	73
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>								
กลุ่มทั่วไป	3,275.7	298	4,129.6	307	6,913.60	308	3,382.9	294
กลุ่มศักยภาพสูง	24,025.0	4	13,950.0	4	17,050.00	4	9,920.0	4

**ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา**

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง					
	เที่ยวบินปกติ	เครื่องบินเช่า	รถบัส/แท็กซี่	รถส่วนตัว	รถไฟ	เรือเฟอร์รี่
<b>ภาพรวม</b>	40.0	1.0	70.5	45.4	2.5	1.3
<b>เพศ</b>						
ชาย	39.6	1.5	70.9	38.8	1.5	0.7
หญิง	40.3	0.6	70.2	50.3	3.3	1.7
<b>กลุ่มอายุ</b>						
ต่ำกว่า 25 ปี	37.1	1.7	81.0	37.9	1.7	0.9
25 – 34 ปี	40.1	0.7	62.7	52.1	2.8	1.4
35 – 44 ปี	43.5	-	69.6	34.8	4.3	4.3
45 – 54 ปี	37.5	-	68.8	50.0	-	-
55 – 64 ปี	56.3	-	68.8	50.0	6.3	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	-	50.0	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>						
น้อยกว่า \$10,000	41.8	1.6	69.6	41.3	1.6	1.1
\$10,000 - \$19,999	32.7	-	71.3	52.5	4.0	2.0
\$20,000 - \$49,999	50.0	-	73.1	50.0	3.8	-
\$50,000 ขึ้นไป	75.0	-	75.0	25.0	-	-
<b>อาชีพ</b>						
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	41.7	1.0	68.8	47.9	1.0	2.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	44.4	-	77.8	55.6	2.8	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	43.8	1.6	70.3	45.3	6.3	1.6
<b>ชาย ธุรกิจ</b>						
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	100.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	25.0	-	58.3	50.0	-	-
แม่บ้าน	46.2	-	61.5	50.0	3.8	-
นักเรียน	35.1	1.3	77.9	32.5	1.3	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>						
กลุ่มทั่วไป	39.5	1.0	70.4	45.7	2.3	1.3
กลุ่มศักยภาพสูง	75.0	-	75.0	25.0	25.0	-

ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ข้อมูลจากการบอกเล่า	ทีวี	นิตยสารท่องเที่ยว	นิตยสารทั่วไป	บริษัททัวร์	สิ่งคมออนไลน์	หนังสือพิมพ์	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการเดินทาง	วิทยุ	พอร์ทัลเน็ต / อี-แมกกาซีน / อี-บุ๊ก	โปสเตอร์	หน้าเว็บไซต์	สมาร์ตโฟน	ป้ายประกาศ	สารคดี
ภาพรวม	48.9	28.3	21.0	21.0	16.8	11.7	9.5	9.5	8.6	8.3	7.3	3.8	2.9	1.0	1.0	0.6
<b>เพศ</b>																
ชาย	41.0	26.9	19.4	28.4	12.7	11.9	9.7	6.7	10.4	10.4	9.0	6.0	5.2	0.7	0.7	0.7
หญิง	54.7	29.3	22.1	15.5	19.9	11.6	9.4	11.6	7.2	6.6	6.1	2.2	1.1	1.1	1.1	0.6
<b>กลุ่มอายุ</b>																
ต่ำกว่า 25 ปี	42.2	27.6	25.9	15.5	15.5	15.5	8.6	10.3	14.7	7.8	7.8	-	5.2	0.0	1.7	1.7
25 – 34 ปี	45.1	26.8	17.6	28.2	16.9	9.2	11.3	8.5	7.0	9.2	8.5	7.0	2.1	2.1	0.7	-
35 – 44 ปี	73.9	43.5	17.4	13.0	8.7	13.0	4.3	4.3	-	8.7	8.7	4.3	-	-	-	-
45 – 54 ปี	68.8	31.3	31.3	18.8	12.5	12.5	6.3	6.3	-	12.5	-	-	-	-	-	-
55 – 64 ปี	68.8	18.8	12.5	12.5	43.8	6.3	12.5	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>																
น้อยกว่า \$10,000	46.2	26.1	21.7	23.4	16.3	13.6	9.8	9.2	8.7	9.8	6.0	4.3	2.7	1.6	0.5	-
\$10,000 - \$19,999	53.5	30.7	19.8	19.8	14.9	8.9	9.9	10.9	9.9	4.0	7.9	4.0	3.0	-	2.0	1.0
\$20,000 - \$49,999	53.8	34.6	19.2	11.5	30.8	11.5	3.8	7.7	3.8	3.8	15.4	-	-	-	-	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	25.0	25.0	-	-	-	25.0	-	-	75.0	-	-	25.0	-	-	-
<b>อาชีพ</b>																
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	45.8	27.1	15.6	27.1	16.7	12.5	10.4	13.5	5.2	6.3	10.4	6.3	1.0	1.0	-	1.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	50.0	30.6	19.4	13.9	27.8	22.2	13.9	2.8	5.6	-	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	-

ตารางที่ 12 (ต่อ) ร้อยละช่องทางที่ใช้ตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง															
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	ทีวี	นิตยสารท่องเที่ยว	นิตยสารทั่วไป	บริษัททัวร์	สังคมออนไลน์	หนังสือพิมพ์	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการเดินทาง	วิทยุ	ฟอร์เวิร์ดเมล / อี-แมกกาซีน / อี-โปสเตอร์	หน้าเว็บไซต์	สมาร์ทโฟน	ป้ายประกาศ	สารคดี	
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	53.1	31.3	18.8	28.1	18.8	6.3	12.5	4.7	6.3	7.8	7.8	-	-	1.6	1.6	-
แรงงานและเกษตรกร	75.0	25.0	25.0	25.0	-	-	-	25.0	-	25.0	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	75.0	33.3	8.3	8.3	16.7	-	8.3	-	8.3	16.7	16.7	8.3	-	-	-	-
แม่บ้าน	65.4	23.1	30.8	11.5	23.1	7.7	7.7	15.4	3.8	7.7	-	3.8	-	-	-	-
นักเรียน	37.7	27.3	28.6	15.6	9.1	14.3	5.2	10.4	18.2	13.0	6.5	3.9	7.8	-	1.3	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>																
กลุ่มทั่วไป	48.6	28.3	20.9	21.2	17.0	11.9	9.6	9.6	8.7	8.4	7.1	3.9	2.6	1.0	0.6	0.6
กลุ่มศักยภาพสูง	75.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-	25.0	-	25.0	-	25.0	-

**ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา**

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	ทีวี	นิตยสารท่องเที่ยว	นิตยสารทั่วไป	ตัวแทนการท่องเที่ยว	สังคมออนไลน์	หนังสือพิมพ์	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการเดินทาง	วิทยุ
<b>ภาพรวม</b>	4.7	2.6	2.0	2.0	1.6	1.1	0.9	0.9	0.8	0.8
<b>เพศ</b>										
ชาย	4.0	2.5	1.9	2.7	1.2	1.1	0.9	0.6	1.0	1.0
หญิง	5.3	2.7	2.1	1.5	1.9	1.1	0.9	1.1	0.7	0.6
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	4.1	2.5	2.5	1.4	1.5	1.5	0.8	1.0	1.4	0.7
25 – 34 ปี	4.4	2.5	1.7	2.7	1.6	0.9	1.1	0.8	0.7	0.9
35 – 44 ปี	7.3	4.0	1.6	1.2	0.9	1.2	0.4	0.4	-	0.8
45 – 54 ปี	6.8	2.8	3.0	1.8	1.1	1.2	0.6	0.6	-	1.1
55 – 64 ปี	6.4	1.7	1.3	1.2	4.3	0.6	1.3	2.4	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	9.5	5.0	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	4.5	2.4	2.1	2.2	1.6	1.3	0.9	0.9	0.8	0.9
\$10,000 - \$19,999	5.2	2.8	1.9	1.9	1.4	0.8	0.9	1.0	1.0	0.4
\$20,000 - \$49,999	5.3	3.1	1.9	1.1	3.0	1.0	0.3	0.7	0.3	0.3
\$50,000 ขึ้นไป	2.5	2.5	2.3	-	-	-	2.3	-	-	7.0
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	4.4	2.5	1.5	2.6	1.6	1.2	1.0	1.3	0.5	0.6
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	4.9	2.8	1.9	1.3	2.7	2.1	1.3	0.3	0.5	-
พนักงานบริษัทเอกชน	5.1	2.9	1.8	2.7	1.8	0.6	1.2	0.4	0.6	0.7
พนักงานขาย ธุรกิจ	7.3	2.5	2.3	2.5	-	-	-	2.3	-	2.3



**ตารางที่ 13 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา**

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	ทีวี	นิตยสารท่องเที่ยว	นิตยสารทั่วไป	ตัวแทนการท่องเที่ยว	สังคมออนไลน์	หนังสือพิมพ์	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการเดินทาง	วิทยุ
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.3	3.0	0.8	0.8	1.7	-	0.8	-	0.8	1.6
แม่บ้าน	6.3	2.2	2.9	1.1	2.2	0.7	0.7	1.5	0.3	0.7
นักเรียน	3.6	2.5	2.8	1.4	0.9	1.4	0.5	1.0	1.7	1.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
<b>กลุ่ม</b>										
กลุ่มทั่วไป	4.7	2.6	2.0	2.0	1.6	1.1	0.9	0.9	0.8	0.8
กลุ่มศักยภาพสูง	7.3	2.3	2.3	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของท้องถิ่น	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	อาหารและเครื่องดื่ม	อากาศดี	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม	แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
<b>ภาพรวม</b>	87.9	63.5	60.3	53.3	46.7	45.4	45.4	42.2	24.8	21.6
<b>เพศ</b>										
ชาย	87.3	62.7	63.4	53.0	47.8	41.0	52.2	44.0	26.9	16.4
หญิง	88.4	64.1	58.0	53.6	45.9	48.6	40.3	40.9	23.2	25.4
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	92.2	64.7	58.6	53.4	55.2	48.3	43.1	49.1	18.1	14.7
25 - 34 ปี	86.6	63.4	63.4	54.9	44.4	40.1	47.9	38.7	29.6	21.8
35 - 44 ปี	78.3	39.1	47.8	60.9	39.1	56.5	47.8	39.1	26.1	34.8
45 - 54 ปี	87.5	75.0	68.8	43.8	37.5	50.0	31.3	18.8	25.0	31.3
55 - 64 ปี	81.3	75.0	50.0	43.8	31.3	50.0	43.8	56.3	25.0	43.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	100.0	-	-	50.0	100.0	-	50.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	89.7	67.4	64.7	52.2	48.4	42.9	48.4	38.0	20.7	21.7
\$10,000 - \$19,999	86.1	58.4	52.5	56.4	44.6	48.5	40.6	52.5	30.7	21.8
\$20,000 - \$49,999	88.5	57.7	53.8	50.0	50.0	53.8	42.3	26.9	19.2	23.1
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	50.0	100.0	50.0	-	25.0	50.0	75.0	100.0	-
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	85.4	64.6	62.5	51.0	40.6	40.6	49.0	39.6	29.2	25.0

ตารางที่ 14 (ต่อ) ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	เป็นความรู้อีกว่าคุ้มค่า	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	อาหารและเครื่องดื่ม	อากาศดี	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	91.7	63.9	63.9	50.0	44.4	50.0	36.1	38.9	25.0	22.2
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	89.1	70.3	57.8	53.1	43.8	45.3	37.5	42.2	23.4	23.4
ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	100.0	75.0	75.0	-	50.0	75.0	75.0	25.0	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	75.0	58.3	50.0	66.7	50.0	41.7	50.0	66.7	25.0	16.7
แม่บ้าน	80.8	50.0	65.4	42.3	42.3	61.5	57.7	34.6	26.9	30.8
นักเรียน	92.2	61.0	57.1	62.3	58.4	42.9	45.5	46.8	19.5	14.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	88.4	63.7	59.8	54.0	46.6	45.7	45.7	41.8	24.1	21.5
กลุ่มศักยภาพสูง	50.0	50.0	100.0	-	50.0	25.0	25.0	75.0	75.0	25.0

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	มิตรภาพของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	การแนะนำจากเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว	อาหารและเครื่องดื่ม	สภาพอากาศที่ดี	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม	โปรโมชั่นแพ็คเกจการท่องเที่ยว
<b>ภาพรวม</b>	7.9	5.1	4.8	4.3	3.7	3.6	3.4	3.2	1.8	1.6
<b>เพศ</b>										
ชาย	7.8	5.0	5.0	4.2	3.8	3.3	4.0	3.3	2.0	1.2
หญิง	7.9	5.2	4.6	4.4	3.6	3.8	3.0	3.1	1.8	1.9
<b>กลุ่มอายุ</b>										
ต่ำกว่า 25 ปี	8.3	5.0	4.6	4.3	4.4	3.8	3.3	3.7	1.4	1.1
25 – 34 ปี	7.7	5.2	5.1	4.5	3.5	3.2	3.6	2.9	2.1	1.6
35 – 44 ปี	7.3	3.7	3.6	4.7	3.0	4.4	3.7	2.9	2.0	2.5
45 – 54 ปี	7.9	5.7	5.4	3.3	2.9	4.3	2.2	1.8	1.9	2.4
55 – 64 ปี	7.3	6.4	4.2	3.7	2.4	3.9	3.4	3.8	1.8	3.1
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	8.0	10.0	6.0	-	-	4.0	8.5	-	3.5	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>										
น้อยกว่า \$10,000	8.0	5.4	5.1	4.2	3.8	3.4	3.7	2.8	1.6	1.7
\$10,000 - \$19,999	7.8	4.8	4.3	4.5	3.5	3.9	3.0	4.0	2.2	1.5
\$20,000 - \$49,999	7.9	4.3	4.3	3.9	4.0	4.4	3.4	2.2	1.3	1.8
\$50,000 ขึ้นไป	5.0	4.3	7.5	4.5	-	1.8	3.8	6.0	7.3	-
<b>อาชีพ</b>										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	7.8	5.2	5.0	4.0	3.2	3.2	3.7	2.9	2.2	1.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	8.0	4.9	4.9	4.3	3.4	4.1	2.7	3.1	1.9	1.5

ตารางที่ 15 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	มิตรภาพของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	การแนะนำจากเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว	อาหารและเครื่องดื่ม	สภาพอากาศที่ดี	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม	โปรโมชั่นแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	8.1	5.7	4.5	4.2	3.4	3.5	2.8	3.2	1.8	1.8
แรงงานและเกษตรกร	8.3	7.0	7.0	0.0	4.0	5.8	5.0	1.5	1.5	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.2	5.3	4.0	5.2	3.8	2.9	3.8	4.9	1.8	1.3
แม่บ้าน	7.2	4.3	5.1	3.5	3.3	5.0	4.4	2.6	1.8	2.2
นักเรียน	8.0	4.7	4.6	5.1	4.7	3.4	3.5	3.5	1.5	1.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
<b>กลุ่ม</b>										
กลุ่มทั่วไป	7.9	5.1	4.7	4.4	3.7	3.6	3.5	3.1	1.8	1.6
กลุ่มศักยภาพสูง	3.8	4.0	8.3	-	4.0	2.3	1.5	6.5	5.8	1.5

ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	23.5	34.9	36.2	12.7	50.5	41.0	30.8	12.7	75.6	47.3	25.1	1.3
<b>เพศ</b>												
ชาย	28.4	37.3	32.1	10.4	53.7	42.5	29.1	9.0	77.6	46.3	23.9	-
หญิง	19.9	33.1	39.2	14.4	48.1	39.8	32.0	15.5	74.0	48.1	26.0	2.2
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	22.4	33.6	26.7	12.1	51.7	39.7	25.9	14.7	76.7	52.6	28.4	0.9
25 – 34 ปี	27.5	40.1	43.7	12.7	49.3	46.5	36.6	9.9	76.1	42.3	26.1	-
35 – 44 ปี	8.7	17.4	34.8	17.4	47.8	26.1	26.1	13.0	73.9	52.2	17.4	4.3
45 – 54 ปี	25.0	25.0	56.3	12.5	43.8	25.0	31.3	25.0	68.8	50.0	6.3	6.3
55 – 64 ปี	18.8	25.0	12.5	6.3	62.5	37.5	18.8	12.5	68.8	50.0	25.0	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	100.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	26.1	39.1	35.9	15.2	50.5	40.2	31.0	13.0	73.4	47.3	25.0	1.1
\$10,000 - \$19,999	16.8	28.7	38.6	10.9	48.5	44.6	27.7	11.9	84.2	49.5	21.8	-
\$20,000 - \$49,999	26.9	23.1	26.9	-	50.0	30.8	34.6	11.5	61.5	34.6	38.5	7.7
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	75.0	50.0	25.0	100.0	50.0	75.0	25.0	50.0	75.0	25.0	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	26.0	39.6	45.8	17.7	46.9	45.8	26.0	13.5	75.0	46.9	29.2	-
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	27.8	25.0	5.6	55.6	36.1	25.0	8.3	66.7	36.1	25.0	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	17.2	35.9	34.4	10.9	45.3	37.5	39.1	9.4	76.6	48.4	17.2	3.1
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	50.0	75.0	50.0	-	50.0	25.0	50.0	-	75.0	50.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	41.7	25.0	16.7	75.0	41.7	25.0	-
แม่บ้าน	11.5	23.1	38.5	7.7	53.8	42.3	50.0	23.1	84.6	46.2	23.1	3.8
นักเรียน	27.3	36.4	27.3	13.0	55.8	40.3	26.0	13.0	76.6	53.2	28.6	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	23.5	34.7	36.3	12.9	50.2	41.2	30.9	12.9	75.6	47.9	25.1	1.3
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	50.0	25.0	-	75.0	25.0	25.0	-	75.0	-	25.0	-

ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	16.5	40.0	36.2	13.7	37.1	36.2	31.1	13.0	62.9	40.6	22.9	1.0
<b>เพศ</b>												
ชาย	18.7	41.0	31.3	11.9	36.6	38.8	32.1	11.9	61.9	44.8	24.6	0.7
หญิง	14.9	39.2	39.8	14.9	37.6	34.3	30.4	13.8	63.5	37.6	21.5	1.1
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	19.8	42.2	35.3	19.0	37.1	37.9	28.4	11.2	67.2	43.1	30.2	-
25 – 34 ปี	17.6	39.4	35.2	9.9	38.0	35.9	32.4	13.4	59.2	38.0	16.2	0.7
35 – 44 ปี	4.3	39.1	47.8	13.0	39.1	30.4	56.5	4.3	65.2	60.9	13.0	-
45 – 54 ปี	12.5	43.8	31.3	18.8	12.5	31.3	25.0	18.8	56.3	31.3	31.3	6.3
55 – 64 ปี	6.3	25.0	43.8	-	43.8	31.3	12.5	25.0	62.5	31.3	37.5	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	50.0	100.0	100.0	-	50.0	100.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	20.7	40.2	39.1	16.8	40.8	34.2	27.2	14.1	63.6	40.2	21.7	0.5
\$10,000 - \$19,999	7.9	37.6	33.7	11.9	28.7	41.6	38.6	11.9	65.3	42.6	21.8	-
\$20,000 - \$49,999	19.2	46.2	23.1	-	42.3	26.9	34.6	11.5	50.0	42.3	38.5	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	-	25.0
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	19.8	43.8	36.5	14.6	35.4	33.3	28.1	6.3	62.5	40.6	18.8	-
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	11.1	38.9	36.1	8.3	38.9	38.9	38.9	25.0	50.0	30.6	33.3	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	12.5	32.8	40.6	6.3	29.7	29.7	29.7	14.1	62.5	37.5	15.6	1.6
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	50.0	50.0	25.0	50.0	75.0	75.0	25.0	100.0	75.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	25.0	33.3	16.7	41.7	33.3	50.0	16.7	58.3	58.3	25.0	-
แม่บ้าน	7.7	30.8	50.0	11.5	46.2	46.2	26.9	23.1	65.4	34.6	23.1	3.8
นักเรียน	23.4	46.8	27.3	20.8	40.3	39.0	28.6	10.4	67.5	45.5	29.9	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	16.7	40.2	36.0	13.8	37.0	36.3	31.2	13.2	63.0	40.8	22.8	1.0
กลุ่มศักยภาพสูง	-	25.0	50.0	-	50.0	25.0	25.0	-	50.0	25.0	25.0	-

## ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

## ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	16.8	34.9	32.1	13.0	33.7	39.0	31.1	18.1	61.0	35.2	19.4	1.9
<b>เพศ</b>												
ชาย	16.4	40.3	28.4	9.7	36.6	39.6	32.8	16.4	62.7	32.8	15.7	1.5
หญิง	17.1	30.9	34.8	15.5	31.5	38.7	29.8	19.3	59.7	37.0	22.1	2.2
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	18.1	36.2	28.4	12.9	33.6	37.1	28.4	24.1	72.4	42.2	28.4	0.9
25 – 34 ปี	19.7	39.4	33.8	9.9	31.0	40.1	33.8	12.7	55.6	33.1	15.5	1.4
35 – 44 ปี	4.3	17.4	30.4	30.4	39.1	47.8	43.5	21.7	52.2	30.4	8.7	4.3
45 – 54 ปี	6.3	25.0	43.8	12.5	37.5	31.3	12.5	25.0	43.8	18.8	6.3	6.3
55 – 64 ปี	12.5	25.0	31.3	18.8	37.5	43.8	25.0	6.3	56.3	25.0	18.8	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	-	100.0	-	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	20.7	39.7	29.3	14.7	31.5	36.4	26.6	16.3	58.7	33.2	16.3	1.6
\$10,000 - \$19,999	10.9	27.7	39.6	11.9	34.7	46.5	38.6	23.8	64.4	40.6	22.8	-
\$20,000 - \$49,999	11.5	30.8	26.9	7.7	46.2	23.1	38.5	11.5	57.7	34.6	30.8	11.5
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	25.0	-	-	25.0	75.0	-	-	100.0	-	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	25.0	39.6	36.5	10.4	37.5	41.7	27.1	18.8	61.5	39.6	19.8	1.0
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.4	33.3	30.6	11.1	33.3	30.6	38.9	22.2	61.1	27.8	22.2	5.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	7.8	26.	23.4	3.1	29.7	37.5	34.4	10.9	59.4	29.7	17.2	1.6
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	75.0	50.0	-	25.0	50.0	50.0	-	75.0	75.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	8.3	50.0	33.3	33.3	25.0	58.3	25.0	16.7	50.0	33.3	16.7	-
แม่บ้าน	11.5	19.2	42.3	30.8	46.2	57.7	30.8	23.1	57.7	42.3	3.8	3.8
นักเรียน	15.6	37.7	29.9	16.9	29.9	31.2	29.9	20.8	63.6	33.8	26.0	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	17.0	35.4	32.2	13.2	33.8	39.5	30.9	18.3	60.5	35.7	19.3	1.9
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	25.0	-	25.0	-	50.0	-	100.0	-	25.0	-



ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	21.0	29.5	22.9	9.8	34.9	25.1	20.6	13.0	64.4	41.9	15.9	1.9
<b>เพศ</b>												
ชาย	23.9	30.6	19.4	8.2	35.1	19.4	20.9	9.0	70.1	41.8	14.9	0.7
หญิง	18.8	28.7	25.4	11.0	34.8	29.3	20.4	16.0	60.2	42.0	16.6	2.8
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	29.3	35.3	19.8	13.8	37.9	19.0	17.2	13.8	64.7	37.1	19.0	-
25 – 34 ปี	16.9	31.0	19.0	7.7	32.4	28.9	21.8	13.4	66.2	42.3	12.0	1.4
35 – 44 ปี	-	17.4	39.1	-	39.1	26.1	21.7	8.7	65.2	52.2	13.0	8.7
45 – 54 ปี	25.0	18.8	37.5	12.5	18.8	37.5	31.3	6.3	62.5	62.5	12.5	-
55 – 64 ปี	25.0	6.3	31.3	12.5	50.0	12.5	18.8	18.8	43.8	37.5	31.3	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	100.0	-	-	100.0	50.0	-	100.0	50.0	50.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	21.7	28.8	22.3	9.8	35.3	25.0	17.4	12.5	63.6	43.5	15.2	1.6
\$10,000 - \$19,999	19.8	29.7	24.8	11.9	36.6	27.7	24.8	17.8	64.4	39.6	17.8	2.0
\$20,000 - \$49,999	11.5	30.8	19.2	3.8	30.8	11.5	30.8	-	73.1	38.5	15.4	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	75.0	50.0	25.0	-	-	50.0	-	-	50.0	50.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	17.7	34.4	30.2	10.4	37.5	25.0	16.7	15.6	67.7	50.0	15.6	2.1
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	27.8	36.1	13.9	11.1	27.8	19.4	16.7	13.9	66.7	19.4	8.3	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	10.9	17.2	23.4	7.8	28.1	26.6	28.1	9.4	59.4	37.5	14.1	1.6
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	-	50.0	25.0	-	25.0	50.0	50.0	-	100.0	50.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	8.3	-	8.3	41.7	8.3	25.0	33.3	50.0	58.3	8.3	-
แม่บ้าน	23.1	7.7	30.8	11.5	42.3	38.5	26.9	7.7	57.7	50.0	26.9	7.7
นักเรียน	31.2	40.3	18.2	10.4	37.7	23.4	16.9	11.7	66.2	40.3	19.5	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	20.9	29.3	22.8	10.0	35.4	25.4	20.6	13.2	64.0	42.4	16.1	1.9
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	50.0	25.0	-	-	-	25.0	-	100.0	-	-	-

ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	23.2	34.3	31.4	12.7	30.5	31.7	29.2	13.3	61.3	31.4	18.4	1.3
<b>เพศ</b>												
ชาย	25.4	32.8	29.9	11.9	34.3	33.6	26.9	11.2	62.7	32.1	18.7	-
หญิง	21.5	35.4	32.6	13.3	27.6	30.4	30.9	14.9	60.2	30.9	18.2	2.2
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	31.0	39.7	27.6	16.4	26.7	29.3	27.6	15.5	61.2	35.3	19.8	0.9
25 – 34 ปี	20.4	32.4	32.4	8.5	33.1	30.3	30.3	12.0	64.1	28.9	17.6	1.4
35 – 44 ปี	8.7	30.4	47.8	13.0	39.1	43.5	43.5	4.3	47.8	43.5	13.0	-
45 – 54 ปี	18.8	18.8	31.3	12.5	18.8	37.5	18.8	12.5	62.5	25.0	12.5	-
55 – 64 ปี	12.5	31.3	25.0	18.8	31.3	37.5	25.0	18.8	56.3	18.8	31.3	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	27.7	36.4	34.2	10.3	31.5	28.3	25.0	13.0	60.3	29.9	14.1	1.1
\$10,000 - \$19,999	15.8	26.7	31.7	18.8	29.7	39.6	40.6	14.9	59.4	32.7	22.8	2.0
\$20,000 - \$49,999	19.2	46.2	11.5	7.7	26.9	30.8	19.2	7.7	69.2	30.8	34.6	-
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	50.0	25.0	-	25.0	-	-	25.0	100.0	75.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	22.9	37.5	31.3	9.4	31.3	29.2	28.1	11.5	67.7	29.2	19.8	2.1
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	38.9	41.7	13.9	33.3	30.6	30.6	19.4	50.0	27.8	27.8	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	12.5	21.9	29.7	6.3	21.9	31.3	29.7	7.8	64.1	29.7	17.2	-
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	-	25.0	25.0	25.0	-	50.0	25.0	50.0	50.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	50.0	16.7	8.3	50.0	25.0	50.0	8.3	58.3	33.3	16.7	-
แม่บ้าน	19.2	23.1	50.0	19.2	38.5	50.0	34.6	19.2	50.0	30.8	11.5	3.8
นักเรียน	35.1	41.6	24.7	19.5	29.9	32.5	23.4	15.6	61.0	36.4	16.9	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	23.2	34.7	31.8	12.5	30.9	31.8	29.6	13.2	61.1	31.5	18.6	1.3
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	-	-	25.0	-	25.0	-	25.0	75.0	25.0	-	-

ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความปลอดภัย											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	35.2	43.2	32.7	17.1	36.8	39.4	27.6	19.0	51.4	41.0	30.5	2.5
<b>เพศ</b>												
ชาย	42.5	44.0	29.1	14.9	32.8	38.8	26.1	17.2	48.5	38.8	29.1	2.2
หญิง	29.8	42.5	35.4	18.8	39.8	39.8	28.7	20.4	53.6	42.5	31.5	2.8
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	45.7	49.1	33.6	20.7	44.0	34.5	28.4	19.0	55.2	48.3	32.8	0.9
25 – 34 ปี	33.1	42.3	31.7	14.8	31.0	45.1	25.4	21.1	48.6	35.9	30.3	3.5
35 – 44 ปี	8.7	21.7	43.5	21.7	30.4	52.2	39.1	21.7	60.9	43.5	17.4	-
45 – 54 ปี	31.3	37.5	31.3	12.5	37.5	25.0	18.8	-	37.5	31.3	43.8	-
55 – 64 ปี	25.0	43.8	25.0	12.5	37.5	18.8	37.5	18.8	50.0	37.5	25.0	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	-	100.0	50.0	-	-	50.0	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	38.0	42.9	32.1	16.8	33.7	39.1	23.9	17.9	47.3	40.8	31.0	3.3
\$10,000 - \$19,999	31.7	43.6	34.7	18.8	40.6	43.6	31.7	18.8	58.4	42.6	28.7	2.0
\$20,000 - \$49,999	26.9	42.3	30.8	15.4	46.2	26.9	42.3	23.1	61.5	30.8	38.5	-
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	50.0	25.0	-	25.0	25.0	-	50.0	-	75.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	34.4	50.0	34.4	16.7	35.4	36.5	21.9	16.7	49.0	41.7	35.4	2.1
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	38.9	30.6	38.9	22.2	47.2	47.2	30.6	25.0	55.6	25.0	36.1	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	31.3	35.9	35.9	12.5	29.7	46.9	31.3	18.8	48.4	42.2	21.9	4.7
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	50.0	-	100.0	100.0	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	41.7	33.3	16.7	41.7	25.0	25.0	25.0	50.0	50.0	33.3	8.3
แม่บ้าน	15.4	46.2	23.1	7.7	38.5	50.0	26.9	11.5	53.8	30.8	26.9	3.8
นักเรียน	48.1	45.5	28.6	22.1	39.0	32.5	29.9	22.1	51.9	45.5	29.9	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	35.0	42.8	32.5	17.4	37.3	39.9	28.0	19.0	52.1	41.2	30.5	2.3
กลุ่มศักยภาพสูง	50.0	75.0	50.0	-	-	-	-	25.0	-	25.0	25.0	25.0

ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับการช้อปปิ้ง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	22.5	34.3	25.7	10.8	27.9	23.5	20.0	7.6	75.9	46.0	12.1	1.6
<b>เพศ</b>												
ชาย	27.6	32.1	20.1	9.0	27.6	23.9	20.1	6.0	74.6	47.0	10.4	0.7
หญิง	18.8	35.9	29.8	12.2	28.2	23.2	19.9	8.8	76.8	45.3	13.3	2.2
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	29.3	34.5	26.7	16.4	27.6	24.1	18.1	6.9	78.4	48.3	19.0	-
25 – 34 ปี	21.1	35.2	27.5	5.6	28.2	25.4	21.8	7.7	73.9	45.1	6.3	1.4
35 – 44 ปี	13.0	30.4	26.1	4.3	30.4	13.0	21.7	8.7	73.9	43.5	8.7	4.3
45 – 54 ปี	12.5	31.3	12.5	12.5	31.3	12.5	6.3	6.3	87.5	50.0	12.5	6.3
55 – 64 ปี	12.5	31.3	18.8	18.8	18.8	25.0	25.0	6.3	68.8	43.8	18.8	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	24.5	38.0	26.6	12.0	26.6	23.9	19.6	8.2	73.9	41.3	10.3	1.6
\$10,000 - \$19,999	20.8	32.7	26.7	8.9	30.7	26.7	19.8	5.9	79.2	55.4	13.9	-
\$20,000 - \$49,999	15.4	19.2	19.2	11.5	30.8	7.7	23.1	11.5	73.1	38.5	19.2	7.7
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	-	-	-	-	25.0	25.0	-	100.0	75.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	26.0	30.2	29.2	13.5	35.4	25.0	16.7	8.3	84.4	45.8	10.4	1.0
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	25.0	38.9	25.0	5.6	25.0	16.7	22.2	2.8	72.2	41.7	8.3	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	10.9	28.1	20.3	4.7	17.2	29.7	20.3	3.1	68.8	43.8	7.8	4.7
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	-	75.0	25.0	-	50.0	-	25.0	25.0	75.0	50.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	33.3	16.7	-	33.3	16.7	33.3	8.3	91.7	50.0	8.3	-
แม่บ้าน	19.2	50.0	23.1	23.1	19.2	19.2	19.2	15.4	73.1	50.0	11.5	-
นักเรียน	27.3	35.1	28.6	13.0	29.9	23.4	20.8	9.1	71.4	48.1	20.8	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	22.8	34.4	25.7	10.9	28.0	23.5	20.3	7.7	75.6	46.3	12.2	1.6
กลุ่มศักยภาพสูง	-	25.0	25.0	-	25.0	25.0	-	-	100.0	25.0	-	-

ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับเล่นกอล์ฟ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	15.6	19.7	28.9	13.3	29.2	21.0	17.5	11.1	38.4	13.0	32.1	18.7
<b>เพศ</b>												
ชาย	14.9	23.1	26.1	9.7	26.9	25.4	21.6	8.2	45.5	14.2	35.8	12.7
หญิง	16.0	17.1	30.9	16.0	30.9	17.7	14.4	13.3	33.1	12.2	29.3	23.2
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	15.5	24.1	32.8	15.5	37.1	28.4	19.0	12.1	44.0	15.5	25.0	11.2
25 – 34 ปี	16.9	19.0	26.8	13.4	23.9	17.6	16.9	9.2	37.3	11.3	38.0	21.8
35 – 44 ปี	21.7	13.0	30.4	8.7	21.7	21.7	17.4	13.0	34.8	8.7	26.1	21.7
45 – 54 ปี	6.3	6.3	31.3	6.3	18.8	18.8	12.5	18.8	12.5	25.0	31.3	25.0
55 – 64 ปี	6.3	12.5	12.5	6.3	37.5	-	18.8	6.3	37.5	6.3	37.5	37.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	50.0	50.0	-	50.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	16.3	18.5	27.2	16.3	29.9	16.3	18.5	10.3	39.7	14.1	28.3	19.6
\$10,000 - \$19,999	13.9	18.8	33.7	9.9	30.7	26.7	16.8	13.9	36.6	10.9	36.6	16.8
\$20,000 - \$49,999	15.4	30.8	23.1	7.7	15.4	26.9	15.4	3.8	38.5	15.4	38.5	23.1
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	25.0	25.0	-	50.0	50.0	-	25.0	25.0	-	50.0	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	20.8	20.8	35.4	10.4	29.2	24.0	15.6	9.4	36.5	12.5	35.4	12.5
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	5.6	11.1	19.4	11.1	19.4	25.0	13.9	2.8	36.1	11.1	30.6	30.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	9.4	14.1	25.0	14.1	25.0	18.8	15.6	12.5	29.7	14.1	29.7	25.0
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	-	25.0	25.0	-	-	25.0	100.0	-	50.0	25.0	75.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	-	25.0	16.7	33.3	8.3	16.7	16.7	33.3	-	41.7	41.7
แม่บ้าน	11.5	15.4	30.8	15.4	34.6	7.7	11.5	11.5	34.6	11.5	26.9	30.8
นักเรียน	20.8	31.2	28.6	16.9	36.4	23.4	20.8	15.6	50.6	15.6	28.6	9.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	15.8	19.9	28.6	13.5	29.6	20.3	17.4	10.6	38.9	12.9	31.5	18.6
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	50.0	-	-	75.0	25.0	50.0	-	25.0	50.0	25.0

ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา  
ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
<b>ภาพรวม</b>	15.9	21.0	21.9	11.7	26.0	22.5	21.9	14.9	37.8	19.0	30.2	17.8
<b>เพศ</b>												
ชาย	14.9	20.9	20.9	11.9	28.4	26.9	26.1	14.9	44.8	22.4	29.9	9.7
หญิง	16.6	21.0	22.7	11.6	24.3	19.3	18.8	14.9	32.6	16.6	30.4	23.8
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	14.7	24.1	19.0	9.5	26.7	29.3	19.0	12.9	44.8	17.2	25.9	17.2
25 – 34 ปี	19.0	21.1	23.9	11.3	26.1	19.7	23.9	18.3	33.8	21.8	30.3	16.2
35 – 44 ปี	13.0	8.7	21.7	17.4	43.5	13.0	26.1	13.0	34.8	21.7	39.1	17.4
45 – 54 ปี	12.5	25.0	18.8	12.5	6.3	12.5	18.8	-	31.3	12.5	37.5	18.8
55 – 64 ปี	6.3	6.3	31.3	12.5	18.8	12.5	25.0	12.5	25.0	12.5	37.5	37.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	100.0	-	100.0	-	50.0	100.0	-	50.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	15.2	23.9	21.7	10.9	26.6	21.2	22.3	13.6	35.3	15.2	31.0	22.3
\$10,000 - \$19,999	16.8	14.9	21.8	15.8	22.8	25.7	24.8	16.8	40.6	25.7	24.8	11.9
\$20,000 - \$49,999	15.4	19.2	26.9	3.8	38.5	23.1	7.7	19.2	50.0	15.4	42.3	11.5
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	50.0	-	-	-	-	25.0	-	-	50.0	50.0	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	18.8	19.8	26.0	15.6	28.1	17.7	18.8	14.6	35.4	16.7	33.3	15.6
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.4	22.2	22.2	11.1	36.1	19.4	19.4	16.7	30.6	8.3	30.6	25.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	10.9	20.3	21.9	4.7	12.5	21.9	21.9	7.8	37.5	18.8	23.4	21.9
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	-	-	50.0	-	25.0	25.0	75.0	-	50.0	-	100.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	8.3	25.0	8.3	16.7	16.7	33.3	25.0	58.3	33.3	41.7	25.0
แม่บ้าน	11.5	7.7	26.9	26.9	11.5	30.8	19.2	19.2	30.8	15.4	30.8	30.8
นักเรียน	16.9	29.9	13.0	9.1	36.4	28.6	23.4	18.2	42.9	27.3	26.0	9.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	15.8	20.3	22.2	11.9	26.0	22.5	21.9	15.1	37.9	19.3	29.9	17.7
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	75.0	-	-	25.0	25.0	25.0	-	25.0	-	50.0	25.0

ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	14.3	15.9	12.4	10.2	37.8	32.1	13.3	7.6	71.4	67.0	12.1	1.0
<b>เพศ</b>												
ชาย	17.2	17.9	9.0	6.7	39.6	35.1	14.2	7.5	73.1	65.7	11.9	0.7
หญิง	12.2	14.4	14.9	12.7	36.5	29.8	12.7	7.7	70.2	68.0	12.2	1.1
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	19.8	21.6	13.8	9.5	37.1	26.7	12.9	9.5	69.8	56.0	20.7	1.7
25 – 34 ปี	12.7	12.0	8.5	9.2	40.1	35.2	12.0	6.3	73.2	73.9	9.2	-
35 – 44 ปี	-	8.7	30.4	13.0	30.4	34.8	21.7	4.3	73.9	78.3	4.3	-
45 – 54 ปี	18.8	12.5	6.3	6.3	50.0	37.5	12.5	-	56.3	75.0	-	-
55 – 64 ปี	6.3	18.8	18.8	18.8	18.8	31.3	12.5	12.5	75.0	56.3	-	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	100.0	100.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	14.7	15.2	12.5	8.7	35.3	35.3	10.9	6.5	73.9	69.0	12.5	1.1
\$10,000 - \$19,999	14.9	15.8	15.8	14.9	42.6	27.7	17.8	8.9	66.3	63.4	10.9	1.0
\$20,000 - \$49,999	11.5	23.1	-	3.8	34.6	23.1	15.4	11.5	76.9	61.5	15.4	-
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-	50.0	100.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	10.4	15.6	14.6	6.3	43.8	28.1	7.3	7.3	81.3	71.9	8.3	1.0
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.8	8.3	13.9	8.3	38.9	19.4	11.1	2.8	72.2	83.3	5.6	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	12.5	7.8	12.5	10.9	37.5	29.7	12.5	10.9	50.0	60.9	14.1	3.1
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	-	25.0	25.0	-	75.0	25.0	-	75.0	100.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	8.3	41.7	8.3	-	50.0	41.7	16.7	-	75.0	83.3	16.7	-
แม่บ้าน	3.8	15.4	7.7	19.2	38.5	42.3	23.1	11.5	80.8	65.4	-	-
นักเรียน	29.9	23.4	10.4	13.0	29.9	37.7	18.2	7.8	72.7	54.5	22.1	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	14.1	16.1	12.5	10.3	37.6	32.2	13.5	7.7	71.4	66.9	12.2	1.0
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	-	-	-	50.0	25.0	-	-	75.0	75.0	-	-

ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	20.0	23.5	23.5	9.8	43.8	15.6	14.0	9.2	69.2	35.9	10.8	3.5
เพศ												
ชาย	23.1	23.1	22.4	7.5	44.8	17.9	14.2	8.2	72.4	36.6	11.9	1.5
หญิง	17.7	23.8	24.3	11.6	43.1	13.8	13.8	9.9	66.9	35.4	9.9	5.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	25.0	23.3	20.7	12.1	48.3	13.8	11.2	8.6	72.4	34.5	12.9	4.3
25 – 34 ปี	16.2	24.6	29.6	7.0	37.3	18.3	15.5	8.5	70.4	34.5	10.6	2.1
35 – 44 ปี	21.7	30.4	17.4	17.4	47.8	8.7	21.7	8.7	52.2	52.2	8.7	8.7
45 – 54 ปี	25.0	25.0	6.3	-	37.5	18.8	6.3	6.3	87.5	31.3	6.3	-
55 – 64 ปี	12.5	6.3	12.5	12.5	62.5	12.5	18.8	18.8	43.8	37.5	6.3	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	100.0	-	-	50.0	50.0	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	22.3	23.9	26.1	12.5	48.9	13.6	14.1	10.3	65.2	33.2	10.9	3.8
\$10,000 - \$19,999	15.8	23.8	21.8	6.9	33.7	19.8	16.8	9.9	73.3	40.6	9.9	2.0
\$20,000 - \$49,999	15.4	19.2	11.5	-	42.3	7.7	3.8	-	80.8	34.6	15.4	7.7
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	25.0	25.0	25.0	75.0	50.0	-	-	75.0	50.0	-	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	19.8	24.0	24.0	12.5	45.8	11.5	13.5	6.3	70.8	37.5	10.4	2.1
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	25.0	30.6	27.8	5.6	38.9	13.9	22.2	5.6	66.7	27.8	13.9	8.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	10.9	21.9	21.9	14.1	37.5	18.8	12.5	9.4	64.1	34.4	10.9	3.1
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	-	25.0	-	-	50.0	-	25.0	25.0	75.0	50.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	8.3	58.3	-	33.3	25.0	16.7	8.3	75.0	41.7	8.3	8.3
แม่บ้าน	19.2	23.1	19.2	15.4	53.8	15.4	23.1	11.5	57.7	53.8	7.7	7.7
นักเรียน	27.3	23.4	19.5	5.2	46.8	18.2	7.8	13.0	75.3	31.2	11.7	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	19.9	23.5	23.8	10.0	43.7	15.8	14.1	9.3	69.1	36.0	10.6	3.2
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	25.0	-	-	50.0	-	-	-	75.0	25.0	25.0	25.0



ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	23.8	35.2	29.8	16.2	27.6	36.8	24.1	13.0	52.1	25.1	20.3	2.9
<b>เพศ</b>												
ชาย	27.6	39.6	26.1	19.4	25.4	40.3	29.1	11.9	51.5	22.4	19.4	0.7
หญิง	21.0	32.0	32.6	13.8	29.3	34.3	20.4	13.8	52.5	27.1	21.0	4.4
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	29.3	36.2	21.6	15.5	27.6	32.8	21.6	12.1	54.3	27.6	19.0	3.4
25 – 34 ปี	24.6	39.4	33.8	17.6	28.9	41.5	28.2	12.7	52.1	20.4	23.2	0.7
35 – 44 ปี	-	17.4	39.1	13.0	26.1	39.1	26.1	17.4	52.2	39.1	17.4	4.3
45 – 54 ปี	12.5	31.3	37.5	18.8	12.5	31.3	6.3	6.3	43.8	18.8	12.5	6.3
55 – 64 ปี	25.0	12.5	37.5	12.5	37.5	25.0	25.0	25.0	43.8	31.3	18.8	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	100.0	-	-	-	50.0	-	-	50.0	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	26.1	40.8	31.0	16.8	26.6	36.4	19.0	11.4	49.5	22.3	21.7	3.3
\$10,000 - \$19,999	22.8	28.7	29.7	13.9	32.7	41.6	31.7	15.8	55.4	32.7	15.8	1.0
\$20,000 - \$49,999	15.4	26.9	23.1	15.4	19.2	23.1	23.1	11.5	57.7	15.4	30.8	7.7
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	25.0	50.0	-	25.0	75.0	25.0	50.0	25.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	26.0	38.5	36.5	21.9	27.1	40.6	20.8	8.3	60.4	26.0	26.0	-
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	30.6	33.3	13.9	30.6	36.1	30.6	25.0	38.9	19.4	22.2	11.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	18.8	21.9	20.3	10.9	32.8	34.4	26.6	18.8	53.1	21.9	12.5	4.7
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	50.0	50.0	-	-	25.0	25.0	-	25.0	25.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	41.7	33.3	33.3	16.7	25.0	50.0	41.7	8.3	41.7	33.3	8.3	-
แม่บ้าน	11.5	34.6	30.8	15.4	23.1	38.5	19.2	15.4	50.0	34.6	15.4	3.8
นักเรียน	29.9	44.2	26.0	15.6	26.0	32.5	22.1	9.1	50.6	24.7	23.4	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	24.1	35.4	29.6	16.1	27.7	37.0	24.1	13.2	52.1	25.4	20.6	2.9
กลุ่มศักยภาพสูง	-	25.0	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	-	50.0	-	-	-

## ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำคึกคักที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

## ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำคึกคักที่น่าสนใจ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	10.5	27.0	37.1	14.3	30.5	27.6	20.6	10.5	67.3	41.9	12.4	2.9
<b>เพศ</b>												
ชาย	14.9	31.3	38.1	13.4	32.1	33.6	20.9	8.2	70.1	44.8	11.2	1.5
หญิง	7.2	23.8	36.5	14.9	29.3	23.2	20.4	12.2	65.2	39.8	13.3	3.9
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	9.5	33.6	31.9	17.2	33.6	25.0	17.2	10.3	68.1	49.1	12.9	2.6
25 – 34 ปี	12.0	26.8	39.4	11.3	32.4	30.3	21.8	9.9	69.0	38.0	12.7	2.8
35 – 44 ปี	4.3	8.7	60.9	17.4	13.0	30.4	34.8	17.4	65.2	30.4	17.4	4.3
45 – 54 ปี	12.5	18.8	31.3	12.5	18.8	12.5	6.3	-	62.5	43.8	-	-
55 – 64 ปี	6.3	18.8	25.0	18.8	18.8	31.3	25.0	12.5	56.3	37.5	6.3	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	-	50.0	-	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	9.8	28.8	39.7	12.0	31.0	28.8	18.5	10.9	67.4	36.4	12.5	3.8
\$10,000 - \$19,999	12.9	26.7	35.6	20.8	29.7	26.7	22.8	9.9	66.3	50.5	13.9	1.0
\$20,000 - \$49,999	3.8	19.2	23.1	7.7	26.9	23.1	30.8	11.5	69.2	46.2	7.7	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	-	50.0	-	50.0	25.0	-	-	75.0	50.0	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	8.3	27.1	39.6	11.5	31.3	24.0	19.8	9.4	77.1	35.4	9.4	3.1
<b>ด้าน</b>												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	5.6	27.8	27.8	11.1	33.3	25.0	16.7	13.9	69.4	41.7	11.1	8.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	4.7	18.8	32.8	12.5	25.0	23.4	18.8	1.6	60.9	39.1	12.5	3.1
<b>ชาย ธุรกิจ</b>												
แรงงานและเกษตรกร	50.0	25.0	75.0	25.0	25.0	-	75.0	-	50.0	50.0	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	41.7	25.0	16.7	33.3	41.7	33.3	25.0	58.3	58.3	25.0	-
แม่บ้าน	11.5	7.7	46.2	23.1	15.4	42.3	30.8	11.5	69.2	42.3	11.5	-
นักเรียน	16.9	37.7	39.0	16.9	37.7	31.2	16.9	15.6	61.0	49.4	14.3	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	10.6	27.3	37.3	14.5	30.5	27.7	20.6	10.6	66.9	41.8	12.5	2.9
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	25.0	-	25.0	25.0	25.0	-	100.0	50.0	-	-

## ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

## ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	14.3	23.8	20.6	13.3	28.3	24.1	19.7	10.8	68.6	49.2	19.0	5.1
เพศ												
ชาย	14.2	26.1	20.1	11.2	25.4	25.4	19.4	16.4	61.2	44.8	23.1	6.7
หญิง	14.4	22.1	21.0	14.9	30.4	23.2	19.9	6.6	74.0	52.5	16.0	3.9
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	18.1	34.5	23.3	15.5	31.0	24.1	16.4	10.3	67.2	44.0	28.4	4.3
25 – 34 ปี	13.4	20.4	16.9	10.6	28.2	22.5	19.0	11.3	69.7	48.6	16.9	5.6
35 – 44 ปี	8.7	17.4	34.8	13.0	26.1	39.1	34.8	8.7	69.6	65.2	4.3	4.3
45 – 54 ปี	6.3	6.3	18.8	12.5	31.3	6.3	25.0	6.3	68.8	62.5	-	6.3
55 – 64 ปี	12.5	6.3	12.5	18.8	12.5	25.0	25.0	6.3	68.8	56.3	12.5	6.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	100.0	-	100.0	50.0	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	14.7	25.0	20.7	12.0	28.3	22.3	20.1	11.4	68.5	48.9	20.1	6.5
\$10,000 - \$19,999	13.9	20.8	24.8	15.8	32.7	27.7	20.8	9.9	70.3	50.5	17.8	3.0
\$20,000 - \$49,999	15.4	26.9	7.7	11.5	11.5	23.1	15.4	11.5	65.4	46.2	15.4	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	-	25.0	-	25.0	25.0	25.0	-	-	50.0	50.0	25.0	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	10.4	22.9	17.7	11.5	26.0	22.9	14.6	6.3	75.0	56.3	19.8	5.2
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	25.0	19.4	8.3	25.0	13.9	30.6	11.1	61.1	47.2	16.7	11.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	15.6	18.8	17.2	6.3	31.3	28.1	18.8	9.4	70.3	42.2	15.6	6.3
ขาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	-	25.0	75.0	-	25.0	25.0	75.0	-	75.0	100.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	16.7	16.7	16.7	41.7	8.3	33.3	16.7	75.0	50.0	-	8.3
แม่บ้าน	7.7	7.7	19.2	26.9	23.1	34.6	19.2	19.2	69.2	53.8	3.8	-
นักเรียน	19.5	35.1	26.0	19.5	29.9	26.0	16.9	14.3	61.0	42.9	31.2	2.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	14.5	23.5	20.9	13.5	28.6	24.4	19.6	10.9	68.5	49.8	19.0	4.8
กลุ่มศักยภาพสูง	-	50.0	-	-	-	-	25.0	-	75.0	-	25.0	25.0

ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคุ้มค่าของเงิน/ราคา											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	20.3	28.9	22.2	10.5	25.7	19.7	15.6	9.2	68.9	51.7	14.6	2.5
เพศ												
ชาย	19.4	26.9	14.9	11.9	22.4	23.1	15.7	6.0	67.9	55.2	14.2	2.2
หญิง	21.0	30.4	27.6	9.4	28.2	17.1	15.5	11.6	69.6	49.2	14.9	2.8
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	31.9	33.6	23.3	11.2	25.0	21.6	16.4	11.2	65.5	52.6	21.6	1.7
25 – 34 ปี	11.3	24.6	21.1	11.3	24.6	18.3	16.9	6.3	69.7	54.9	11.3	2.1
35 – 44 ปี	13.0	21.7	17.4	-	34.8	17.4	13.0	13.0	82.6	47.8	8.7	4.3
45 – 54 ปี	43.8	37.5	37.5	12.5	12.5	18.8	6.3	12.5	81.3	43.8	12.5	-
55 – 64 ปี	6.3	31.3	12.5	12.5	31.3	25.0	12.5	12.5	50.0	37.5	6.3	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	21.7	31.5	22.8	10.3	24.5	16.3	16.8	8.2	70.7	50.5	14.1	3.8
\$10,000 - \$19,999	17.8	24.8	19.8	10.9	30.7	24.8	13.9	10.9	62.4	56.4	17.8	-
\$20,000 - \$49,999	23.1	26.9	26.9	7.7	19.2	26.9	11.5	11.5	76.9	38.5	7.7	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	-	25.0	25.0	25.0	-	-	25.0	-	100.0	75.0	-	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	15.6	30.2	19.8	18.8	22.9	18.8	9.4	3.1	79.2	57.3	11.5	2.1
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	22.2	16.7	19.4	5.6	16.7	8.3	16.7	11.1	61.1	47.2	13.9	5.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	15.6	26.6	25	4.7	23.4	18.8	15.6	6.3	62.5	43.8	14.1	3.1
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	25	-	25	25	75	25	25	25	75	75	25	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	8.3	33.3	25	8.3	41.7	8.3	25	16.7	75	50	-	8.3
แม่บ้าน	15.4	34.6	30.8	-	34.6	26.9	19.2	19.2	76.9	50	11.5	3.8
นักเรียน	32.5	33.8	20.8	10.4	27.3	26	19.5	13	61	53.2	22.1	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	20.6	28.9	22.5	10.6	26	19.9	15.4	9.3	68.8	51.4	14.8	2.6
กลุ่มศักยภาพสูง	-	25	-	-	-	-	25	-	75	75	-	-

ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	7.0	27.3	21.6	12.1	25.7	23.2	20.3	11.4	56.2	32.4	8.6	9.2
<b>เพศ</b>												
ชาย	6.0	26.1	21.6	13.4	23.1	25.4	17.9	10.4	59.0	29.1	8.2	9.0
หญิง	7.7	28.2	21.5	11.0	27.6	21.5	22.1	12.2	54.1	34.8	8.8	9.4
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	6.9	20.7	13.8	16.4	23.3	19.8	13.8	12.1	59.5	33.6	14.7	12.9
25 – 34 ปี	5.6	33.8	25.4	9.9	26.1	26.8	23.9	11.3	57.0	33.1	4.9	4.2
35 – 44 ปี	13.0	30.4	30.4	-	26.1	21.7	30.4	4.3	43.5	21.7	4.3	13.0
45 – 54 ปี	6.3	18.8	25.0	12.5	37.5	18.8	12.5	6.3	50.0	25.0	-	18.8
55 – 64 ปี	12.5	25.0	31.3	12.5	25.0	18.8	25.0	18.8	56.3	37.5	12.5	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	8.2	29.9	21.2	10.9	26.1	22.3	17.4	10.9	52.2	37.0	9.8	12.0
\$10,000 - \$19,999	5.0	24.8	24.8	12.9	24.8	24.8	26.7	14.9	62.4	26.7	5.9	6.9
\$20,000 - \$49,999	7.7	19.2	11.5	15.4	23.1	23.1	15.4	3.8	65.4	26.9	11.5	-
\$50,000 ขึ้นไป	-	25.0	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0	-	25.0	-	-	-
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	8.3	33.3	25.0	12.5	25.0	22.9	15.6	14.6	60.4	31.3	6.3	8.3
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	33.3	22.2	-	30.6	19.4	19.4	13.9	38.9	30.6	2.8	13.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	6.3	18.8	18.8	6.3	25.0	20.3	18.8	7.8	51.6	21.9	7.8	10.9
ชาย												
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	-	75.0	25.0	-	25.0	-	75.0	-	75.0	75.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	33.3	25.0	16.7	41.7	25.0	41.7	-	58.3	16.7	-	8.3
แม่บ้าน	7.7	23.1	26.9	15.4	26.9	34.6	26.9	11.5	53.8	46.2	3.8	15.4
นักเรียน	7.8	22.1	16.9	20.8	22.1	24.7	19.5	11.7	62.3	39.0	18.2	5.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	7.1	27.3	21.9	12.2	25.7	23.5	20.3	11.6	55.9	32.5	8.7	9.0
กลุ่มศักยภาพสูง	-	25.0	-	-	25.0	-	25.0	-	75.0	25.0	-	25.0

ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	19.4	32.1	31.4	10.5	22.2	39.4	32.1	17.1	46.0	16.2	34.6	8.6
<b>เพศ</b>												
ชาย	25.4	38.1	29.9	11.2	17.9	46.3	35.1	17.9	48.5	14.9	37.3	5.2
หญิง	14.9	27.6	32.6	9.9	25.4	34.3	29.8	16.6	44.2	17.1	32.6	11.0
<b>กลุ่มอายุ</b>												
ต่ำกว่า 25 ปี	23.3	41.4	24.1	8.6	24.1	36.2	25.0	25.9	51.7	18.1	37.1	7.8
25 – 34 ปี	21.1	32.4	34.5	11.3	21.1	46.5	35.9	11.3	40.8	12.0	36.6	6.3
35 – 44 ปี	13.0	13.0	47.8	8.7	17.4	43.5	43.5	8.7	43.5	26.1	30.4	8.7
45 – 54 ปี	6.3	12.5	18.8	6.3	12.5	25.0	18.8	12.5	43.8	18.8	25.0	25.0
55 – 64 ปี	-	6.3	37.5	18.8	31.3	6.3	50.0	25.0	56.3	18.8	18.8	18.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	100.0	50.0	50.0	20.0	-	-	50.0	50.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>												
น้อยกว่า \$10,000	18.5	35.3	31.5	12.5	25.5	35.9	28.3	17.9	45.1	14.7	33.7	9.8
\$10,000 - \$19,999	17.8	24.8	30.7	8.9	17.8	45.5	39.6	19.8	45.5	20.8	31.7	5.9
\$20,000 - \$49,999	30.8	38.5	34.6	3.8	19.2	34.6	34.6	3.8	57.7	11.5	57.7	7.7
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	25.0	25.0	-	-	75.0	-	-	25.0	-	-	25.0
<b>อาชีพ</b>												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	22.9	26.0	30.2	9.4	19.8	36.5	30.2	13.5	42.7	17.7	38.5	9.4
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	33.3	38.9	11.1	16.7	44.4	36.1	13.9	41.7	2.8	38.9	8.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	12.5	31.3	20.3	10.9	21.9	34.4	40.6	23.4	42.2	12.5	32.8	12.5
ชาย												
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	50.0	25.0	25.0	50.0	50.0	50.0	-	100.0	50.0	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	25.0	25.0	41.7	16.7	33.3	50.0	50.0	-	66.7	16.7	41.7	8.3
แม่บ้าน	3.8	19.2	53.8	11.5	30.8	46.2	30.8	19.2	46.2	34.6	15.4	15.4
นักเรียน	26.0	44.2	29.9	9.1	22.1	40.3	22.1	20.8	49.4	15.6	35.1	2.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>												
กลุ่มทั่วไป	19.0	31.8	31.2	10.6	22.5	39.5	31.8	17.0	46.0	16.4	34.7	8.7
กลุ่มศักยภาพสูง	50.0	50.0	50.0	-	-	25.0	50.0	25.0	50.0	-	25.0	-

ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย							
	ชอบยิ่งได้คุ้มค่า/คุ้มค่า	ทะเลและชายหาดสวยงามที่หลากหลาย	อาหารไทย	มีกิจกรรมสถานบันเทิงยามค่ำคืน	วัด/พุทธศาสนา/พระเจดีย์	การต้อนรับ/การบริการ	เกย์/เพศที่สาม	ไม่มีความคิดเห็น
<b>ภาพรวม</b>	56.5	39.0	37.5	11.4	4.1	1.9	1.6	0.6
<b>เพศ</b>								
ชาย	49.3	42.5	44.8	11.9	6.0	3.0	0.7	-
หญิง	61.9	36.5	32.0	11.0	2.8	1.1	2.2	1.1
<b>กลุ่มอายุ</b>								
ต่ำกว่า 25 ปี	59.5	40.5	38.8	10.3	0.9	1.7	-	-
25 – 34 ปี	52.1	41.5	39.4	13.4	7.0	2.1	1.4	0.7
35 – 44 ปี	52.2	30.4	39.1	13.0	-	-	8.7	-
45 – 54 ปี	81.3	37.5	25.0	6.3	6.3	-	-	6.3
55 – 64 ปี	56.3	25.0	25.0	6.3	6.3	6.3	6.3	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>								
น้อยกว่า \$10,000	54.3	36.4	34.2	10.3	5.4	2.7	1.6	-
\$10,000 - \$19,999	56.4	42.6	45.5	10.9	3.0	1.0	2.0	1.0
\$20,000 - \$49,999	65.4	42.3	30.8	23.1	-	-	-	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	50.0	25.0	-	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>								
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	47.9	35.4	44.8	13.5	4.2	2.1	1.0	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	55.6	33.3	41.7	13.9	-	2.8	-	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	56.3	37.5	26.6	15.6	7.8	3.1	4.7	-
<b>ชาย ธุรกิจ</b>								
แรงงานและเกษตรกร	50.0	50.0	50.0	-	25.0	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	75.0	41.7	-	8.3	8.3	-	-
แม่บ้าน	65.4	34.6	15.4	3.8	-	-	3.8	3.8
นักเรียน	68.8	42.9	41.6	9.1	2.6	-	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>								
กลุ่มทั่วไป	56.3	38.9	37.3	11.6	4.2	1.9	1.6	0.6
กลุ่มศักยภาพสูง	75.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-

ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ความคิดเห็นต่อประเทศไทย	ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย			
	ภาพรวม	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมากกว่า 1 ครั้ง
ช้อปปิ้ง/ร้านค้า/คุ้มค่า	56.5	55.4	52.6	62.5
ทะเลและชายหาด	39.0	40.8	39.2	36.4
วัด/พระเจดีย์	4.1	3.8	4.1	4.5
อาหารไทย	37.5	37.7	35.1	39.8
สถานบันเทิงยามค่ำคึกคัก	11.4	8.5	12.4	14.8
ความเป็นมิตร	1.9	0.8	5.2	-
เกย์/เพศที่สาม	1.6	0.8	-	4.5
ไม่มีความคิดเห็น	8.6	7.7	11.3	6.8
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0



ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา **	
		ไม่เคยมา	เคยมา
<b>ภาพรวม</b>	100.0	41.3	58.7
<b>เพศ</b>			
ชาย	100.0	44.8	55.2
หญิง	100.0	38.7	61.3
<b>กลุ่มอายุ</b>			
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	44.0	56.0
25 – 34 ปี	100.0	35.9	64.1
35 – 44 ปี	100.0	65.2	34.8
45 – 54 ปี	100.0	50.0	50.0
55 – 64 ปี	100.0	31.3	68.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>			
น้อยกว่า \$10,000	100.0	41.8	58.2
\$10,000 - \$19,999	100.0	44.6	55.4
\$20,000 - \$49,999	100.0	23.1	76.9
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	50.0	50.0
<b>อาชีพ</b>			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	39.6	60.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	33.3	66.7
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	100.0	39.1	60.9
<b>ธุรกิจ</b>			
แรงงานและเกษตรกร	100.0	100.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	58.3	41.7
แม่บ้าน	100.0	42.3	57.7
นักเรียน	100.0	42.9	57.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	-
<b>กลุ่ม</b>			
กลุ่มทั่วไป	100.0	41.2	58.8
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	50.0	50.0

\*\*หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละตามแกนแนวดิ่ง

### ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย	
	ไม่เคยมา	เคยมา
<b>เพศ</b>		
ชาย	46.2	40.0
หญิง	53.8	60.0
<b>รวม</b>	100.0	100.0
<b>กลุ่มอายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	39.2	35.1
25 – 34 ปี	39.2	49.2
35 – 44 ปี	11.5	4.3
45 – 54 ปี	6.2	4.3
55 – 64 ปี	3.8	5.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	1.1
<b>รวม</b>	100.0	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>		
น้อยกว่า \$10,000	59.2	57.8
\$10,000- \$19,999	34.6	30.3
\$20,000 - \$49,999	4.6	10.8
\$50,000 ขึ้นไป	1.5	1.1
<b>รวม</b>	100.0	100.0
<b>อาชีพ</b>		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	29.2	31.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.2	13.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	19.2	21.1
ธุรกิจ		
แรงงานและเกษตรกร	3.1	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	5.4	2.7
แม่บ้าน	8.5	8.1
นักเรียน	25.4	23.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0
<b>กลุ่ม</b>		
กลุ่มทั่วไป	98.5	98.9
กลุ่มศักยภาพสูง	1.5	1.1
<b>รวม</b>	100.0	100.0

ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย		
	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1 ครั้ง
<b>เพศ</b>			
ชาย	46.2	41.2	38.6
หญิง	53.8	58.8	61.4
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่มอายุ</b>			
ต่ำกว่า 25 ปี	39.2	40.2	29.5
25 – 34 ปี	39.2	48.5	50.0
35 – 44 ปี	11.5	3.1	5.7
45 – 54 ปี	6.2	3.1	5.7
55 – 64 ปี	3.8	5.2	6.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	2.3
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>			
น้อยกว่า \$10,000	59.2	62.9	52.3
\$10,000- \$19,999	34.6	25.8	35.2
\$20,000 - \$49,999	4.6	10.3	11.4
\$50,000 ขึ้นไป	1.5	1.0	1.1
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0
<b>อาชีพ</b>			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	29.2	34.0	28.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.2	14.4	11.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	19.2	19.6	22.7
แรงงานและเกษตรกร	3.1	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	5.4	2.1	3.4
แม่บ้าน	8.5	4.1	12.5
นักเรียน	25.4	25.8	21.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่ม</b>			
กลุ่มทั่วไป	98.5	97.9	100.0
กลุ่มศักยภาพสูง	1.5	2.1	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34.3 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย							
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง	7 ครั้ง	9 ครั้ง	13 ครั้ง
<b>ภาพรวม</b>	52.4	28.1	11.9	4.3	1.1	0.5	0.5	0.5
<b>เพศ</b>								
ชาย	54.1	24.3	13.5	5.4	-	-	-	1.4
หญิง	51.4	30.6	10.8	3.6	1.8	0.9	0.9	-
<b>กลุ่มอายุ</b>								
ต่ำกว่า 25 ปี	60.0	27.7	7.7	3.1	-	-	-	-
25 – 34 ปี	51.6	24.2	14.3	5.5	1.1	1.1	1.1	1.1
35 – 44 ปี	37.5	50.0	-	12.5	-	-	-	-
45 – 54 ปี	37.5	37.5	12.5	-	12.5	-	-	-
55 – 64 ปี	45.5	36.4	18.2	-	-	-	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>								
น้อยกว่า \$10,000	57.0	24.3	12.1	4.7	0.9	0.9	-	-
\$10,000- \$19,999	44.6	32.1	12.5	5.4	-	-	1.8	1.8
\$20,000 - \$49,999	50.0	35.0	10.0	-	5.0	-	-	-
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>								
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	56.9	20.7	13.8	5.2	1.7	-	1.7	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	58.3	29.2	8.3	-	-	-	-	4.2
พนักงานบริษัทเอกชน	48.7	25.6	20.5	-	2.6	2.6	-	-
พนักงานขาย ธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	40.0	20.0	-	40.0	-	-	-	-
แม่บ้าน	26.7	53.3	13.3	6.7	-	-	-	-
นักเรียน	56.8	31.8	4.5	4.5	-	-	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>								
กลุ่มทั่วไป	51.9	28.4	12.0	4.4	1.1	0.5	0.5	0.5
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	-	-	-	-	-	-	-

**ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา**

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า		
		ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
<b>ภาพรวม</b>	100.0	81.0	9.5	9.5
<b>เพศ</b>				
ชาย	100.0	88.1	3.7	8.2
หญิง	100.0	75.7	13.8	10.5
<b>กลุ่มอายุ</b>				
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	83.6	5.2	11.2
25 – 34 ปี	100.0	81.0	9.2	9.9
35 – 44 ปี	100.0	82.6	17.4	-
45 – 54 ปี	100.0	75.0	18.8	6.3
55 – 64 ปี	100.0	62.5	25.0	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>				
น้อยกว่า \$10,000	100.0	79.9	8.2	12.0
\$10,000 - \$19,999	100.0	84.2	7.9	7.9
\$20,000 - \$49,999	100.0	76.9	23.1	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	75.0	25.0	-
<b>อาชีพ</b>				
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	80.2	12.5	7.3
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	80.6	11.1	8.3
เสมียน/พนักงานขาย และพาณิชย์	100.0	84.4	6.3	9.4
แรงงานและเกษตรกร	100.0	75.0	-	25.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	-
แม่บ้าน	100.0	69.2	26.9	3.8
นักเรียน	100.0	80.5	3.9	15.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>				
กลุ่มทั่วไป	100.0	80.7	9.6	9.6
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	100.0	-	-
<b>ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย</b>				
ไม่เคยมาประเทศไทย	100.0	81.5	10.8	7.7
เคยมาครั้งเดียว	100.0	83.5	6.2	10.3
เคยมามากกว่า 1 ครั้ง	100.0	77.3	11.4	11.4

ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับคำชื่นชมและคำขอบคุณถือเป็นสิ่งสำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล  
ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.0	3.2	7.3	63.8	22.2	2.5	-	4.11	315
<b>เพศ</b>									
ชาย	1.5	4.5	7.5	60.4	25.4	0.7	-	4.06	134
หญิง	0.6	2.2	7.2	66.3	19.9	3.9	-	4.14	181
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.7	3.4	4.3	69.0	19.8	1.7	-	4.07	116
25 – 34 ปี	0.7	3.5	9.2	60.6	24.6	1.4	-	4.09	142
35 – 44 ปี	-	-	-	56.5	34.8	8.7	-	4.52	23
45 – 54 ปี	-	-	18.8	56.3	18.8	6.3	-	4.13	16
55 – 64 ปี	-	6.3	12.5	68.8	6.3	6.3	-	3.94	16
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	0.5	3.3	7.6	66.8	20.7	1.1	-	4.07	184
\$10,000 - \$19,999	2.0	3.0	5.9	61.4	23.8	4.0	-	4.14	101
\$20,000 - \$49,999	-	3.8	7.7	61.5	23.1	3.8	-	4.15	26
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	25.0	-	50.0	25.0	-	4.75	4
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.0	1.0	8.3	65.6	21.9	2.1	-	4.13	96
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.8	2.8	11.1	50.0	33.3	-	-	4.08	36
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	1.6	7.8	62.5	21.9	6.3	-	4.23	64
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	25.0	75.0	-	-	-	3.75	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	8.3	83.3	8.3	-	-	4.00	12
แม่บ้าน	-	3.8	11.5	57.7	23.1	3.8	-	4.12	26
นักเรียน	1.3	7.8	1.3	67.5	20.8	1.3	-	4.03	77
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	1.0	3.2	7.1	64.3	22.2	2.3	-	4.10	311
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	25.0	25.0	25.0	25.0	-	4.50	4

ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	3.8	8.3	12.4	67.0	5.1	3.5	-	3.72	315
<b>เพศ</b>									
ชาย	4.5	8.2	12.7	65.7	7.5	1.5	-	3.68	134
หญิง	3.3	8.3	12.2	68.0	3.3	5.0	-	3.75	181
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.6	7.8	11.2	70.7	5.2	2.6	-	3.76	116
25 – 34 ปี	5.6	7.0	15.5	65.5	4.9	1.4	-	3.61	142
35 – 44 ปี	4.3	4.3	4.3	65.2	13.0	8.7	-	4.04	23
45 – 54 ปี	-	18.8	-	68.8	-	12.5	-	3.87	16
55 – 64 ปี	-	18.8	12.5	56.3	-	12.5	-	3.75	16
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	4.9	7.1	14.1	67.4	4.9	1.6	-	3.65	184
\$10,000 - \$19,999	2.0	11.9	11.9	65.3	4.0	5.0	-	3.72	101
\$20,000 - \$49,999	3.8	3.8	3.8	73.1	7.7	7.7	-	4.00	26
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	-	50.0	25.0	25.0	-	4.75	4
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	4.2	4.2	12.5	69.8	8.3	1.0	-	3.77	96
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	8.3	13.9	8.3	61.1	2.8	5.6	-	3.53	36
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	6.3	12.5	10.9	57.8	6.3	6.3	-	3.64	64
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	16.7	33.3	50.0	-	-	-	3.33	12
แม่บ้าน	-	7.7	11.5	69.2	-	11.5	-	3.96	26
นักเรียน	1.3	6.5	13.0	74.0	3.9	1.3	-	3.77	77
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	3.9	7.7	12.5	67.2	5.1	3.5	-	3.73	311
กลุ่มศักยภาพสูง	-	50.0	-	50.0	-	-	-	3.00	4

ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้องคำนึงถึงสายตาของผู้อื่น  
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	12.4	23.5	18.1	18.1	16.8	11.1	-	3.37	315
<b>เพศ</b>									
ชาย	10.4	26.9	20.9	17.9	16.4	7.5	-	3.25	134
หญิง	13.8	21.0	16.0	18.2	17.1	13.8	-	3.45	181
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	11.2	23.3	13.8	20.7	20.7	10.3	-	3.47	116
25 – 34 ปี	15.5	21.8	21.8	16.9	14.8	9.2	-	3.21	142
35 – 44 ปี	13.0	21.7	17.4	13.0	17.4	17.4	-	3.52	23
45 – 54 ปี	6.3	37.5	25.0	12.5	-	18.8	-	3.19	16
55 – 64 ปี	-	25.0	6.3	25.0	25.0	18.8	-	4.06	16
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	-	-	2.50	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	15.2	19.0	20.1	20.1	16.3	9.2	-	3.31	184
\$10,000 - \$19,999	7.9	28.7	16.8	16.8	15.8	13.9	-	3.46	101
\$20,000 - \$49,999	11.5	30.8	11.5	11.5	23.1	11.5	-	3.38	26
\$50,000 ขึ้นไป	-	50.0	-	-	25.0	25.0	-	3.75	4
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	13.5	27.1	17.7	14.6	19.8	7.3	-	3.22	96
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	13.9	5.6	19.4	22.2	25.0	13.9	-	3.81	36
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	15.6	21.9	17.2	17.2	14.1	14.1	-	3.34	64
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	25.0	75.0	-	-	-	-	2.75	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	8.3	33.3	25.0	25.0	8.3	-	-	2.92	12
แม่บ้าน	11.5	38.5	15.4	7.7	3.8	23.1	-	3.23	26
นักเรียน	9.1	22.1	15.6	24.7	18.2	10.4	-	3.52	77
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	12.5	23.5	18.0	18.0	16.7	11.3	-	3.37	311
กลุ่มศักยภาพสูง	-	25.0	25.0	25.0	25.0	-	-	3.50	4



ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	4.4	21.3	32.7	20.0	15.9	5.7	-	3.39	315
<b>เพศ</b>									
ชาย	5.2	15.7	41.8	17.9	17.2	2.2	-	3.33	134
หญิง	3.9	25.4	26.0	21.5	14.9	8.3	-	3.43	181
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.6	24.1	36.2	19.0	16.4	1.7	-	3.28	116
25 – 34 ปี	5.6	17.6	36.6	20.4	16.2	3.5	-	3.35	142
35 – 44 ปี	8.7	30.4	13.0	8.7	26.1	13.0	-	3.52	23
45 – 54 ปี	6.3	18.8	25.0	25.0	6.3	18.8	-	3.62	16
55 – 64 ปี	-	25.0	12.5	25.0	6.3	31.3	-	4.06	16
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	2.2	25.0	32.6	18.5	16.8	4.9	-	3.38	184
\$10,000 - \$19,999	6.9	19.8	32.7	20.8	13.9	5.9	-	3.33	101
\$20,000 - \$49,999	7.7	3.8	30.8	30.8	19.2	7.7	-	3.73	26
\$50,000 ขึ้นไป	25.0	-	50.0	-	-	25.0	-	3.25	4
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	6.3	16.7	33.3	20.8	17.7	5.2	-	3.43	96
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.8	16.7	27.8	19.4	25.0	8.3	-	3.72	36
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.7	18.8	29.7	23.4	17.2	6.3	-	3.48	64
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	25.0	25.0	50.0	-	-	-	3.25	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	33.3	58.3	-	-	8.3	-	2.92	12
แม่บ้าน	3.8	38.5	7.7	30.8	3.8	15.4	-	3.38	26
นักเรียน	3.9	23.4	41.6	14.3	15.6	1.3	-	3.18	77
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	4.5	21.5	32.2	19.9	16.1	5.8	-	3.39	311
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	75.0	25.0	-	-	-	3.25	4

ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	1.0	3.8	11.7	30.2	53.0	-	5.30	315
<b>เพศ</b>									
ชาย	0.7	1.5	6.0	14.9	30.6	46.3	-	5.12	134
หญิง	-	0.6	2.2	9.4	29.8	58.0	-	5.43	181
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.9	-	3.4	16.4	25.0	54.3	-	5.28	116
25 – 34 ปี	-	2.1	4.9	9.2	33.8	50.0	-	5.25	142
35 – 44 ปี	-	-	-	8.7	30.4	60.9	-	5.52	23
45 – 54 ปี	-	-	-	18.8	50.0	31.3	-	5.13	16
55 – 64 ปี	-	-	6.3	-	18.8	75.0	-	5.63	16
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-	100.0	-	6.00	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	0.5	1.1	3.3	9.8	34.2	51.1	-	5.29	184
\$10,000 - \$19,999	-	1.0	5.9	13.9	21.8	57.4	-	5.29	101
\$20,000 - \$49,999	-	-	-	15.4	38.5	46.2	-	5.31	26
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	-	25.0	-	75.0	-	5.50	4
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	1.0	2.1	11.5	36.5	49.0	-	5.30	96
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	-	13.9	33.3	52.8	-	5.39	36
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	1.6	4.7	9.4	25.0	59.4	-	5.36	64
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	25.0	25.0	50.0	-	5.25	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	8.3	16.7	50.0	25.0	-	4.92	12
แม่บ้าน	-	-	3.8	7.7	23.1	65.4	-	5.50	26
นักเรียน	1.3	1.3	6.5	13.0	24.7	53.2	-	5.18	77
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	0.3	1.0	3.9	10.6	30.5	53.7	-	5.31	311
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	4

ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	2.9	9.2	15.2	26.3	29.2	17.1	-	4.21	315
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	9.7	16.4	28.4	27.6	17.9	-	4.28	134
หญิง	5.0	8.8	14.4	24.9	30.4	16.6	-	4.17	181
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.9	8.6	14.7	24.1	33.6	18.1	-	4.35	116
25 – 34 ปี	4.9	4.9	10.6	31.7	29.6	18.3	-	4.31	142
35 – 44 ปี	-	8.7	21.7	26.1	21.7	21.7	-	4.26	23
45 – 54 ปี	6.3	25.0	25.0	12.5	25.0	6.3	-	3.44	16
55 – 64 ปี	-	31.3	37.5	12.5	12.5	6.3	-	3.25	16
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	-	-	2.50	2
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	3.3	10.3	16.8	26.1	26.6	16.8	-	4.13	184
\$10,000 - \$19,999	3.0	7.9	11.9	32.7	29.7	14.9	-	4.23	101
\$20,000 - \$49,999	-	7.7	15.4	7.7	46.2	23.1	-	4.62	26
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	25.0	-	25.0	50.0	-	5.00	4
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.0	11.5	12.5	28.1	27.1	19.8	-	4.28	96
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.8	-	16.7	25.0	41.7	13.9	-	4.44	36
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	6.3	7.8	12.5	29.7	28.1	15.6	-	4.12	64
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	25.0	50.0	-	-	25.0	-	3.50	4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	8.3	8.3	33.3	33.3	8.3	8.3	-	3.50	12
แม่บ้าน	3.8	19.2	19.2	23.1	15.4	19.2	-	3.85	26
นักเรียน	1.3	7.8	14.3	23.4	36.4	16.9	-	4.36	77
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	9.3	15.1	26.4	29.3	17.0	-	4.21	311
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	25.0	25.0	25.0	25.0	-	4.50	4

ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ง่ายในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	-	2.3	11.6	35.1	39.1	11.9	-	4.47	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	2.0	7.3	33.3	42.0	15.3	-	4.61	150
หญิง	-	2.6	15.8	36.8	36.2	8.6	-	4.32	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.1	13.2	33.0	41.8	11.0	-	4.48	91
25 – 34 ปี	-	5.5	12.1	31.9	35.2	15.4	-	4.43	91
35 – 44 ปี	-	-	8.5	37.3	42.4	11.9	-	4.58	59
45 – 54 ปี	-	-	12.9	38.7	45.2	3.2	-	4.39	31
55 – 64 ปี	-	4.8	9.5	42.9	38.1	4.8	-	4.29	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	11.1	44.4	11.1	33.3	-	4.67	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	17.1	31.4	31.4	20.0	-	4.54	35
\$10,000 - \$19,999	-	6.5	7.8	35.1	40.3	10.4	-	4.40	77
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	13.0	35.9	38.2	11.5	-	4.45	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	10.2	35.6	44.1	10.2	-	4.54	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	5.9	7.8	28.4	45.1	12.7	-	4.51	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	17.4	32.6	34.8	15.2	-	4.48	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	16.7	45.8	33.3	2.1	-	4.17	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	12.8	36.2	40.4	10.6	-	4.49	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	11.8	26.5	38.2	23.5	-	4.74	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	-	-	50.0	42.9	7.1	-	4.57	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	12.5	62.5	12.5	12.5	-	4.25	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	9.9	37.5	40.1	11.5	-	4.51	192
กลุ่มศักยภาพสูง	-	4.5	14.5	30.9	37.3	12.7	-	4.39	110

ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมายในบางครั้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	15.6	18.5	15.6	22.8	21.2	6.3	-	3.34	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	18.0	22.0	16.7	18.7	20.0	4.7	-	3.15	150
หญิง	13.2	15.1	14.5	27.0	22.4	7.9	-	3.54	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	9.9	17.6	11.0	23.1	30.8	7.7	-	3.70	91
25 – 34 ปี	20.9	20.9	18.7	17.6	14.3	7.7	-	3.07	91
35 – 44 ปี	18.6	23.7	13.6	23.7	16.9	3.4	-	3.07	59
45 – 54 ปี	9.7	12.9	12.9	29.0	29.0	6.5	-	3.74	31
55 – 64 ปี	23.8	4.8	19.0	33.3	14.3	4.8	-	3.24	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	22.2	44.4	22.2	11.1	-	-	3.22	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	5.7	11.4	14.3	28.6	25.7	14.3	-	4.00	35
\$10,000 - \$19,999	22.1	22.1	15.6	16.9	19.5	3.9	-	3.01	77
\$20,000 - \$49,999	16.0	19.8	19.8	23.7	16.0	4.6	-	3.18	131
\$50,000 ขึ้นไป	11.9	15.3	6.8	25.4	32.2	8.5	-	3.76	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	15.7	17.6	14.7	28.4	13.7	9.8	-	3.36	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	13.0	19.6	15.2	21.7	28.3	2.2	-	3.39	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	18.8	22.9	20.8	14.6	20.8	2.1	-	3.02	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	12.8	17.0	17.0	25.5	19.1	8.5	-	3.47	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	17.6	23.5	5.9	14.7	32.4	5.9	-	3.38	34
แม่บ้าน	-	-	-	-	66.7	33.3	-	5.33	3
นักเรียน	7.1	7.1	21.4	35.7	28.6	-	-	3.71	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	37.5	12.5	25.0	12.5	12.5	-	-	2.50	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	13.0	16.1	13.5	23.4	26.6	7.3	-	3.56	192
กลุ่มศักยภาพสูง	20.0	22.7	19.1	21.8	11.8	4.5	-	2.96	110

ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัดเสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	9.3	13.2	18.9	30.8	21.2	6.6	-	3.61	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	8.0	16.0	18.7	26.7	23.3	7.3	-	3.63	150
หญิง	10.5	10.5	19.1	34.9	19.1	5.9	-	3.59	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	6.6	13.2	15.4	36.3	23.1	5.5	-	3.73	91
25 – 34 ปี	8.8	15.4	22.0	28.6	13.2	12.1	-	3.58	91
35 – 44 ปี	15.3	13.6	16.9	27.1	27.1	-	-	3.37	59
45 – 54 ปี	6.5	9.7	16.1	35.5	19.4	12.9	-	3.90	31
55 – 64 ปี	9.5	4.8	23.8	28.6	33.3	-	-	3.71	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	11.1	22.2	33.3	11.1	22.2	-	-	3.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	5.7	11.4	8.6	37.1	25.7	11.4	-	4.00	35
\$10,000 - \$19,999	7.8	20.8	19.5	26.0	18.2	7.8	-	3.49	77
\$20,000 - \$49,999	9.9	14.5	22.1	28.2	22.1	3.1	-	3.47	131
\$50,000 ขึ้นไป	11.9	1.7	16.9	39.0	20.3	10.2	-	3.85	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	7.8	9.8	17.6	34.3	22.5	7.8	-	3.77	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	13.0	13.0	17.4	32.6	15.2	8.7	-	3.50	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	10.4	6.3	35.4	35.4	12.5	-	-	3.33	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	6.4	31.9	12.8	25.5	14.9	8.5	-	3.36	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.8	14.7	11.8	8.8	41.2	11.8	-	3.88	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	66.7	-	-	4.67	3
นักเรียน	-	-	14.3	57.1	28.6	-	-	4.14	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	25.0	12.5	25.0	25.0	12.5	-	-	2.88	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	7.8	18.8	16.1	28.6	20.8	7.8	-	3.59	192
กลุ่มศักยภาพสูง	11.8	3.6	23.6	34.5	21.8	4.5	-	3.65	110

ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่าการใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.7	3.3	13.6	31.8	24.8	25.8	-	4.54	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	0.7	2.0	12.0	26.7	28.7	30.0	-	4.71	150
หญิง	0.7	4.6	15.1	36.8	21.1	21.7	-	4.38	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	4.4	18.7	26.4	25.3	25.3	-	4.48	91
25 – 34 ปี	-	4.4	11.0	31.9	26.4	26.4	-	4.59	91
35 – 44 ปี	1.7	-	8.5	42.4	25.4	22.0	-	4.56	59
45 – 54 ปี	-	3.2	19.4	25.8	12.9	38.7	-	4.65	31
55 – 64 ปี	4.8	4.8	4.8	38.1	33.3	14.3	-	4.33	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	22.2	22.2	33.3	-	4.67	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	5.7	20.0	20.0	22.9	31.4	-	4.54	35
\$10,000 - \$19,999	2.6	6.5	19.5	27.3	16.9	27.3	-	4.31	77
\$20,000 - \$49,999	-	2.3	9.2	37.4	29.0	22.1	-	4.60	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	11.9	32.2	27.1	28.8	-	4.73	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.9	12.7	30.4	30.4	23.5	-	4.59	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	6.5	17.4	34.8	15.2	26.1	-	4.37	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.2	4.2	8.3	41.7	27.1	14.6	-	4.27	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	4.3	21.3	34.0	17.0	23.4	-	4.34	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	20.6	17.6	61.8	-	5.41	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	66.7	-	-	4.67	3
นักเรียน	-	-	28.6	28.6	28.6	14.3	-	4.29	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	25.0	12.5	50.0	12.5	-	4.50	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	3.1	15.6	34.4	20.3	26.6	-	4.52	192
กลุ่มศักยภาพสูง	1.8	3.6	10.0	27.3	32.7	24.5	-	4.59	110

ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นขอการอัปเดตในเรื่องของความทันสมัยและแฟชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	1.7	21.2	42.4	29.5	5.0	-	4.14	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	0.7	2.0	22.7	39.3	30.0	5.3	-	4.12	150
หญิง	-	1.3	19.7	45.4	28.9	4.6	-	4.16	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	25.3	31.9	37.4	5.5	-	4.23	91
25 – 34 ปี	1.1	4.4	16.5	49.5	23.1	5.5	-	4.05	91
35 – 44 ปี	-	-	13.6	49.2	30.5	6.8	-	4.31	59
45 – 54 ปี	-	-	22.6	35.5	38.7	3.2	-	4.23	31
55 – 64 ปี	-	4.8	38.1	38.1	19.0	-	-	3.71	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	33.3	66.7	-	-	-	3.67	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	20.0	28.6	48.6	2.9	-	4.34	35
\$10,000 - \$19,999	-	5.2	18.2	48.1	22.1	6.5	-	4.06	77
\$20,000 - \$49,999	-	0.8	21.4	44.3	29.8	3.8	-	4.15	131
\$50,000 ขึ้นไป	1.7	-	25.4	39.0	27.1	6.8	-	4.10	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.0	23.5	45.1	25.5	3.9	-	4.06	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	19.6	43.5	30.4	6.5	-	4.24	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	27.1	50.0	18.8	2.1	-	3.92	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	2.1	12.8	46.8	31.9	6.4	-	4.28	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	-	14.7	26.5	47.1	8.8	-	4.41	34
แม่บ้าน	-	-	-	-	66.7	33.3	-	5.33	3
นักเรียน	-	-	7.1	42.9	50.0	-	-	4.43	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	75.0	12.5	-	-	-	3.00	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	14.6	43.8	35.9	4.7	-	4.29	192
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	2.7	32.7	40.0	18.2	5.5	-	3.88	110



ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.0	2.3	12.9	36.1	24.8	22.8	-	4.50	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	0.7	3.3	12.7	38.0	20.7	24.7	-	4.49	150
หญิง	1.3	1.3	13.2	34.2	28.9	21.1	-	4.51	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.1	16.5	45.1	22.0	15.4	-	4.34	91
25 – 34 ปี	3.3	2.2	13.2	25.3	28.6	27.5	-	4.56	91
35 – 44 ปี	-	3.4	11.9	37.3	23.7	23.7	-	4.53	59
45 – 54 ปี	-	3.2	3.2	45.2	16.1	32.3	-	4.71	31
55 – 64 ปี	-	4.8	9.5	33.3	38.1	14.3	-	4.48	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	22.2	22.2	33.3	-	4.67	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	11.4	34.3	25.7	28.6	-	4.71	35
\$10,000 - \$19,999	3.9	6.5	9.1	33.8	26.0	20.8	-	4.34	77
\$20,000 - \$49,999	-	0.8	16.8	35.9	24.4	22.1	-	4.50	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	1.7	10.2	40.7	23.7	23.7	-	4.58	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.0	2.0	16.7	33.3	22.5	23.5	-	4.43	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	6.5	6.5	21.7	39.1	23.9	-	4.61	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	10.4	54.2	25.0	8.3	-	4.27	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	2.1	14.9	27.7	27.7	27.7	-	4.64	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	5.9	38.2	14.7	41.2	-	4.91	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	33.3	33.3	-	5.00	3
นักเรียน	-	-	28.6	42.9	21.4	7.1	-	4.07	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	12.5	75.0	-	12.5	-	4.13	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.6	9.4	38.0	25.5	25.5	-	4.64	192
กลุ่มศักยภาพสูง	2.7	3.6	19.1	32.7	23.6	18.2	-	4.25	110

ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถมีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	2.6	11.9	37.7	28.1	19.2	-	4.48	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	0.7	11.3	36.0	30.7	21.3	-	4.61	150
หญิง	0.7	4.6	12.5	39.5	25.7	17.1	-	4.36	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.1	2.2	13.2	37.4	34.1	12.1	-	4.37	91
25 – 34 ปี	-	3.3	11.0	37.4	22.0	26.4	-	4.57	91
35 – 44 ปี	-	3.4	11.9	40.7	27.1	16.9	-	4.42	59
45 – 54 ปี	-	-	12.9	35.5	32.3	19.4	-	4.58	31
55 – 64 ปี	-	4.8	14.3	33.3	33.3	14.3	-	4.38	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	44.4	11.1	44.4	-	5.00	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	5.7	37.1	42.9	14.3	-	4.66	35
\$10,000 - \$19,999	-	3.9	11.7	36.4	28.6	19.5	-	4.48	77
\$20,000 - \$49,999	-	3.1	16.8	42.0	19.8	18.3	-	4.34	131
\$50,000 ขึ้นไป	1.7	1.7	5.1	30.5	37.3	23.7	-	4.71	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	3.9	13.7	33.3	27.5	21.6	-	4.49	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	4.3	17.4	34.8	34.8	8.7	-	4.26	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.1	4.2	14.6	52.1	10.4	16.7	-	4.15	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	6.4	46.8	29.8	17.0	-	4.57	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	23.5	38.2	38.2	-	5.15	34
แม่บ้าน	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	3
นักเรียน	-	-	21.4	35.7	35.7	7.1	-	4.29	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	12.5	50.0	12.5	25.0	-	4.50	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	0.5	2.1	7.8	38.5	33.3	17.7	-	4.55	192
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.6	19.1	36.4	19.1	21.8	-	4.36	110

ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมากจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล  
ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	2.6	11.6	27.5	25.5	32.5	-	4.73	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	2.0	10.0	26.7	25.3	36.0	-	4.83	150
หญิง	0.7	3.3	13.2	28.3	25.7	28.9	-	4.62	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.1	12.1	29.7	27.5	29.7	-	4.73	91
25 – 34 ปี	1.1	6.6	13.2	26.4	17.6	35.2	-	4.58	91
35 – 44 ปี	-	1.7	5.1	32.2	30.5	30.5	-	4.83	59
45 – 54 ปี	-	-	12.9	16.1	29.0	41.9	-	5.00	31
55 – 64 ปี	-	-	23.8	23.8	33.3	19.0	-	4.48	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	33.3	22.2	44.4	-	5.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	8.6	37.1	28.6	25.7	-	4.71	35
\$10,000 - \$19,999	1.3	6.5	7.8	23.4	29.9	31.2	-	4.68	77
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	13.7	28.2	23.7	32.8	-	4.73	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	1.7	13.6	25.4	22.0	37.3	-	4.80	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	4.9	10.8	28.4	25.5	30.4	-	4.66	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	4.3	15.2	28.3	23.9	26.1	-	4.46	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	20.8	31.3	22.9	22.9	-	4.44	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	4.3	29.8	29.8	36.2	-	4.98	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	14.7	26.5	58.8	-	5.44	34
แม่บ้าน	-	-	33.3	-	66.7	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	-	21.4	42.9	21.4	14.3	-	4.29	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	12.5	12.5	12.5	62.5	-	5.25	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	8.9	31.3	29.2	29.7	-	4.78	192
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	5.5	16.4	20.9	19.1	37.3	-	4.64	110

ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	-	2.0	15.2	47.0	18.5	17.2	-	4.34	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	2.7	14.7	46.7	16.0	20.0	-	4.36	150
หญิง	-	1.3	15.8	47.4	21.1	14.5	-	4.32	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	3.3	22.0	49.5	11.0	14.3	-	4.11	91
25 – 34 ปี	-	2.2	18.7	45.1	16.5	17.6	-	4.29	91
35 – 44 ปี	-	1.7	3.4	57.6	22.0	15.3	-	4.46	59
45 – 54 ปี	-	-	3.2	35.5	38.7	22.6	-	4.81	31
55 – 64 ปี	-	-	23.8	38.1	23.8	14.3	-	4.29	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	11.1	33.3	11.1	44.4	-	4.89	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	14.3	45.7	17.1	22.9	-	4.49	35
\$10,000 - \$19,999	-	3.9	13.0	41.6	23.4	18.2	-	4.39	77
\$20,000 - \$49,999	-	0.8	15.3	55.7	13.0	15.3	-	4.27	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	3.4	18.6	35.6	25.4	16.9	-	4.34	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.0	18.6	44.1	18.6	16.7	-	4.29	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.2	8.7	60.9	21.7	6.5	-	4.22	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	27.1	45.8	20.8	6.3	-	4.06	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	2.1	10.6	53.2	17.0	17.0	-	4.36	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	2.9	2.9	32.4	11.8	50.0	-	5.03	34
แม่บ้าน	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	4.00	3
นักเรียน	-	7.1	21.4	50.0	14.3	7.1	-	3.93	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	37.5	25.0	37.5	-	5.00	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	2.1	12.5	53.6	15.1	16.7	-	4.32	192
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.8	20.0	35.5	24.5	18.2	-	4.37	110

ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกลอยลางหรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว  
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	5.3	16.2	25.2	30.8	18.9	3.6	-	3.53	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	6.0	16.7	22.7	29.3	21.3	4.0	-	3.55	150
หญิง	4.6	15.8	27.6	32.2	16.4	3.3	-	3.50	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.1	11.0	20.9	40.7	24.2	2.2	-	3.82	91
25 – 34 ปี	5.5	19.8	27.5	26.4	16.5	4.4	-	3.42	91
35 – 44 ปี	15.3	18.6	30.5	20.3	11.9	3.4	-	3.05	59
45 – 54 ปี	3.2	16.1	25.8	35.5	16.1	3.2	-	3.55	31
55 – 64 ปี	-	23.8	19.0	28.6	23.8	4.8	-	3.67	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	33.3	33.3	11.0	-	4.33	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	8.6	20.0	14.3	28.6	25.7	2.9	-	3.51	35
\$10,000 - \$19,999	3.9	22.1	27.3	26.0	16.9	3.9	-	3.42	77
\$20,000 - \$49,999	6.1	14.5	27.5	34.4	16.0	1.5	-	3.44	131
\$50,000 ขึ้นไป	3.4	10.2	23.7	30.5	23.7	8.5	-	3.86	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	6.9	14.7	25.5	34.3	14.7	3.9	-	3.47	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	8.7	13.0	28.3	30.4	15.2	4.3	-	3.43	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.2	20.8	22.9	35.4	16.7	-	-	3.40	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	4.3	29.8	23.4	23.4	12.8	6.4	-	3.30	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	8.8	29.4	17.6	35.3	5.9	-	3.91	34
แม่บ้าน	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	4.00	3
นักเรียน	-	-	21.4	50.0	28.6	-	-	4.07	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	12.5	25.0	50.0	-	-	4.13	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	5.7	13.0	21.4	33.9	22.4	3.6	-	3.65	192
กลุ่มศักยภาพสูง	4.5	21.8	31.8	25.5	12.7	3.6	-	3.31	110

ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำอะไรบนความหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	10.9	17.9	23.8	25.2	18.9	3.3	-	3.33	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	11.3	21.3	22.0	25.3	16.7	3.3	-	3.25	150
หญิง	10.5	14.5	25.7	25.0	21.1	3.3	-	3.41	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	12.1	14.3	13.2	33.0	26.4	1.1	-	3.51	91
25 – 34 ปี	7.7	18.7	33.0	17.6	16.5	6.6	-	3.36	91
35 – 44 ปี	11.9	20.3	32.2	20.3	11.9	3.4	-	3.10	59
45 – 54 ปี	19.4	16.1	19.4	35.5	9.7	-	-	3.00	31
55 – 64 ปี	4.8	9.5	23.8	23.8	38.1	-	-	3.81	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	11.1	55.6	-	22.2	-	11.1	-	2.78	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	11.4	14.3	34.3	20.0	14.3	5.7	-	3.29	35
\$10,000 - \$19,999	13.0	26.0	23.4	22.1	15.6	-	-	3.01	77
\$20,000 - \$49,999	10.7	16.0	23.7	26.0	21.4	2.3	-	3.38	131
\$50,000 ขึ้นไป	8.5	13.6	18.6	30.5	20.3	8.5	-	3.66	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	14.7	10.8	24.5	28.4	17.6	3.9	-	3.35	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	6.5	21.7	23.9	23.9	19.6	4.3	-	3.41	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	8.3	14.6	25.0	27.1	20.8	4.2	-	3.50	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	12.8	27.7	31.9	12.8	12.8	2.1	-	2.91	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.8	20.6	11.8	35.3	17.6	2.9	-	3.35	34
แม่บ้าน	-	33.3	-	-	66.7	-	-	4.00	3
นักเรียน	7.1	7.1	21.4	35.7	28.6	-	-	3.71	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	50.0	25.0	-	25.0	-	-	3.00	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	9.9	17.2	25.0	25.5	18.8	3.6	-	3.37	192
กลุ่มศักยภาพสูง	12.7	19.1	21.8	24.5	19.1	2.7	-	3.26	110

ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	28.8	13.9	23.8	17.9	13.2	2.3	-	2.80	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	32.7	15.3	19.3	16.0	14.7	2.0	-	2.71	150
หญิง	25.0	12.5	28.3	19.7	11.8	2.6	-	2.89	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	18.7	13.2	24.2	25.3	14.3	4.4	-	3.16	91
25 – 34 ปี	28.6	19.8	26.4	11.0	13.2	1.1	-	2.64	91
35 – 44 ปี	39.0	10.2	20.3	16.9	13.6	-	-	2.56	59
45 – 54 ปี	38.7	6.5	12.9	22.6	16.1	3.2	-	2.81	31
55 – 64 ปี	28.6	-	42.9	14.3	9.5	4.8	-	2.90	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	33.3	44.4	11.1	11.1	-	-	-	2.00	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	17.1	17.1	14.3	22.9	28.6	-	-	3.29	35
\$10,000 - \$19,999	32.5	19.5	24.7	14.3	7.8	1.3	-	2.49	77
\$20,000 - \$49,999	32.1	11.5	26.7	16.0	12.2	1.5	-	2.69	131
\$50,000 ขึ้นไป	23.7	10.2	22.0	23.7	13.6	6.8	-	3.14	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	28.4	9.8	22.5	18.6	17.6	2.9	-	2.96	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	30.4	15.2	26.1	21.7	6.5	-	-	2.59	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	22.9	16.7	37.5	16.7	6.3	-	-	2.67	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	29.8	25.5	23.4	8.5	10.6	2.1	-	2.51	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	35.3	8.8	5.9	17.6	26.5	5.9	-	3.09	34
แม่บ้าน	-	-	33.3	66.7	-	-	-	3.67	3
นักเรียน	14.3	-	35.7	35.7	14.3	-	-	3.36	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	62.5	25.0	-	-	-	12.5	-	1.88	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	29.7	13.5	15.6	21.9	15.6	3.6	-	2.91	192
กลุ่มศักยภาพสูง	27.3	14.5	38.2	10.9	9.1	-	-	2.60	110

ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับราชการทหารเป็นเรื่องที่ควรจะทำสำหรับเยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	5.6	9.9	21.9	29.1	25.8	7.6	-	3.82	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	6.0	10.7	22.0	29.3	24.0	8.0	-	3.79	150
หญิง	5.3	9.2	21.7	28.9	27.6	7.2	-	3.86	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.1	6.6	20.9	33.0	30.8	7.7	-	4.09	91
25 – 34 ปี	8.8	17.6	28.6	19.8	16.5	8.8	-	3.44	91
35 – 44 ปี	11.9	5.1	16.9	33.9	22.0	10.2	-	3.80	59
45 – 54 ปี	3.2	6.5	22.6	22.6	45.2	-	-	4.00	31
55 – 64 ปี	-	14.3	14.3	33.3	38.1	-	-	3.95	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	11.1	66.7	-	22.2	-	4.33	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	11.4	5.7	11.4	14.3	48.6	8.6	-	4.09	35
\$10,000 - \$19,999	5.2	14.3	35.1	20.8	20.8	3.9	-	3.49	77
\$20,000 - \$49,999	5.3	7.6	22.1	36.6	19.1	9.2	-	3.84	131
\$50,000 ขึ้นไป	3.4	11.9	10.2	32.2	33.9	8.5	-	4.07	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	5.9	8.8	20.6	28.4	22.5	13.7	-	3.94	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	8.7	17.4	19.6	26.1	23.9	4.3	-	3.52	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	6.3	10.4	37.5	27.1	18.8	-	-	3.42	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	6.4	10.6	29.8	23.4	25.5	4.3	-	3.64	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	2.9	8.8	26.5	44.1	14.7	-	4.50	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	66.7	-	-	4.67	3
นักเรียน	-	7.1	-	50.0	42.9	-	-	4.29	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	12.5	75.0	-	-	-	3.63	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	4.2	8.9	21.9	26.6	31.8	6.8	-	3.93	192
กลุ่มศักยภาพสูง	8.2	11.8	21.8	33.6	15.5	9.1	-	3.64	110



ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของความสำเร็จ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.3	5.3	18.2	46.7	16.2	12.3	-	4.08	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	1.3	7.3	22.0	40.0	17.3	12.0	-	4.01	150
หญิง	1.3	3.3	14.5	53.3	15.1	12.5	-	4.15	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	2.2	18.7	54.9	9.9	14.3	-	4.15	91
25 – 34 ปี	2.2	8.8	22.0	44.0	15.4	7.7	-	3.85	91
35 – 44 ปี	3.4	5.1	10.2	42.4	23.7	15.3	-	4.24	59
45 – 54 ปี	-	6.5	9.7	51.6	12.9	19.4	-	4.29	31
55 – 64 ปี	-	4.8	23.8	33.3	33.3	4.8	-	4.10	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	44.4	33.3	11.1	11.1	-	3.89	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	5.7	17.1	40.0	14.3	22.9	-	4.31	35
\$10,000 - \$19,999	1.3	10.4	19.5	48.1	13.0	7.8	-	3.84	77
\$20,000 - \$49,999	1.5	3.8	22.9	47.3	16.0	8.4	-	3.98	131
\$50,000 ขึ้นไป	1.7	1.7	6.8	47.5	22.0	20.3	-	4.47	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.0	4.9	24.5	33.3	20.6	14.7	-	4.10	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	4.3	10.9	58.7	17.4	6.5	-	4.04	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	10.4	16.7	54.2	12.5	6.3	-	3.88	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	6.4	12.8	68.1	10.6	2.1	-	3.89	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	2.9	17.6	29.4	11.8	35.3	-	4.50	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	33.3	33.3	-	5.00	3
นักเรียน	-	-	14.3	64.3	7.1	14.3	-	4.21	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	37.5	25.0	37.5	-	-	4.00	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	1.0	4.2	18.8	46.4	15.1	14.6	-	4.14	192
กลุ่มศักยภาพสูง	1.8	7.3	17.3	47.3	18.2	8.2	-	3.97	110

ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	2.3	14.6	40.4	33.8	8.6	-	4.31	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	2.7	12.7	35.3	41.3	8.0	-	4.39	150
หญิง	0.7	2.0	16.4	45.4	26.3	9.2	-	4.22	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.1	15.4	47.3	28.6	7.7	-	4.26	91
25 – 34 ปี	1.1	4.4	19.8	29.7	34.1	11.0	-	4.24	91
35 – 44 ปี	-	1.7	10.2	42.4	39.0	6.8	-	4.39	59
45 – 54 ปี	-	-	6.5	48.4	32.3	12.9	-	4.52	31
55 – 64 ปี	-	4.8	4.8	47.6	38.1	4.8	-	4.33	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	33.3	22.2	44.4	-	-	4.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	8.6	40.0	37.1	14.3	-	4.57	35
\$10,000 - \$19,999	1.3	2.6	18.2	37.7	33.8	6.5	-	4.19	77
\$20,000 - \$49,999	-	3.8	13.7	38.9	38.2	5.3	-	4.27	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	15.3	47.5	22.0	15.3	-	4.37	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.9	18.6	35.3	32.4	10.8	-	4.29	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	4.3	10.9	37.0	37.0	8.7	-	4.28	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	18.8	56.3	20.8	2.1	-	4.02	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	12.8	42.6	40.4	4.3	-	4.36	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	2.9	2.9	38.2	41.2	14.7	-	4.62	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	-	33.3	-	4.67	3
นักเรียน	-	-	14.3	28.6	50.0	7.1	-	4.50	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	25.0	37.5	25.0	12.5	-	4.25	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.6	13.0	44.3	31.3	9.9	-	4.35	192
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	3.6	17.3	33.6	38.2	6.4	-	4.24	110

ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	5.6	11.9	37.1	35.1	9.9	-	4.31	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	0.7	4.7	13.3	32.7	34.7	14.0	-	4.38	150
หญิง	-	6.6	10.5	41.4	35.5	5.9	-	4.24	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	5.5	12.1	40.7	35.2	6.6	-	4.25	91
25 – 34 ปี	-	6.6	14.3	38.5	27.5	13.2	-	4.26	91
35 – 44 ปี	1.7	3.4	5.1	39.0	39.0	11.9	-	4.46	59
45 – 54 ปี	-	3.2	12.9	25.8	51.6	6.5	-	4.45	31
55 – 64 ปี	-	14.3	14.3	33.3	33.3	4.8	-	4.00	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	22.2	33.3	22.2	-	4.56	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	5.7	2.9	34.3	40.0	17.1	-	4.60	35
\$10,000 - \$19,999	-	9.1	11.7	32.5	36.4	10.4	-	4.27	77
\$20,000 - \$49,999	0.8	3.8	15.3	42.0	32.1	6.1	-	4.19	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	5.1	10.2	33.9	37.3	13.6	-	4.44	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	4.9	10.8	38.2	33.3	12.7	-	4.38	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.2	15.2	32.6	37.0	13.0	-	4.43	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.1	12.5	14.6	47.9	22.9	-	-	3.77	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	4.3	6.4	38.3	42.6	8.5	-	4.45	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	11.8	20.6	50.0	17.6	-	4.74	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	14.3	7.1	42.9	35.7	-	-	4.00	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	37.5	25.0	12.5	12.5	-	3.75	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	8.3	13.5	31.3	37.5	9.4	-	4.26	192
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	0.9	9.1	47.3	30.9	10.9	-	4.39	110

ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	4.3	11.6	23.5	35.8	19.9	5.0	-	3.70	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	4.7	8.7	24.0	36.0	19.3	7.3	-	3.79	150
หญิง	3.9	14.5	23.0	35.5	20.4	2.6	-	3.62	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.2	6.6	26.4	38.5	19.8	6.6	-	3.87	91
25 – 34 ปี	4.4	19.8	17.6	34.1	18.7	5.5	-	3.59	91
35 – 44 ปี	10.2	13.6	27.1	32.2	13.6	3.4	-	3.36	59
45 – 54 ปี	-	3.2	22.6	41.9	29.0	3.2	-	4.06	31
55 – 64 ปี	4.8	9.5	19.0	42.9	23.8	-	-	3.71	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	44.4	11.1	33.3	11.1	-	4.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	5.7	17.1	17.1	37.1	17.1	5.7	-	3.60	35
\$10,000 - \$19,999	2.6	10.4	23.4	33.8	24.7	5.2	-	3.83	77
\$20,000 - \$49,999	4.6	12.2	26.0	35.9	19.1	2.3	-	3.60	131
\$50,000 ขึ้นไป	5.1	8.5	22.0	37.3	16.9	10.2	-	3.83	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	5.9	9.8	23.5	42.2	15.7	2.9	-	3.61	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	6.5	13.0	26.1	28.3	17.4	8.7	-	3.63	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	8.3	10.4	27.1	35.4	18.8	-	-	3.46	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	14.9	21.3	29.8	27.7	6.4	-	3.89	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	17.6	14.7	38.2	14.7	14.7	-	3.94	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	66.7	-	-	4.67	3
นักเรียน	-	-	35.7	35.7	28.6	-	-	3.93	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	25.0	25.0	37.5	-	-	3.88	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	2.6	12.5	19.3	36.5	23.4	5.7	-	3.83	192
กลุ่มศักยภาพสูง	7.3	10.0	30.9	34.5	13.6	3.6	-	3.48	110

ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการผลิตสินค้าไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล  
ของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.3	5.0	20.5	39.7	26.2	7.3	-	4.06	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	2.0	7.3	22.7	34.0	25.3	8.7	-	3.99	150
หญิง	0.7	2.6	18.4	45.4	27.0	5.9	-	4.13	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	5.5	25.3	39.6	19.8	9.9	-	4.03	91
25 – 34 ปี	3.3	4.4	18.7	39.6	27.5	6.6	-	4.03	91
35 – 44 ปี	1.7	8.5	13.6	37.3	30.5	8.5	-	4.12	59
45 – 54 ปี	-	-	16.1	45.2	38.7	-	-	4.23	31
55 – 64 ปี	-	4.8	28.6	42.9	19.0	4.8	-	3.90	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	33.3	33.3	22.2	11.1	-	4.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	2.9	17.1	48.6	28.6	2.9	-	4.11	35
\$10,000 - \$19,999	3.9	10.4	19.5	33.8	24.7	7.8	-	3.88	77
\$20,000 - \$49,999	0.8	3.1	23.7	41.2	23.7	7.6	-	4.07	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	3.4	16.9	39.0	32.2	8.5	-	4.25	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.0	4.9	23.5	35.3	28.4	6.9	-	4.06	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	8.7	10.9	47.8	30.4	-	-	3.96	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.2	4.2	31.3	41.7	12.5	6.3	-	3.73	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	4.3	4.3	42.6	38.3	10.6	-	4.47	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	2.9	23.5	26.5	26.5	20.6	-	4.38	34
แม่บ้าน	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	3
นักเรียน	-	7.1	14.3	57.1	21.4	-	-	3.93	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	75.0	25.0	-	-	-	3.25	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	2.1	18.2	42.7	29.7	7.3	-	4.22	192
กลุ่มศักยภาพสูง	3.6	10.0	24.5	34.5	20.0	7.3	-	3.79	110

ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.3	3.0	11.3	44.0	30.8	9.6	-	4.29	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	1.3	2.7	10.7	40.0	32.0	13.3	-	4.39	150
หญิง	1.3	3.3	11.8	48.0	29.6	5.9	-	4.19	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.2	5.5	15.4	41.8	27.5	7.7	-	4.10	91
25 – 34 ปี	2.2	2.2	13.2	41.8	29.7	11.0	-	4.27	91
35 – 44 ปี	-	1.7	10.2	47.5	32.2	8.5	-	4.36	59
45 – 54 ปี	-	3.2	6.5	45.2	35.5	9.7	-	4.42	31
55 – 64 ปี	-	-	-	61.9	33.3	4.8	-	4.43	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	22.2	44.4	33.3	-	5.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	2.9	-	14.3	37.1	42.9	2.9	-	4.26	35
\$10,000 - \$19,999	2.6	2.6	9.1	50.6	29.9	5.2	-	4.18	77
\$20,000 - \$49,999	-	4.6	13.7	41.2	29.8	10.7	-	4.28	131
\$50,000 ขึ้นไป	1.7	1.7	6.8	45.8	27.1	16.9	-	4.46	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.0	2.0	12.7	40.2	35.3	7.8	-	4.28	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.2	10.9	45.7	26.1	15.2	-	4.41	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	6.3	20.8	54.2	12.5	6.3	-	3.92	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	2.1	-	6.4	42.6	42.6	6.4	-	4.43	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	8.8	5.9	38.2	26.5	17.6	-	4.29	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	33.3	33.3	-	5.00	3
นักเรียน	-	-	7.1	50.0	42.9	-	-	4.36	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	50.0	37.5	12.5	-	4.63	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	0.5	2.1	9.4	43.2	34.4	10.4	-	4.40	192
กลุ่มศักยภาพสูง	2.7	4.5	14.5	45.5	24.5	8.2	-	4.09	110

ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตบนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยังคงดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	2.0	3.3	15.2	35.4	30.8	13.2	-	4.29	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	3.3	4.7	14.7	30.7	34.7	12.0	-	4.25	150
หญิง	0.7	2.0	15.8	40.1	27.0	14.5	-	4.34	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.1	2.2	17.6	38.5	35.2	5.5	-	4.21	91
25 – 34 ปี	2.2	4.4	14.3	34.1	27.5	17.6	-	4.33	91
35 – 44 ปี	-	3.4	8.5	40.7	30.5	16.9	-	4.49	59
45 – 54 ปี	-	3.2	12.9	25.8	35.5	22.6	-	4.61	31
55 – 64 ปี	4.8	4.8	33.3	28.6	28.6	-	-	3.71	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	22.2	-	11.1	33.3	11.1	22.2	-	3.78	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	2.9	17.1	28.6	40.0	11.4	-	4.40	35
\$10,000 - \$19,999	1.3	5.2	18.2	31.2	33.8	10.4	-	4.22	77
\$20,000 - \$49,999	2.3	3.1	16.0	42.7	26.0	9.9	-	4.17	131
\$50,000 ขึ้นไป	3.4	1.7	8.5	28.8	32.2	25.4	-	4.61	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.0	3.9	20.6	23.5	37.3	12.7	-	4.28	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	4.3	2.2	6.5	45.7	23.9	17.4	-	4.35	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	6.3	27.1	47.9	12.5	6.3	-	3.85	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.5	29.8	53.2	8.5	-	4.62	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	2.9	11.8	26.5	23.5	32.4	-	4.62	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	-	7.1	71.4	21.4	-	-	4.14	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.5	12.5	-	50.0	12.5	12.5	-	3.75	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	2.1	1.6	11.5	40.1	34.4	10.4	-	4.34	192
กลุ่มศักยภาพสูง	1.8	6.4	21.8	27.3	24.5	18.2	-	4.21	110

ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	3.6	3.3	7.9	21.5	19.9	43.7	-	4.82	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	2.0	2.7	6.7	21.3	23.3	44.0	-	4.93	150
หญิง	5.3	3.9	9.2	21.7	16.4	43.4	-	4.70	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	4.4	2.2	2.2	24.2	22.0	45.1	-	4.92	91
25 – 34 ปี	6.6	4.4	15.4	14.3	15.4	44.0	-	4.59	91
35 – 44 ปี	-	1.7	3.4	18.6	22.0	54.2	-	5.24	59
45 – 54 ปี	3.2	6.5	9.7	25.8	29.0	25.8	-	4.48	31
55 – 64 ปี	-	4.8	9.5	42.9	14.3	28.6	-	4.52	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	11.1	22.2	11.1	55.6	-	5.11	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	5.7	-	5.7	25.7	20.0	42.9	-	4.83	35
\$10,000 - \$19,999	3.9	7.8	7.8	16.9	20.8	42.9	-	4.71	77
\$20,000 - \$49,999	2.3	3.1	9.2	18.3	18.3	48.9	-	4.94	131
\$50,000 ขึ้นไป	5.1	-	6.8	32.2	22.0	33.9	-	4.68	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.9	3.9	3.9	23.5	22.5	42.2	-	4.83	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	4.3	17.4	21.7	15.2	41.3	-	4.72	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.2	4.2	12.5	18.8	22.9	37.5	-	4.65	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	6.4	4.3	6.4	21.3	8.5	53.2	-	4.81	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	5.9	-	-	11.8	23.5	58.8	-	5.24	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	-	7.1	35.7	42.9	14.3	-	4.64	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	25.0	12.5	-	62.5	-	5.00	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	3.6	3.6	4.7	23.4	19.8	44.8	-	4.86	192
กลุ่มศึภษาสูง	3.6	2.7	13.6	18.2	20.0	41.8	-	4.74	110



ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุมีผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.7	0.7	30.5	25.2	33.8	9.3	-	4.19	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	1.3	25.3	28.0	34.0	11.3	-	4.29	150
หญิง	1.3	-	35.5	22.4	33.6	7.2	-	4.09	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	30.8	22.0	36.3	11.0	-	4.27	91
25 – 34 ปี	2.2	-	45.1	16.5	30.8	5.5	-	3.90	91
35 – 44 ปี	-	-	20.3	37.3	35.6	6.8	-	4.29	59
45 – 54 ปี	-	-	16.1	41.9	32.3	9.7	-	4.35	31
55 – 64 ปี	-	9.5	19.0	19.0	38.1	14.3	-	4.29	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	22.2	22.2	33.3	-	4.67	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	31.4	14.3	45.7	8.6	-	4.31	35
\$10,000 - \$19,999	2.6	2.6	40.3	20.8	23.4	10.4	-	3.91	77
\$20,000 - \$49,999	-	-	33.6	26.7	32.8	6.9	-	4.13	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	10.2	33.9	42.4	13.6	-	4.59	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.0	-	33.3	18.6	42.2	4.9	-	4.16	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	-	39.1	28.3	17.4	13.0	-	3.98	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	35.4	31.3	27.1	4.2	-	3.96	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	27.7	25.5	42.6	4.3	-	4.23	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	17.6	23.5	29.4	29.4	-	4.71	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	-	28.6	28.6	35.7	7.1	-	4.21	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	-	37.5	25.0	25.0	-	4.50	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	32.8	26.0	30.2	9.9	-	4.15	192
กลุ่มศักยภาพสูง	1.8	-	26.4	23.6	40.0	8.2	-	4.25	110

ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	0.3	2.3	26.2	30.5	25.8	14.9	-	4.24	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	0.7	2.7	26.7	27.3	22.0	20.7	-	4.29	150
หญิง	-	2.0	25.7	33.6	29.6	9.2	-	4.18	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.1	23.1	34.1	25.3	16.5	-	4.33	91
25 – 34 ปี	1.1	3.3	34.1	25.3	27.5	8.8	-	4.01	91
35 – 44 ปี	-	3.4	22.0	30.5	23.7	20.3	-	4.36	59
45 – 54 ปี	-	-	29.0	29.0	19.4	22.6	-	4.35	31
55 – 64 ปี	-	4.8	14.3	42.9	38.1	-	-	4.14	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	22.2	22.2	33.3	-	4.67	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	28.6	25.7	20.0	25.7	-	4.43	35
\$10,000 - \$19,999	1.3	6.5	33.8	23.4	24.7	10.4	-	3.95	77
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	28.2	32.1	24.4	13.7	-	4.21	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	10.2	39.0	33.9	16.9	-	4.58	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.0	27.5	29.4	27.5	13.7	-	4.24	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	6.5	23.9	32.6	17.4	19.6	-	4.20	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.1	-	37.5	25.0	29.2	6.3	-	3.98	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	2.1	27.7	27.7	36.2	6.4	-	4.17	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	17.6	29.4	11.8	41.2	-	4.76	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	-	21.4	42.9	28.6	7.1	-	4.21	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.5	-	50.0	25.0	12.5	-	4.25	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	28.1	36.5	22.9	11.5	-	4.16	192
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	4.5	22.7	20.0	30.9	20.9	-	4.38	110

ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.0	1.7	12.9	39.1	33.4	11.9	-	4.38	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	1.3	1.3	12.0	39.3	32.7	13.3	-	4.41	150
หญิง	0.7	2.0	13.8	38.8	34.2	10.5	-	4.36	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	16.5	37.4	35.2	11.0	-	4.41	91
25 - 34 ปี	2.2	3.3	9.9	38.5	30.8	15.4	-	4.38	91
35 - 44 ปี	1.7	1.7	5.1	45.8	33.9	11.9	-	4.44	59
45 - 54 ปี	-	3.2	19.4	35.5	35.5	6.5	-	4.23	31
55 - 64 ปี	-	-	14.3	33.3	42.9	9.5	-	4.48	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	33.3	44.4	11.1	11.1	-	4.00	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	17.1	34.3	37.1	11.4	-	4.43	35
\$10,000 - \$19,999	2.6	5.2	14.3	31.2	31.2	15.6	-	4.30	77
\$20,000 - \$49,999	0.8	0.8	12.2	42.7	32.1	11.5	-	4.39	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	10.2	44.1	37.3	8.5	-	4.44	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.0	1.0	9.8	37.3	41.2	8.8	-	4.41	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	4.3	15.2	32.6	28.3	17.4	-	4.33	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.1	18.8	41.7	35.4	2.1	-	4.17	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	2.1	17.0	36.2	27.7	17.0	-	4.40	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	2.9	41.2	29.4	26.5	-	4.79	34
แม่บ้าน	-	-	-	33.3	66.7	-	-	4.67	3
นักเรียน	-	-	14.3	57.1	28.6	-	-	4.14	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	25.0	62.5	-	12.5	-	4.00	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	14.1	43.8	27.1	14.1	-	4.39	192
กลุ่มศักยภาพสูง	2.7	2.7	10.9	30.9	44.5	8.2	-	4.36	110

ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	4.6	11.3	19.5	27.2	35.1	2.3	-	3.84	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	4.0	10.0	18.7	27.3	36.7	3.3	-	3.93	150
หญิง	5.3	12.5	20.4	27.0	33.6	1.3	-	3.75	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.3	8.8	16.5	30.8	39.6	1.1	-	3.98	91
25 – 34 ปี	11.0	14.3	26.4	24.2	23.1	1.1	-	3.37	91
35 – 44 ปี	-	8.5	20.3	25.4	42.4	3.4	-	4.12	59
45 – 54 ปี	3.2	9.7	9.7	29.0	38.7	9.7	-	4.19	31
55 – 64 ปี	-	9.5	19.0	28.6	42.9	-	-	4.05	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	33.3	11.1	22.2	33.3	-	-	3.56	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	2.9	5.7	20.0	11.4	51.4	8.6	-	4.29	35
\$10,000 - \$19,999	13.0	11.7	23.4	20.8	31.2	-	-	3.45	77
\$20,000 - \$49,999	1.5	13.7	20.6	34.4	29.0	0.8	-	3.78	131
\$50,000 ขึ้นไป	1.7	8.5	11.9	28.8	44.1	5.1	-	4.20	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.9	11.8	13.7	29.4	38.2	3.9	-	4.00	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	8.7	8.7	26.1	23.9	30.4	2.2	-	3.65	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.1	8.3	35.4	29.2	25.0	-	-	3.67	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	4.3	10.6	27.7	19.1	38.3	-	-	3.77	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.8	17.6	2.9	29.4	35.3	2.9	-	3.68	34
แม่บ้าน	-	-	-	-	66.7	33.3	-	5.33	3
นักเรียน	-	-	-	42.9	57.1	-	-	4.57	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	37.5	25.0	25.0	12.5	-	-	3.13	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	3.1	14.1	20.8	27.6	33.3	1.0	-	3.77	192
กลุ่มศักยภาพสูง	7.3	6.4	17.3	26.4	38.2	4.5	-	3.95	110

ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	4.0	12.6	27.5	36.1	15.9	4.0	-	3.59	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	3.3	12.0	32.0	32.7	16.0	4.0	-	3.58	150
หญิง	4.6	13.2	23.0	39.5	15.8	3.9	-	3.61	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	5.5	13.2	20.9	39.6	18.7	2.2	-	3.59	91
25 – 34 ปี	4.4	8.8	41.8	27.5	11.0	6.6	-	3.52	91
35 – 44 ปี	3.4	11.9	20.3	40.7	20.3	3.4	-	3.73	59
45 – 54 ปี	-	19.4	19.4	38.7	16.1	6.5	-	3.71	31
55 – 64 ปี	4.8	4.8	23.8	52.4	14.3	-	-	3.67	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	44.4	33.3	11.1	11.1	-	-	2.89	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	5.7	5.7	11.4	51.4	14.3	11.4	-	3.97	35
\$10,000 - \$19,999	2.6	14.3	35.1	28.6	16.9	2.6	-	3.51	77
\$20,000 - \$49,999	4.6	12.2	31.3	34.4	16.8	0.8	-	3.49	131
\$50,000 ขึ้นไป	3.4	15.3	18.6	40.7	13.6	8.5	-	3.71	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.9	13.7	25.5	41.2	10.8	5.9	-	3.61	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	13.0	28.3	41.3	15.2	-	-	3.54	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.1	8.3	50.0	31.3	8.3	-	-	3.35	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	2.1	10.6	17.0	48.9	17.0	4.3	-	3.81	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.7	14.7	17.6	8.8	32.4	11.8	-	3.65	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	-	7.1	28.6	28.6	35.7	-	-	3.93	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.5	37.5	25.0	12.5	12.5	-	-	2.75	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	4.2	12.5	22.4	36.5	19.8	4.7	-	3.69	192
กลุ่มศักยภาพสูง	3.6	12.7	36.4	35.5	9.1	2.7	-	3.42	110

ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	2.6	4.0	18.5	36.4	22.8	15.6	-	4.20	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	2.0	4.0	23.3	32.0	24.0	14.7	-	4.16	150
หญิง	3.3	3.9	13.8	40.8	21.7	16.4	-	4.23	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.2	3.3	14.3	39.6	22.0	18.7	-	4.32	91
25 – 34 ปี	3.3	4.4	18.7	36.3	23.1	14.3	-	4.14	91
35 – 44 ปี	5.1	6.8	25.4	32.2	23.7	6.8	-	3.83	59
45 – 54 ปี	-	-	25.8	32.3	22.6	19.4	-	4.35	31
55 – 64 ปี	-	4.8	4.8	47.6	19.0	23.8	-	4.52	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	22.2	22.2	33.3	22.2	-	4.56	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	2.9	17.1	31.4	28.6	20.0	-	4.46	35
\$10,000 - \$19,999	5.2	2.6	16.9	35.1	22.1	18.2	-	4.21	77
\$20,000 - \$49,999	2.3	5.3	22.1	39.7	20.6	9.9	-	4.01	131
\$50,000 ขึ้นไป	1.7	3.4	13.6	33.9	25.4	22.0	-	4.44	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.0	4.9	15.7	39.2	26.5	11.8	-	4.19	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.2	8.7	23.9	30.4	28.3	6.5	-	3.93	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.2	4.2	27.1	47.9	4.2	12.5	-	3.81	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	2.1	19.1	40.4	25.5	12.8	-	4.28	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	-	5.9	5.9	35.3	50.0	-	5.21	34
แม่บ้าน	-	-	-	66.7	33.3	-	-	4.33	3
นักเรียน	14.3	-	14.3	57.1	7.1	7.1	-	3.64	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	37.5	25.0	12.5	25.0	-	4.25	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	3.1	4.2	13.5	34.9	26.0	18.2	-	4.31	192
กลุ่มศักยภาพสูง	1.8	3.6	27.3	39.1	17.3	10.9	-	3.99	110

ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	-	2.6	10.9	35.8	33.1	17.5	-	4.52	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	-	0.7	10.7	41.3	34.7	12.7	-	4.48	150
หญิง	-	4.6	11.2	30.3	31.6	22.4	-	4.56	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	2.2	16.5	31.9	24.2	25.3	-	4.54	91
25 – 34 ปี	-	4.4	9.9	39.6	35.2	11.0	-	4.38	91
35 – 44 ปี	-	3.4	3.4	42.4	33.9	16.9	-	4.58	59
45 – 54 ปี	-	-	9.7	25.8	48.4	16.1	-	4.71	31
55 – 64 ปี	-	-	19.0	42.9	28.6	9.5	-	4.29	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	11.1	55.6	33.3	-	5.22	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	5.7	51.4	20.0	22.9	-	4.60	35
\$10,000 - \$19,999	-	5.2	11.7	31.2	36.4	15.6	-	4.45	77
\$20,000 - \$49,999	-	3.1	13.0	37.4	31.3	15.3	-	4.43	131
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	8.5	28.8	40.7	22.0	-	4.76	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	4.9	7.8	48.0	33.3	5.9	-	4.27	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	6.5	4.3	30.4	43.5	15.2	-	4.57	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	31.3	35.4	20.8	12.5	-	4.15	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	6.4	34.0	55.3	4.3	-	4.57	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	5.9	5.9	8.8	79.4	-	5.62	34
แม่บ้าน	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	4.00	3
นักเรียน	-	-	7.1	42.9	35.7	14.3	-	4.57	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	12.5	37.5	12.5	37.5	-	4.75	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	8.3	34.9	33.9	21.9	-	4.67	192
กลุ่มศักยภาพสูง	-	5.5	15.5	37.3	31.8	10.0	-	4.25	110

ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
<b>ภาพรวม</b>	1.0	3.6	24.2	35.4	25.5	10.3	-	4.12	302
<b>เพศ</b>									
ชาย	2.0	4.7	22.7	30.0	30.0	10.7	-	4.13	150
หญิง	-	2.6	25.7	40.8	21.1	9.9	-	4.10	152
<b>กลุ่มอายุ</b>									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.1	24.2	38.5	20.9	15.4	-	4.25	91
25 – 34 ปี	2.2	5.5	25.3	33.0	28.6	5.5	-	3.97	91
35 – 44 ปี	1.7	3.4	25.4	35.6	25.4	8.5	-	4.05	59
45 – 54 ปี	-	3.2	9.7	38.7	35.5	12.9	-	4.45	31
55 – 64 ปี	-	9.5	28.6	38.1	19.0	4.8	-	3.81	21
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	44.4	11.1	22.2	22.2	-	4.22	9
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	14.3	31.4	37.1	17.1	-	4.57	35
\$10,000 - \$19,999	1.3	6.5	29.9	29.9	26.0	6.5	-	3.92	77
\$20,000 - \$49,999	-	3.1	26.7	37.4	22.9	9.9	-	4.10	131
\$50,000 ขึ้นไป	3.4	3.4	16.9	40.7	23.7	11.9	-	4.14	59
<b>อาชีพ</b>									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.0	3.9	18.6	45.1	26.5	4.9	-	4.07	102
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	8.7	15.2	37.0	30.4	8.7	-	4.15	46
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	6.3	50.0	27.1	12.5	4.2	-	3.58	48
<b>ธุรกิจ</b>									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	12.8	38.3	46.8	2.1	-	4.38	47
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	5.9	-	26.5	5.9	14.7	47.1	-	4.65	34
แม่บ้าน	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	4.00	3
นักเรียน	-	-	21.4	64.3	7.1	7.1	-	4.00	14
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	50.0	12.5	12.5	25.0	-	4.13	8
<b>กลุ่ม</b>									
กลุ่มทั่วไป	-	1.6	20.3	33.9	29.7	14.6	-	4.35	192
กลุ่มศักยภาพสูง	2.7	7.3	30.9	38.2	18.2	2.7	-	3.70	110



ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	ร้อยละ	จำนวน (ราย)
<b>เพศ</b>		
ชาย	134	42.5
หญิง	181	57.5
<b>รวม</b>	315	100.0
<b>กลุ่มอายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	116	36.8
25 – 34 ปี	142	45.1
35 – 44 ปี	23	7.3
45 – 54 ปี	16	5.1
55 – 64 ปี	16	5.1
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	2	0.6
<b>รวม</b>	315	100.0
<b>อาชีพ</b>		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	96	30.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	36	11.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	64	20.3
แรงงานและเกษตรกร	4	1.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	12	3.8
แม่บ้าน	26	8.3
นักเรียน	77	24.4
<b>รวม</b>	315	100.0
<b>สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	199	63.2
สมรสแล้วและมีบุตร	96	30.5
สมรสแล้วและยังไม่มีบุตร	17	5.4
หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง	3	1.0
<b>รวม</b>	315	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>		
น้อยกว่า \$10,000	184	58.4
\$10,000- \$19,999	101	32.1
\$20,000 - \$49,999	26	8.3
\$50,000 ขึ้นไป	4	1.3
<b>รวม</b>	315	100.0
<b>ศาสนา</b>		
พุทธศาสนา	309	98.1
ศาสนาอิสลาม	4	1.3
ศาสนาคริสต์	1	0.3
ศาสนาอื่น ๆ	1	0.3
<b>รวม</b>	315	100.0

ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง
<b>ภาพรวม</b>	98.7	1.3
<b>เพศ</b>		
ชาย	98.5	1.5
หญิง	98.9	1.1
<b>กลุ่มอายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	97.4	2.6
25 – 34 ปี	100.0	-
35 – 44 ปี	100.0	-
45 – 54 ปี	93.8	6.3
55 – 64 ปี	100.0	-
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	100.0	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>		
น้อยกว่า \$10,000	100.0	-
\$10,000- \$19,999	98.0	2.0
\$20,000 - \$49,999	96.2	3.8
\$50,000 ขึ้นไป	75.0	25.0
<b>อาชีพ</b>		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	99.0	1.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	97.2	2.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	98.4	1.6
แรงงานและเกษตรกร	100.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-
แม่บ้าน	100.0	-
นักเรียน	98.7	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-

ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง
<b>เพศ</b>		
ชาย	42.4	50.0
หญิง	57.6	50.0
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>กลุ่มอายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	1.3	-
20 – 24 ปี	35.0	75.0
25 – 29 ปี	32.8	-
30 – 34 ปี	12.9	-
35 – 39 ปี	3.9	-
40 – 44 ปี	3.5	-
45 – 49 ปี	3.2	-
50 – 54 ปี	1.6	25.0
55 – 59 ปี	3.2	-
60 – 64 ปี	1.9	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.6	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>		
น้อยกว่า \$10,000	59.2	-
\$10,000- \$19,999	31.8	50.0
\$20,000 - \$49,999	8.0	25.0
\$50,000 ขึ้นไป	1.0	25.0
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	30.5	25.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	11.3	25.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	20.3	25.0
แรงงานและเกษตรกร	1.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.9	-
แม่บ้าน	8.4	-
นักเรียน	24.4	25.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)**

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
<b>ภาพรวม</b>	24.4	1.0	16.5	47.9	3.2	3.8	3.2
<b>เพศ</b>							
ชาย	29.1	0.7	16.4	43.3	1.5	3.7	5.2
หญิง	21.0	1.1	16.6	51.4	4.4	3.9	1.7
<b>กลุ่มอายุ</b>							
ต่ำกว่า 25 ปี	27.6	-	17.2	41.4	3.4	3.4	6.9
25 – 34 ปี	26.1	1.4	16.2	51.4	1.4	2.1	1.4
35 – 44 ปี	8.7	-	13.0	52.2	13.0	13.0	-
45 – 54 ปี	25.0	6.3	12.5	50.0	-	6.3	-
55 – 64 ปี	12.5	-	25.0	50.0	6.3	6.3	-
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>							
น้อยกว่า \$10,000	23.4	0.5	14.7	52.7	1.6	2.7	4.3
\$10,000- \$19,999	19.8	2.0	20.8	43.6	5.9	5.9	2.0
\$20,000 - \$49,999	38.5	-	15.4	38.5	3.8	3.8	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	-	-	-	-	-	-
<b>อาชีพ</b>							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ เฉพาะด้าน	25.0	-	15.6	50.0	5.2	3.1	1.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ พนักงานบริษัทเอกชน	19.4	2.8	13.9	61.1	-	-	2.8
พนักงานขาย ธุรกิจ แรงงานและเกษตรกร	20.3	1.6	18.8	48.4	-	7.8	3.1
บุคลากรรัฐบาลและ ทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-
แม่บ้าน	8.3	-	16.7	66.7	-	-	8.3
นักเรียน	23.1	-	19.2	42.3	7.7	7.7	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	33.8	1.3	16.9	35.1	3.9	2.6	6.5
	-	-	-	-	-	-	-

**ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)**

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
<b>เพศ</b>							
ชาย	50.6	33.3	42.3	38.4	20.0	41.7	70.0
หญิง	49.4	66.7	57.7	61.6	80.0	58.3	30.0
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>กลุ่มอายุ</b>							
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	-	2.0	-	-	10.0
20 – 24 ปี	41.6	-	38.5	29.8	40.0	33.3	70.0
25 – 29 ปี	37.7	33.3	30.8	32.5	20.0	25.0	20.0
30 – 34 ปี	10.4	33.3	13.5	15.9	-	-	-
35 – 39 ปี	2.6	-	3.8	4.0	10.0	8.3	-
40 – 44 ปี	-	-	1.9	4.0	20.0	16.7	-
45 – 49 ปี	3.9	-	1.9	3.3	-	8.3	-
50 – 54 ปี	1.3	33.3	1.9	2.0	-	-	-
55 – 59 ปี	1.3	-	5.8	2.6	10.0	8.3	-
60 – 64 ปี	1.3	-	1.9	2.6	-	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	1.3	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>							
น้อยกว่า \$10,000	55.8	33.3	51.9	64.2	30.0	41.7	80.0
\$10,000- \$19,999	26.0	66.7	40.4	29.1	60.0	50.0	20.0
\$20,000 - \$49,999	13.0	-	7.7	6.6	10.0	8.3	-
\$50,000 ขึ้นไป	5.2	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>อาชีพ</b>							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	31.2	-	28.8	31.8	50.0	25.0	10.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.1	33.3	9.6	14.6	-	-	10.0
พนักงานบริษัทเอกชน	16.9	33.3	23.1	20.5	-	41.7	20.0
พนักงานขาย ธุรกิจ	-	-	-	2.6	-	-	-
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	2.6	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.3	-	3.8	5.3	-	-	10.0
แม่บ้าน	7.8	-	9.6	7.3	20.0	16.7	-
นักเรียน	33.8	33.3	25.0	17.9	30.0	16.7	50.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 74 ร้อยละนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวกัมพูชาจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)		
	Reformer	Succeeder	Mainstream
<b>เพศ</b>			
ชาย	33.3	-	100.0
หญิง	66.7	-	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>	<b>100.0</b>
<b>กลุ่มอายุ</b>			
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	-
20 – 24 ปี	66.7	-	100.0
25 – 29 ปี	-	-	-
30 – 34 ปี	-	-	-
35 – 39 ปี	-	-	-
40 – 44 ปี	-	-	-
45 – 49 ปี	-	-	-
50 – 54 ปี	33.3	-	-
55 – 59 ปี	-	-	-
60 – 64 ปี	-	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้รวมของครอบครัว</b>			
น้อยกว่า \$10,000	-	-	-
\$10,000- \$19,999	66.7	-	-
\$20,000 - \$49,999	-	-	100.0
\$50,000 ขึ้นไป	33.3	-	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	-	100.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	33.3	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	33.3	-	-
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-
แม่บ้าน	-	-	-
นักเรียน	33.3	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>	<b>100.0</b>

## กัมพูชา

### ข.1 การคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

จำนวนประชากร	คน <sup>a</sup>	สัดส่วนอายุ มากกว่า 18 ปี <sup>b</sup>	จำนวนเป้าหมาย อายุตั้งแต่ 18 ปี	สัดส่วนเดินทาง ต่างประเทศ	จำนวนคนเดินทาง ต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
ประชากรทั้งหมด	14,952,665	59.3	8,866,930		
เขตชนบท <sup>c</sup>	ร้อยละ	80.00	7,093,544	1.95	138,324
เขตเมือง <sup>d</sup>	ร้อยละ	20.00	1,773,386	25.63	454,529
<b>รวมจำนวนคนที่เคยเดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา</b>					<b>592,853</b>
คิดเป็นร้อยละต่อประชากรทั้งหมด					3.96

	จำนวน ประชากร เฉพาะในเขต เทศบาล <sup>e</sup>	ประมาณการ กลุ่มเป้าหมายที่ อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทาง ต่างประเทศ	ประมาณการจำนวน นักท่องเที่ยวกลุ่ม ศักยภาพสูง	Airport	Model City Type++	List of Prime Area
Phnom Penh***	1,242,992	188,917	#REF!	International	a	
Siem Reap	174,265	35,559	#REF!	International	a	
Sihanoukville	89,447	18,252	#REF!	International	a	
Battambang	180,853	36,903	#REF!	Domestic	a	
Kampong Cham	118,242	24,127	#REF!	Domestic	a	
Kampong Chhang	43,130	8,801	#REF!	Domestic	a	
Kampot	48,274	9,850	#REF!	Domestic	a	
<b>รวม</b>		<b>322,410</b>	<b>#REF!</b>			

a ประมาณการจำนวนประชากร Source:

[http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics_profile.html)

b ประมาณการสัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี Source:

[http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics_profile.html)

c ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตชนบทปี 2010 Source:

[http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics_profile.html)

d ประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:

[http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics_profile.html)

e ประมาณการประชากรในเขตเมือง Source: Data from 2008 Census, compiled from National Statistics Office in Cambodia

\*\*\* Applied prime city ratio

## ข.2 ประเทศเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอาเซียน

กลุ่มประเทศ อาเซียน	จำนวนคน-ครั้ง ในการเดินทาง	ประเทศที่เป็นเป้าหมายในการเดินทาง																			
		Cambodia	Indonesia	Laos	Malaysia	Myanmar	Philippines	Singapore	Thailand	Vietnam	Korea	Japan	China	Hongkong	Macua	Taiwan	Australia	Newzealand	Canada	USA	India
<b>Brunei</b>	<b>1,392,852</b>	481	48,193	354	1,239,404	500	2,000	62,243	7,471	2,000	2,000	2,000	1,000	5,000	3,000	5,000	8,206	1,000	1,000	1,000	1,000
<b>Cambodia</b>	<b>560,436</b>		5,000	7,561	49,472	1,000	1,000	10,000	265,903	200,000	1,500	1,500	1,000	5,000	1,500	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
<b>Indonesia</b>	<b>7,214,548</b>	15,817		3,338	2,134,381	2,968	34,542	2,592,222	370,795	100,000	124,474	61,911	608,700	520,795	220,423	154,293	140,299	11,450	15,142	66,069	36,929
<b>Laos</b>	<b>1,191,975</b>	128,525	10,000		5,000	500	1,000	20,000	891,950	100,000	3,000	3,000	1,000	10,000	3,000	10,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
<b>Malaysia</b>	<b>8,718,882</b>	102,929	1,302,237	17,702		23,287	91,752	1,140,935	2,500,280	233,132	156,281	81,516	1,245,100	632,858	324,509	300,786	241,134	35,011	11,867	59,857	217,709
<b>Myanmar</b>	<b>829,987</b>	4,199	6,000	1,765	5,000		1,000	94,184	610,671	5,000	70,168	3,000	1,000	10,000	3,000	10,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
<b>Philippines</b>	<b>4,386,675</b>	70,718	223,779	11,847	362,101	2,878		677,723	268,375	120,000	337,268	63,099	894,300	659,829	268,710	98,305	56,655	8,563	59,674	166,829	36,022
<b>Singapore</b>	<b>19,515,513</b>	47,594	1,505,588	7,130	13,372,647	15,391	137,802		682,364	400,000	124,565	111,354	1,063,000	793,887	280,602	298,241	318,466	38,680	29,254	159,302	129,646
<b>Thailand</b>	<b>6,162,423</b>	116,758	141,771	1,579,941	1,442,048	61,696	37,862	472,708		181,820	309,143	144,969	608,000	480,497	196,375	99,749	85,328	17,523	21,449	73,318	91,468
<b>Vietnam</b>	<b>2,687,113</b>	614,090	36,917	561,586	173,783	7,703	17,781	332,231	496,768		105,531	41,048	5,000	114,100	11,394	50,000	33,811	5,000	5,000	46,826	28,544



### ข.3 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวจากสัดส่วนที่พบระหว่างการสำรวจ	ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	สัดส่วนความถี่จากการศึกษา (ร้อยละ)	ค่าสัมประสิทธิ์	จำนวนคน
592,853	เดินทาง 1-2 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	59.0	1.23	429,403
	เดินทาง 3-4 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	30.5	0.74	132,976
	เดินทางประมาณปีละครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	7.6	0.49	22,163
	เดินทางมากกว่าปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	2.9	0.49	8,311

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: กัมพูชา”. (online). จาก <http://www.mfa.go.th/main/th/world/70/10277-ราชอาณาจักรกัมพูชา.html> สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2556
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงพนมเปญ. “ข้อมูลประเทศกัมพูชา”. (online). จาก <http://www.thaiembassy.org/phnompenh/th/thai-people> สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2556
- index mundi. “Cambodia Demographics Profile”. (online). จาก [http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/cambodia/demographics_profile.html) สืบค้นวันที่ 30 กันยายน 2556
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศกัมพูชา”,ปี2556. (Online).จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B9%E0%B8%8A%E0%B8%B2> สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2556
- International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database, 2013”. (online). จาก <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/02/weodata/weoselgr.aspx> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556
- The U.S. Census Bureau. International Database. “Population Pyramid Graph - Custom Region - Cambodia”. (Online). จาก <http://www.census.gov/population/international/data/idb/region.php?N=%20Results%20&T=12&A=separate&RT=0&Y=2013&R=-1&C=CB> สืบค้นวันที่ 21 ธันวาคม 2556
- World Bank. “Data by country: Cambodia”. (online). จาก <http://data.worldbank.org/country/khm> สืบค้นวันที่ 21 ธันวาคม 2556