

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

INDONESIA



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



In-Touch Research & Consultancy Co., Ltd.

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	i
วัตถุประสงค์	ii
วิธีการวิจัย	ii
นิยามศัพท์	vi
บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ	1-1
1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์	1-1
1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์	1-3
1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม	1-5
1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	1-6
1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	1-11
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	2-1
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 และระยะเวลาวันหยุด	2-8
2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม	2-10
2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย	2-12
2.9 ทักษะคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน	2-13
บทที่ 3 ทักษะคติ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ	3-1
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว	3-1
3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม	3-6
3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-8
3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	3-11
บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)	4-1
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	4-1
4.2 เปรียบเทียบทักษะคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	4-4
4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง	4-5
บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว	5-1
5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-3
5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย	5-4
บทที่ 6 นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และ กลยุทธ์ทางการตลาด	6-1
6.1 แนวทางและผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”	6-1
6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”	6-7
6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่	6-13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7 กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย	7-1
7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์	7-1
7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์	7-3
7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	7-5
7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ	7-13
ภาคผนวก ก ตารางสถิติ	ก-1
ภาคผนวก ข เอกสารอ้างอิง	ข-1
บรรณานุกรม	

สารบัญแผนภูมิภาพ



	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1.1	1-3
ปิรามิดประชากรอินโดนีเซีย ปี 2556	
แผนภูมิภาพที่ 1.2	1-4
แสดงสัดส่วนเชื้อชาติของอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 1.3	1-4
แสดงสัดส่วนการนับถือศาสนาของอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 1.4	1-7
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของอินโดนีเซียและอัตราการเติบโต ปี 2548-2555	
แผนภูมิภาพที่ 1.5	1-8
รายได้ต่อหัวต่อปีและอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555	
แผนภูมิภาพที่ 1.6	1-9
อัตราการว่างงานของอินโดนีเซีย ปี 2548-2555	
แผนภูมิภาพที่ 1.7	1-10
แสดงสัดส่วนประชากรจำแนกตามระดับเศรษฐกิจฐานของอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 1.8	1-10
แสดงสัดส่วนเฉพาะกลุ่มประชากรที่มีเศรษฐกิจฐานระดับบนจำแนกตามจังหวัดในอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 1.9	1-11
แสดงสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 1.10	1-12
สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.1	2-1
แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.2	2-2
แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.3	2-2
แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.4	2-3
แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.5	2-4
แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.6	2-5
แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.7	2-6
แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.8	2-7
แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์	
แผนภูมิภาพที่ 2.9	2-7
แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมเดินทาง	
แผนภูมิภาพที่ 2.10	2-8
แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.11	2-8
แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.12	2-9
แสดงสัดส่วนระยะเวลาวันพัก	
แผนภูมิภาพที่ 2.13	2-10
แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.14	2-11
แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่นิยมทำกิจกรรมช้อปปิ้งและกิจกรรมเที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น	
แผนภูมิภาพที่ 2.15	2-11
แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่นิยมทำกิจกรรมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมบันเทิง สวนสนุก	
แผนภูมิภาพที่ 2.16	2-13
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย	
แผนภูมิภาพที่ 2.17	2-14
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ	
แผนภูมิภาพที่ 2.18	2-15
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ	
แผนภูมิภาพที่ 2.19	2-16
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น	
แผนภูมิภาพที่ 3.1	3-2
แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม	
แผนภูมิภาพที่ 3.2	3-3
แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้านและการสื่อสาร	

สารบัญแผนภูมิภาพ (ต่อ)



	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณะด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ	3-4
แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณะด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ	3-5
แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-6
แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-7
แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	3-10
แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	3-11
แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย โดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย	3-11
แผนภูมิภาพที่ 3.14 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน	3-13
แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย	4-1
แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือนและกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไปกับกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย	4-3
แผนภูมิภาพที่ 4.4 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย	4-4
แผนภูมิภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)	4-5
แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซีย	5-1
แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กับภาพรวมทั้งอาเซียน	5-2
แผนภูมิภาพที่ 5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-3
แผนภูมิภาพที่ 5.4 การเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์	5-4
แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	6-3
แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวอินโดนีเซียที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีและได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มศักยภาพสูง	6-6

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงสัดส่วนจำนวนประชากรจำแนกตามเขตการปกครอง	1-2
ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของอินโดนีเซีย	1-6
ตารางที่ 1.3 แสดงสถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย	1-11
ตารางที่ 1.4 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง	1-13
ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย	2-12
ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศอินโดนีเซีย	6-13
ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง	7-1

สารบัญตาราง

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-70
ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-71
ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-72
ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเพลิดเพลินไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ	ก-73
ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-74
ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตนนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยังไม่ดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-75
ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-76
ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-77
ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-78
ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน	ก-79
ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-80
ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-81
ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-82
ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้	ก-83
ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย	ก-84
ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	ก-85
ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	ก-86
ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	ก-87
ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)	ก-88
ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)	ก-89
ตารางที่ 74 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (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 รวมถึงการตั้งสมมติฐานที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปอีกด้วยนั้น ทำให้ต้องการข้อมูลในมิติต่างๆ มาเพื่อใช้วางแผน กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับดำเนินงานผ่านเครื่องมือทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการส่งข่าวสารที่มีสาระ



เหมาะสมตรงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ นำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

การดำเนินงานของ บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซ์ ร่วมกับพันธมิตร อันได้แก่ บริษัท Young & Rubicam และบริษัท RH International ภายใต้การติดตามดูแลสนับสนุนของผู้สังเกตการณ์จาก ททท. ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ทั้งในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ (การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งในภาพรวมกล่าวได้ว่าแล้วเสร็จสมบูรณ์ตามแผนการที่ได้กำหนดไว้เป็นอย่างดี ทั้งยังได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลที่เน้นแนวทางคัดกรอง “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” และข้อเสนอทิศทางการตลาดสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเพื่อสร้างให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานปี 2557 ของผู้เกี่ยวข้องได้อย่างทันการ อีกทั้งยังเป็นการช่วยกระตุ้นการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในส่วนอื่นๆ

นอกจากนั้น การนำเสนอผลในรายงานฉบับสมบูรณ์ของ **ประเทศอินโดนีเซีย** นี้ ยังได้จำแนกนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ออกเป็นกลุ่มย่อยที่เหมาะสมกับแผนการตลาดอย่างจำเพาะเจาะจง รวมถึงนำเสนอแผนการทำงานแบบเบ็ดเสร็จ (Implementation Plan) เพื่อใช้เป็นกรอบต้นแบบการดำเนินงานสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

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

วิธีการวิจัย

1. วิธีการที่ 1 การวิจัยเอกสาร

เป็นการค้นคว้า ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานสถิติ เอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลในเว็บไซต์ โดยหาแหล่งข้อมูลทั้งจากในประเทศไทยและจากต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาในส่วนอื่นๆ

2. วิธีการที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ (เว้นประเทศไทย) โดยแสดงรายละเอียดเฉพาะประเทศอินโดนีเซียในส่วนถัดไป



2.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง

- อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียน - ราษฎร ของประเทศอินโดนีเซีย
- ต้องเคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยัง ประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 ครั้ง
- ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ อื่นๆ เช่น เพศ อาชีพ รายได้ หรือ ระดับการศึกษา

2.2 การกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มเลือก (Sampling Method)

ใช้กฎเกณฑ์การคำนวณขนาดหน่วยตัวอย่าง ด้วยวิธีการมาตรฐานของ Yamane* (ตรวจสอบรวมกับการใช้ตาราง Krejcie & Morgan**) ภายใต้กรอบแนวคิดและการพิจารณาตามสมมติฐานในภาพรวมของทุกประเทศในภูมิภาคอาเซียนดังนี้

- 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

* เป็นข้อเสนอให้ปรับลดระดับความเชื่อมั่นลงเป็นมากกว่าร้อยละ 90 เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนไม่มาก หรือมีสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมีจำนวนไม่มาก

3. วิธีการที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จัดให้มีทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก (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"> ■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ■ เป็นเจ้าของหรือผู้บริหารที่มีประสบการณ์การค้าเนิการกิจการบริษัททัวร์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ■ จำหน่ายทัวร์มาประเทศไทยร่วมด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> ■ อายุตั้งแต่ 20- 45 ปี ■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ■ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ■ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับAB เท่านั้น ■ วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด ไม่ใช้ความช่วยเหลือใดๆ จากบริษัททัวร์

3.2 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสนทนากลุ่ม

รูปแบบการสนทนากลุ่ม

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

3.3 ช่วงเวลาและผลการเก็บข้อมูลในประเทศอินโดนีเซีย

วันที่	รายละเอียดการดำเนินงาน	จำนวนที่กำหนด	จำนวนที่ได้
13 มิ.ย.- 8 ก.ค. 2556	งานภาคสนาม	รวมจำนวน 1,200 ราย	รวมจำนวน 1,200 ราย
	Jakarta	400 ราย	400 ราย
	Surabaya	400 ราย	400 ราย
	Medan	400 ราย	400 ราย
15 มิ.ย.2556	การสนทนากลุ่ม 	จำนวน 2 กลุ่ม	จำนวน 2 กลุ่ม
24 มิ.ย.2556	การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัททัวร์ 	จำนวน 2 ราย	จำนวน 2 ราย

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หรือ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

พลเมืองในพื้นที่สำรวจ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีเศรษฐกิจฐานะพื้นฐาน ตั้งแต่ระดับ C+ ขึ้นไป ที่ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ใดๆ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

กลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวด้วยมูลค่า เฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึงเชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการ พัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เป็นไปในทิศทาง ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

หมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ในประเทศอาเซียนทั้งหมด เว้น ประเทศไทย

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 ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

หมายเหตุ: ใช้การเรียงประเทศตามลำดับอักษรภาษาไทย เว้นเฉพาะเป็นการเรียงตามลำดับปริมาณ หรือความถี่ ซึ่งจะถูกระบุแยกไว้เป็นกรณีไปได้ตาราง

บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ ประเทศอินโดนีเซีย



1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์

สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia) เป็นประเทศหมู่เกาะขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบด้วยเกาะขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รวมกันกว่า 17,508 เกาะ ตั้งอยู่ระหว่างคาบสมุทรอินโดจีนและทวีปออสเตรเลีย และระหว่างมหาสมุทรอินเดียและแปซิฟิก มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซียบนเกาะบอร์เนียว ประเทศปาปัว-นิวกินีบนเกาะนิวกินี และประเทศติมอร์ตะวันออกบนเกาะติมอร์ มีขนาดพื้นที่รวม 1,904,443 ตารางกิโลเมตร¹

จากที่ตั้ง ที่กล่าวในข้างต้น ทำให้อินโดนีเซียสามารถควบคุมเส้นทางการติดต่อระหว่างมหาสมุทรทั้งสอง ผ่านช่องแคบสำคัญต่างๆ อาทิ ช่องแคบมะละกา ช่องแคบซุนดรา และช่องแคบลีอมบ็อก ซึ่งเป็นเส้นทางขนส่งที่สำคัญในภูมิภาค

อินโดนีเซียมีประชากร 251,160,124 คน² แบ่งการปกครองเป็น 34 เขต มีจาการ์ตา (Jakarta) เป็นเมืองหลวง และเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่ที่สุด สำหรับเมืองใหญ่ที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ Surabaya, Yogyakarta, Medan, Riau, Jambi, Palembang และ Denpasar เป็นต้น



¹ กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: สาธารณรัฐอินโดนีเซีย”. (online)

² index mundi. “Indonesia Demographics Profile”. (online)

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตการปกครอง

ภูมิภาค/จังหวัด	เมืองหลัก	จำนวนประชากร
Jakarta	Jakarta	9,588,198
East Java	Surabaya	2,765,908
	Bali	3,891,428
	Denpasar (Bali Province)	788,445
West Java	Bandung	2,417,584
	Bekasi	2,378,219
	Depok	1,751,696
Central Java	Semarang	1,555,984
Banten	Tangerang	1,797,715
	South Tangerang	1,303,569
North Sumatra	Medan	2,109,339
South Sumatra	Palembang	1,452,840
South Sulawesi	Makassar	1,339,374

ที่มา : http://en.wikipedia.org/wiki/Demographics_of_Indonesia. 2013



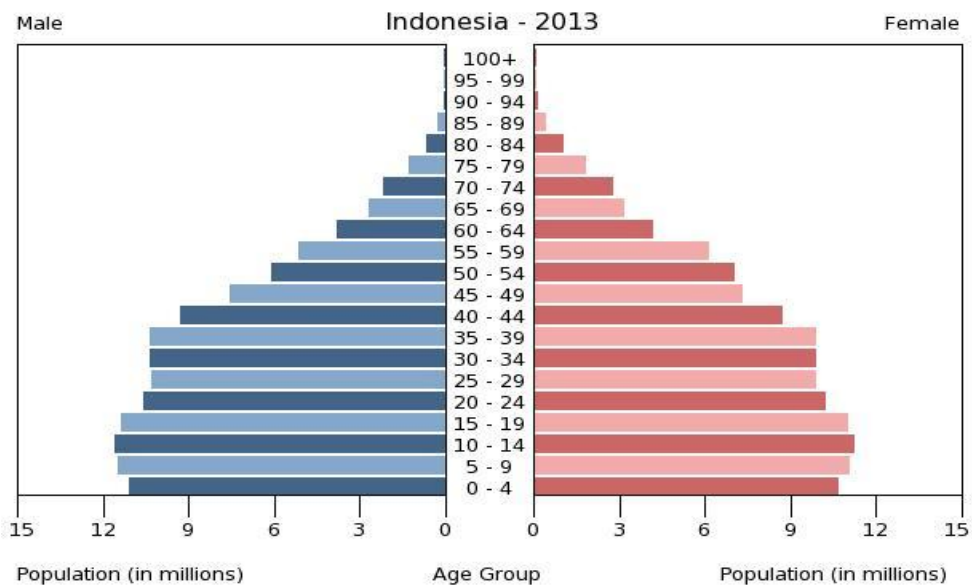
ชาวอินโดนีเซียอายุระหว่าง 15-64 ปี เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ (ร้อยละ 65.7)

1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

อินโดนีเซียมีประชากรมากเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน และมากเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 251,160,124 คน มีสัดส่วนเพศชายและหญิงใกล้เคียงกันมาก โดยมีประชากรเพศหญิง 124.6 ล้านคน หรือ ร้อยละ 50.1 เป็นเพศชาย 124 ล้านคน หรือ ร้อยละ 49.9 โครงสร้างประชากรส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน (อายุระหว่าง 15-64 ปี) เป็นสัดส่วนร้อยละ 65.7 ของประชากรทั้งหมด

นอกจากนี้ อินโดนีเซียยังเป็นประเทศที่มีอัตราการเป็นเมือง (Urbanization) สูงถึงร้อยละ 50.7 และคาดว่าจะระหว่างปี 2553-2558 จะมีอัตราการเติบโตของความเป็นเมือง ร้อยละ 2.4 ต่อปี³

แผนภูมิภาพที่ 1.1 พีรามิดประชากรอินโดนีเซีย ปี 2556



ที่มา : The U.S. Census Bureau. International Database. "Population Pyramid Graph - Custom Region - Indonesia", 2013 <http://www.census.gov/population/international/data/idb/region.php?N=%20Results%20&T=12&A=separate&RT=0&Y=2013&R=-1&C=ID>

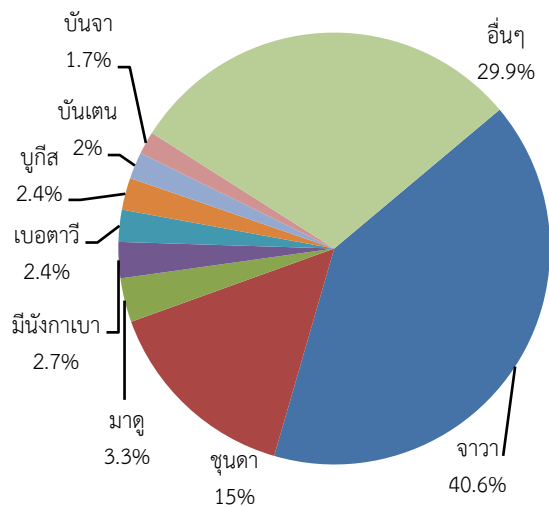
³ index mundi. "Indonesia Demographics Profile". (online).

อินโดนีเซียมีความหลากหลายทางเชื้อชาติเป็นอย่างมาก ประชากรประกอบด้วย จาวา (Javanese) ร้อยละ 40.6 ซุนดา (Sundanese) ร้อยละ 15 มาดู (Madurese) ร้อยละ 3.3 มีนังกาเบา (Minangkabau) ร้อยละ 2.7 เบตาวี (Betawi) ร้อยละ 2.4 บูกีส (Bugis) ร้อยละ 2.4 บันเตน (Banten) ร้อยละ 2 บันจา (Banjar) ร้อยละ 1.7 และอื่นๆ อีกร้อยละ 29.9

ในด้านของการนับถือศาสนา อินโดนีเซียมีศาสนาอิสลาม เป็นศาสนาประจำชาติ ประชากรนับถือศาสนาอิสลามมากที่สุด ร้อยละ 86.1 รองลงมานับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 8.7 แบ่งเป็น นิกายโปรเตสแตนต์ ร้อยละ 5.7 และนิกายคาทอลิก ร้อยละ 3 มีผู้นับถือศาสนาฮินดูร้อยละ 1.8 ที่เหลือนับถือศาสนาอื่นๆ และไม่ได้ระบุการนับถือศาสนาอีกร้อยละ 3.4

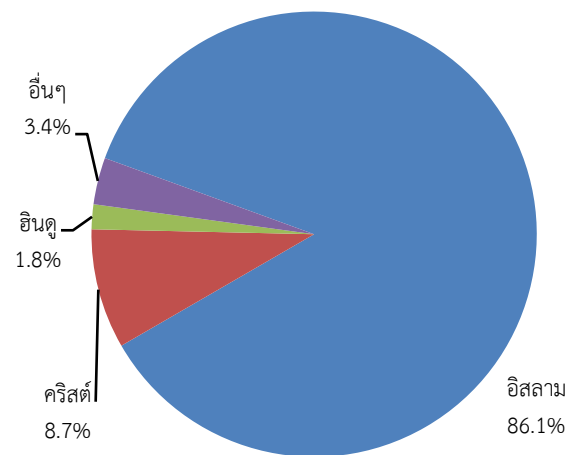


แผนภูมิภาพที่ 1.2
สัดส่วนเชื้อชาติของอินโดนีเซีย



ที่มา: index mundi. Indonesia Demographics Profile, 2013

แผนภูมิภาพที่ 1.3
สัดส่วนการนับถือศาสนาของอินโดนีเซีย



ที่มา: index mundi. Indonesia Demographics Profile, 2013

1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม

1.3.1 การเมืองการปกครอง

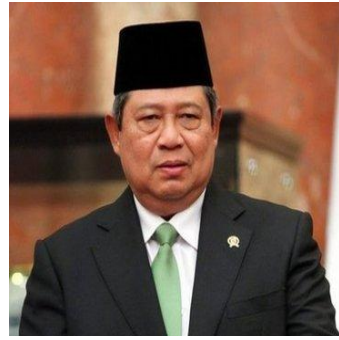
อินโดนีเซียปกครองประเทศด้วย ระบอบประชาธิปไตยในระบบสาธารณรัฐแบบ Unitary-Republic มีการปกครองตนเองในบางพื้นที่ (Provincial Autonomy) โดยมีประธานาธิบดีที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงเป็นประมุข และเป็นหัวหน้าฝ่ายบริหารตามรัฐธรรมนูญปี 2488 ซึ่งกำหนดให้ใช้หลักปรัชญาศีลของศาสนาอิสลามเป็นพื้นฐานในการปกครองประเทศ ประกอบด้วย

1. นับถือพระเจ้าองค์เดียว
2. เป็นมนุษย์ที่เจริญและคงไว้ซึ่งความเที่ยงธรรม
3. ความเป็นเอกภาพของอินโดนีเซีย
4. เป็นประชาธิปไตยแบบมีผู้แทน
5. ความยุติธรรมในสังคมชาวอินโดนีเซียทั้งหมด

1.3.2 วัฒนธรรม

อินโดนีเซียมีชนกลุ่มน้อยอยู่ในประเทศหลายร้อยเผ่า จึงมีความหลากหลายด้านภาษา วิถีชีวิตการแต่งกาย วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณี รัฐบาลอินโดนีเซียจึงพยายามส่งเสริมให้คนในชาติมีความรัก และสามัคคีระหว่างชนต่างเชื้อชาติ โดยมุ่งหวังให้ประชาชนชาวอินโดนีเซียอยู่ร่วมกัน อย่างสันติบนพื้นฐานหลักการ “บินกินา ตุงกัลป์ อิก้า” หรือ “Unity in Diversity” หรือความเป็นเอกภาพในความหลากหลาย

ศิลปะพื้นเมืองด้านทอผ้าของชาวอินโดนีเซียโด่งดังไปทั่วโลก เช่น การทอผ้าบาติก (Batik) และการทอผ้ายกทอง (Songket) ผ้าชนิดนี้ใช้กันในหมู่คนชั้นสูงและในราชสำนักเท่านั้น การทอผ้าไหมยกดอก (Silk Brocade) เป็นเครื่องนุ่งห่มกันในโอกาสพิเศษ เป็นศิลปะการทอผ้าดั้งเดิมของชาวที่สวยงามอย่างยิ่ง



เกบาย่า (Kebaya) เป็นการแต่งกายสำหรับผู้หญิง มีลักษณะเป็นเสื้อแขนยาว ผ้าหน้า กัดกระดุม ตัวเสื้อจะมีสีสันสดใส ปักฉลุเป็นลายลูกไม้ ส่วนผ้าถุงที่ใช้จะเป็นผ้าถุงแบบบาติก แบบบาติกและนุ่งกางเกงขายาว

เตลุก เบสคาพ (Teluk Beskap) เป็นการแต่งกายสำหรับผู้ชาย มีลักษณะเป็นเสื้อแบบบาติก และนุ่งกางเกงขายาว ผสมผสานระหว่างเสื้อคลุมสั้นแบบชาวและโสร่ง และนุ่งโสร่งเมื่ออยู่บ้านหรือประกอบพิธีละหมาด

ส่วนการแต่งกายของชาวเกาะมีลักษณะต่างกัน ประกอบด้วย ผ้านุ่งพันรอบกายแน่น เรียกว่า กากิน และเสื้อฟิตแขนยาว เรียกว่า กากายะ วิธีการนุ่งผ้า และสีของเสื้อจะบอกได้ว่ามาจากส่วนใดของเกาะ

1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

1.4.1 ภาพรวมเศรษฐกิจ

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มอาเซียน และยังเป็นสมาชิกของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ หรือ G-20 จากข้อมูลปี 2555 อินโดนีเซียมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมากกว่า 878 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และยังมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีทรัพยากรต่างๆ มากพอที่จะรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอนาคตอีกยาวนาน อีกทั้งยังมีประชากรจำนวนมาก ซึ่งเป็นทั้งแรงงานสำหรับภาคการผลิต และแหล่งตลาดที่สำคัญภายในประเทศ จึงทำให้นักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาลงทุนประกอบกิจการต่างๆ ส่งผลให้มีปริมาณเงินทุนไหลเข้าประเทศอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก

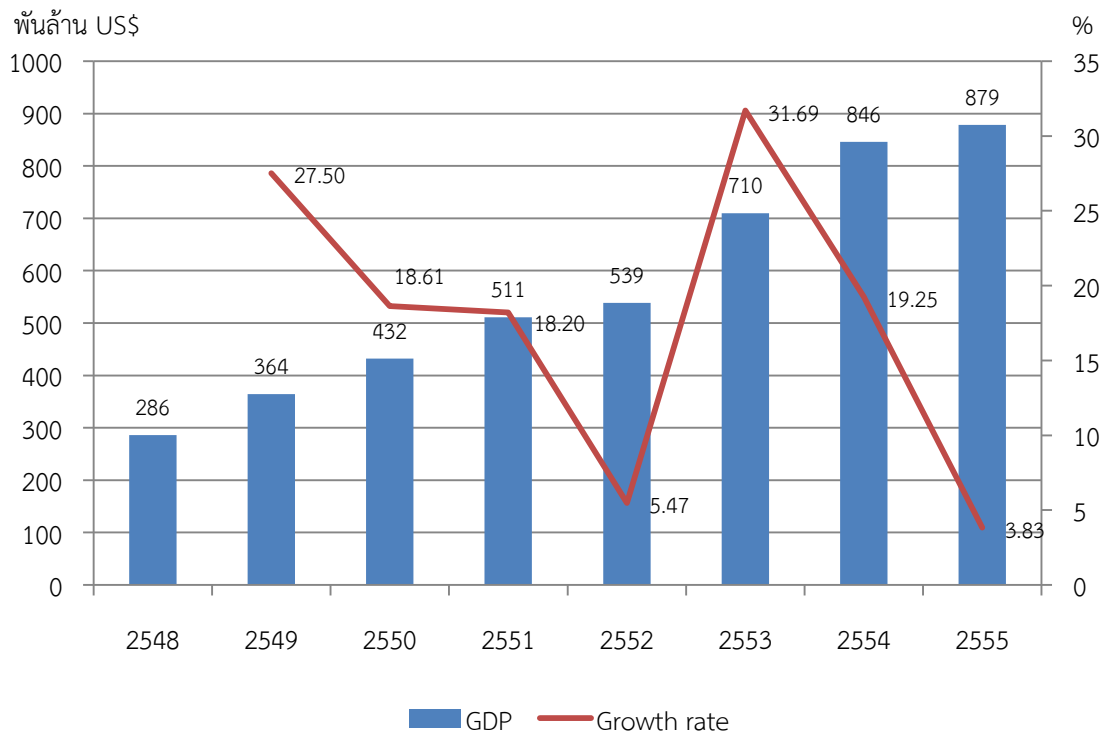
ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของอินโดนีเซีย

ตัวชี้วัด	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
Gross domestic product: GDP (Billion US\$)	285.77	364.36	432.18	510.84	538.80	709.54	846.16	878.54
GDP (% change)	..	27.50	18.61	18.20	5.47	31.69	19.25	3.83
GDP per Capita (US\$)	1,290.77	1,622.60	1,897.56	2,211.37	2,299.63	2,985.77	3,510.59	3,593.67
GDP per Capita (% change)	..	25.71	16.95	16.54	3.99	29.84	17.58	2.37
Inflation (%)	10.46	13.10	6.66	9.78	4.81	5.13	5.36	4.26
Unemployment rate (% to total labor force)	11.24	10.28	9.11	8.39	7.87	7.14	6.56	6.14

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

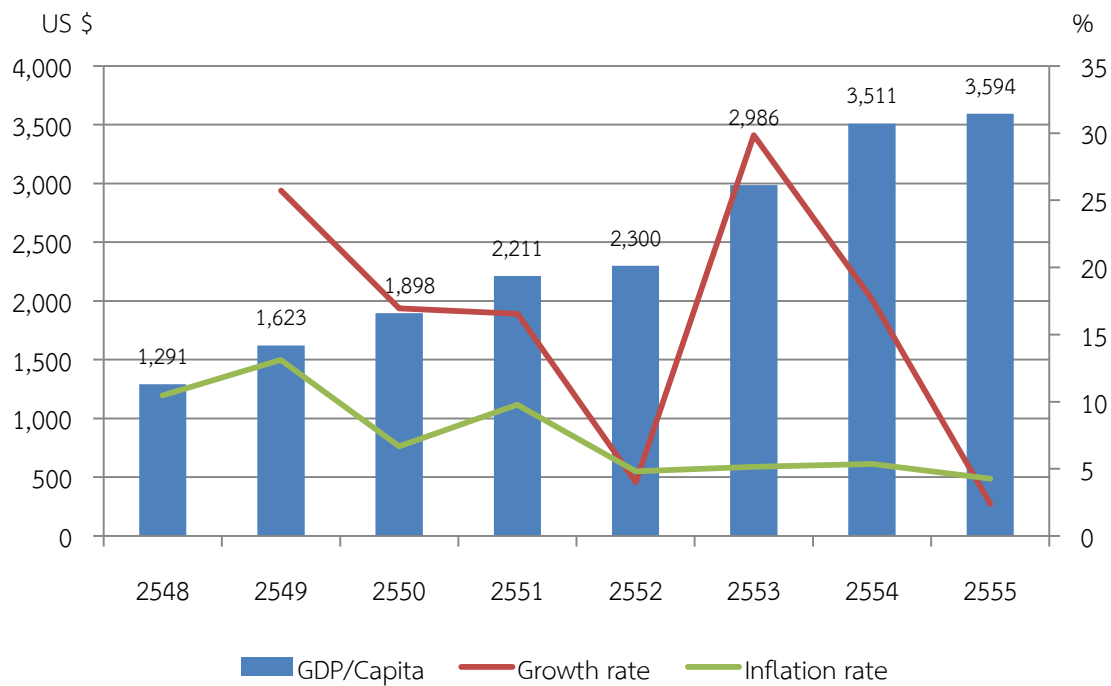
เมื่อเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศของอินโดนีเซีย (เทียบราคาปัจจุบัน: current price) ตั้งแต่ปี 2548 ถึง 2555 พบว่าอัตราการเจริญเติบโต สูงมาก โดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 15 ยกเว้นในช่วงที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2552 และ ในปี 2555 ที่มีการเติบโตลดลงค่อนข้างมาก แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่มากกว่าร้อยละ 3 อย่างไรก็ตาม อัตราเงินเฟ้อของอินโดนีเซียมีอัตราที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน โดยมีอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 5 โดยเฉพาะในช่วงก่อนปี 2550 มีอัตราเงินเฟ้อสูงกว่าร้อยละ 10

แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของอินโดนีเซียและอัตราการเติบโต ปี 2548-2555



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

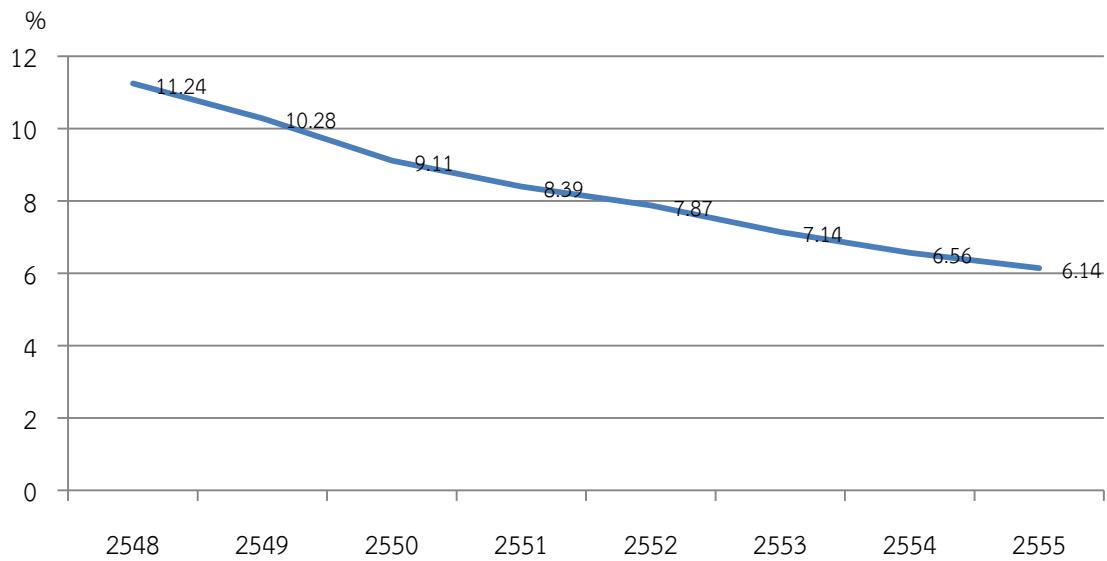
แผนภูมิที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปีและอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555



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

แม้ว่าอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในอาเซียน แต่เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมาก รายได้ต่อหัวของชาวอินโดนีเซียจึงไม่สูงมากนัก โดยมีรายได้ต่อหัวในลำดับที่ 5 ของอาเซียน รองจากสิงคโปร์ บรูไน มาเลเซีย และไทย อย่างไรก็ตาม รายได้ต่อหัวของอินโดนีเซียได้มีการปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยช่วงปี 2548 ถึง 2555 รายได้ต่อหัวมีการปรับเพิ่มขึ้นถึงมากกว่าร้อยละ 170 จาก 1,291 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 เป็น 3,594 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2555 ซึ่งเป็นผลจากพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผลกระทบจากอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 9 ในช่วงก่อนปี 2552 และถึงแม้ว่าภายหลังจากปี 2552 จะสามารถรักษาระดับอัตราเงินเฟ้อให้มีเสถียรภาพมากขึ้น แต่ก็ยังอยู่ในระดับประมาณร้อยละ 5 ซึ่งถือว่าค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดใหญ่อื่นๆ ในอาเซียน

แผนภูมิภาพที่ 1.6 อัตราการว่างงานของอินโดนีเซีย ปี 2548-2555



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

ทั้งนี้ ในช่วงปี 2547–2552 ภายใต้รัฐบาลของนาย ซูซีโล บัมบัง ยูไดโยโน อินโดนีเซียมีการปฏิรูปทางการเงิน รวมไปถึงการเก็บภาษีและศุลกากร โดยนโยบายดังกล่าวทำให้อินโดนีเซียเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก ได้มากกว่าประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียน ซึ่งนอกจากจะยังสามารถรักษาให้เศรษฐกิจมีอัตราการเติบโตได้แล้ว ยังส่งผลต่ออัตราการว่างงานอีกด้วย และจากข้อมูลพบว่าอัตราการว่างงานของอินโดนีเซียลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 11.24 ในปี 2548 เหลือร้อยละ 6.14 ในปี 2555

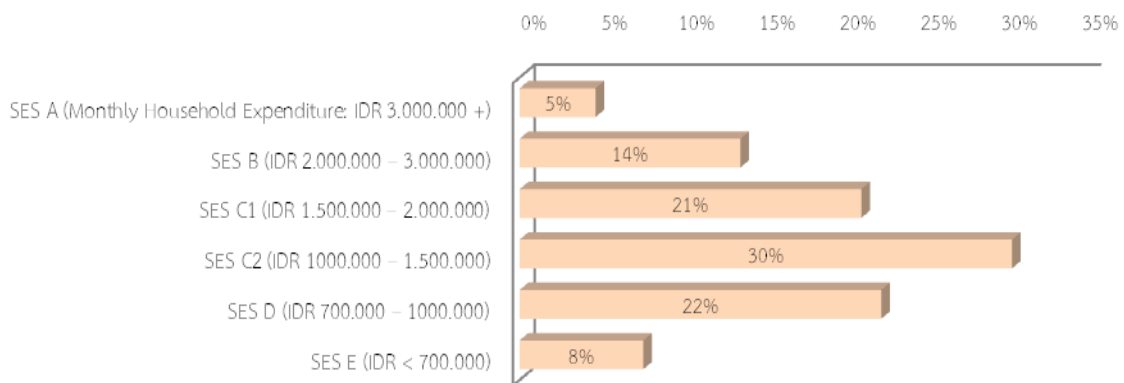
จากข้อมูลเศรษฐกิจข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาพรวมเศรษฐกิจของอินโดนีเซียยังคงอยู่ในสถานะที่ดี มีอัตราการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สามารถรักษาเสถียรภาพของราคาสินค้าได้ดีขึ้น ประกอบกับอัตราการว่างงานที่ลดลง ซึ่งผลของการพัฒนาเศรษฐกิจดังกล่าว ประกอบกับจำนวนประชากรของอินโดนีเซีย ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก ย่อมส่งผลทำให้เป็นประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต



1.4.2 รายได้ครัวเรือน

จากการประเมินระดับเศรษฐกิจฐานะของชาวอินโดนีเซีย โดยใช้รายจ่ายเฉลี่ยรายเดือนต่อครัวเรือน มาประเมิน พบว่ากลุ่มประชากรที่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับดีขึ้นไป (SES class A&B) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 19 ในขณะที่ประชากรส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลาง (SES class C1&C2) และประชากรที่เหลือประมาณร้อยละ 30 มีเศรษฐกิจฐานะระดับต่ำ (SES class D&E) โดยประชากรร้อยละ 8 มีฐานะยากจน (Class E)

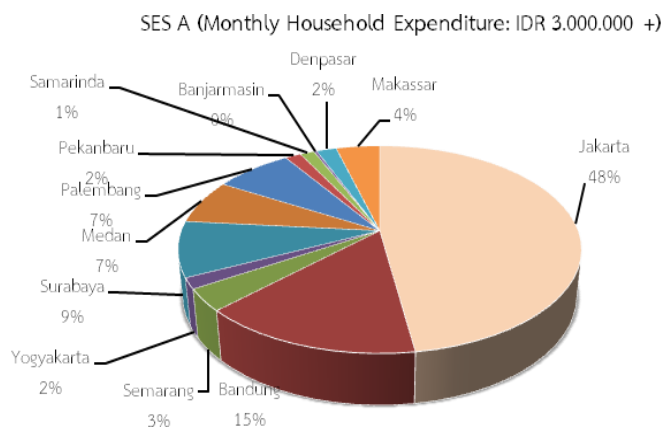
แผนภูมิภาพที่ 1.7 สัดส่วนประชากรจำแนกตามระดับเศรษฐกิจฐานะของอินโดนีเซีย



*ข้อมูลได้รับการสนับสนุนจากพันธมิตรธุรกิจจากประเทศอินโดนีเซีย

แผนภูมิภาพที่ 1.8 สัดส่วนเฉพาะกลุ่มประชากรที่มีเศรษฐกิจฐานะระดับบน จำแนกตามจังหวัดในอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มประชากรที่มีเศรษฐกิจฐานะระดับบน (SES class A) เพื่อกำหนดพื้นที่เชิงกลยุทธ์สำหรับกลุ่ม (High-value) พบว่าประชากรที่มีเศรษฐกิจฐานะดีเกือบทั้งหมดอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะ จาการ์ตา บันดุง และสุราบายา มีประชากรผู้มีเศรษฐกิจฐานะดีรวมกันกว่าร้อยละ 70 ของทั้งประเทศ



*ข้อมูลได้รับการสนับสนุนจากพันธมิตรธุรกิจจากประเทศอินโดนีเซีย

1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.5.1 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย

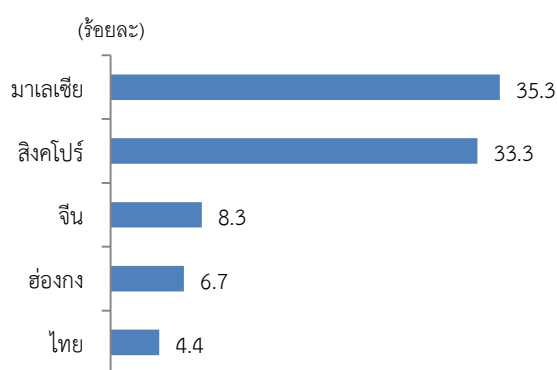
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงระหว่างปี 2548-2554 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีขนาดตลาดท่องเที่ยวในปี 2553-2554 ประมาณ 8,000,000 คน-ครั้ง

ตารางที่ 1.3 แสดงสถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย

ประเทศ	อินโดนีเซีย												
	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2548	2549	2550	2551	2552	2553
สิงคโปร์	1,813,570	1,922,217	△	1,962,055	△	1,765,404	×	1,745,057	×	2,305,149	△	2,592,222	△
มาเลเซีย	962,957	1,217,024	△	1,804,535	△	2,428,605	△	2,405,360	×	2,506,509	△	2,134,381	×
จีน	377,622	433,028	△	477,109	△	426,251	×	469,044	△	573,409	△	608,675	△
เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	260,487	323,987	△	366,217	△	348,938	×	353,631	△	453,235	△	520,795	△
<u>ไทย</u>	<u>186,687</u>	<u>218,167</u>	<u>△</u>	<u>233,919</u>	<u>△</u>	<u>259,284</u>	<u>△</u>	<u>226,506</u>	<u>×</u>	<u>285,666</u>	<u>△</u>	<u>370,681</u>	<u>△</u>
อื่นๆ	480,307	522,090	△	611,688	△	693,697	△	695,007	△	791,753	△	897,305	△
รวม	4,561,937	5,158,603	△	6,067,211	△	6,615,876	△	6,589,612	×	7,707,474	△	8,021,364	△

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนภูมิภาพที่ 1.9 สัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวอินโดนีเซีย

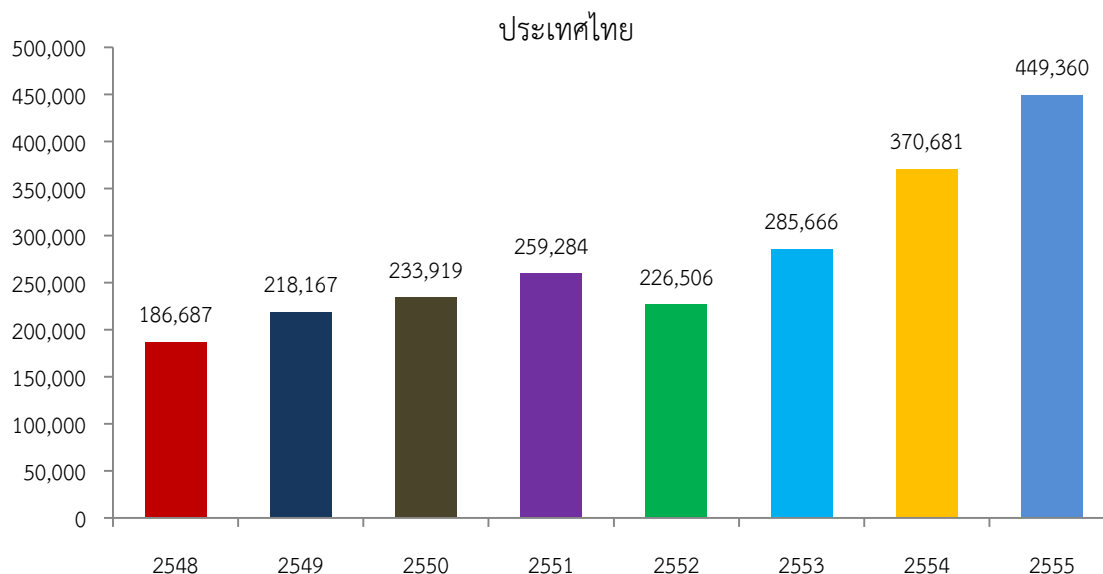


เมื่อพิจารณาประเทศเป้าหมายของการเดินทางเฉลี่ย 3 ปีหลัง (2552-2554) พบว่าเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม 5 ลำดับแรกของชาวอินโดนีเซีย คือ มาเลเซีย ร้อยละ 35.3 รองลงมา ได้แก่ สิงคโปร์ ร้อยละ 33.3 จีน ร้อยละ 8.3 ฮ่องกง ร้อยละ 6.7 และประเทศไทย ร้อยละ 4.4

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.5.2 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวอินโดนีเซีย

แผนภูมิภาพที่ 1.10 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวอินโดนีเซีย



ที่มา: Immigration Bureau, Police Department, 2013

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีศักยภาพส่งออกนักท่องเที่ยว จากประชากรที่มีเป็นจำนวนมาก โดยมีประชากรกลุ่มเศรษฐกิจฐานระดับ - Class AB จำนวนประมาณ 45 ล้านคน ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงระหว่างปี 2548-2555 มีจำนวนเพิ่มขึ้น และคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยประมาณว่าจะมีจำนวนเกิน 500,000 คน ในปี 2556

1.5.3 เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยวของอินโดนีเซียมายังประเทศไทย

เมืองสำคัญที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของอินโดนีเซีย โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 358,875 ครั้ง-คน ในปี 2556 หรือเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย สำหรับเมืองที่มีนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยรองลงไป ได้แก่ สุราบายา เดนพาสาร์ เมดาน บาหลี บันดุง และอื่นๆ ซึ่งมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 2-3 เท่านั้น

ตารางที่ 1.4 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง

อินโดนีเซีย	ร้อยละ	คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ปี 2556 (คน-ครั้ง)
จาการ์	79.9	358,875
สุราบายา	3.1	13,803
เดนพาสาร์	2.7	12,269
เมดาน	2.4	10,736
บาห์ลี	2.4	10,736
บันดุง	2.0	9,202
อื่นๆ	7.5	33,740
รวม	100.0 (N=293)	449,360

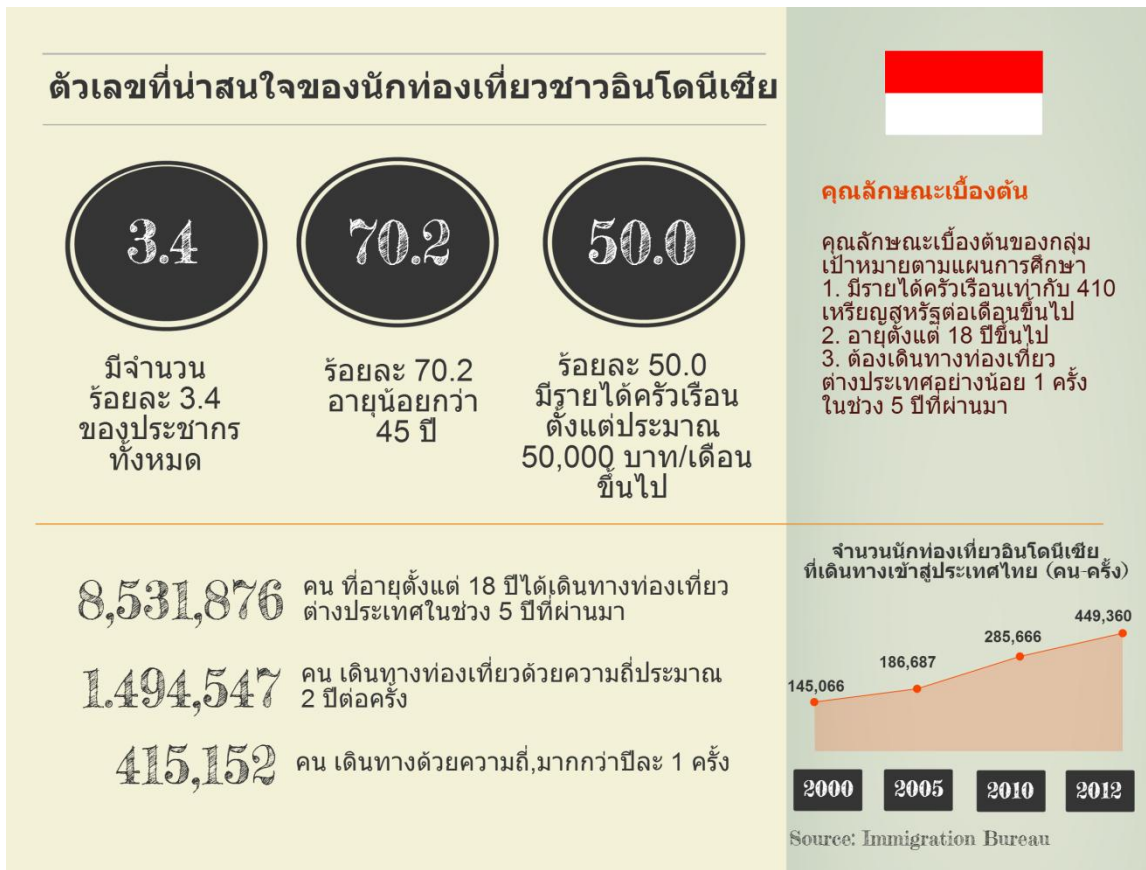
ที่มา: โครงการการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซียในลำดับที่ 5 มีส่วนแบ่งการตลาดท่องเที่ยวในอินโดนีเซีย เพียงประมาณร้อยละ 4 เท่านั้น หากมีแผนการตลาดอันเหมาะสมก็น่าจะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อีกมาก ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาตลาดท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียในการศึกษาครั้งนี้

บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

อินโดนีเซียเป็นอีกชาติหนึ่งในอาเซียนที่ประชากรในสัดส่วนไม่มากนักเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมาแล้ว และหากมุ่งเน้นความสนใจเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงเฉพาะ 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 4 ของประชากรทั้งประเทศเท่านั้น (หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 8,531,876 คน จากประชากรทั้งหมดจำนวน 248,645,008 คน)

แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



จากประมาณการขนาดตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำนวนเกือบ 9 ล้านคนดังกล่าว มีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางด้วยความถี่ประมาณหนึ่งครั้งในช่วง 2 ปี จำนวนประมาณ 1,494,547 ราย เดินทางประมาณปีละครั้งขึ้นไปประมาณ 415,152 ราย (และในกลุ่มนี้ มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยถึงปีละ 10 ครั้งขึ้นไปเพียง 146,822 ราย) (ที่มา: ตารางสัดส่วนความถี่และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มความถี่ในภาคผนวก ข-2)

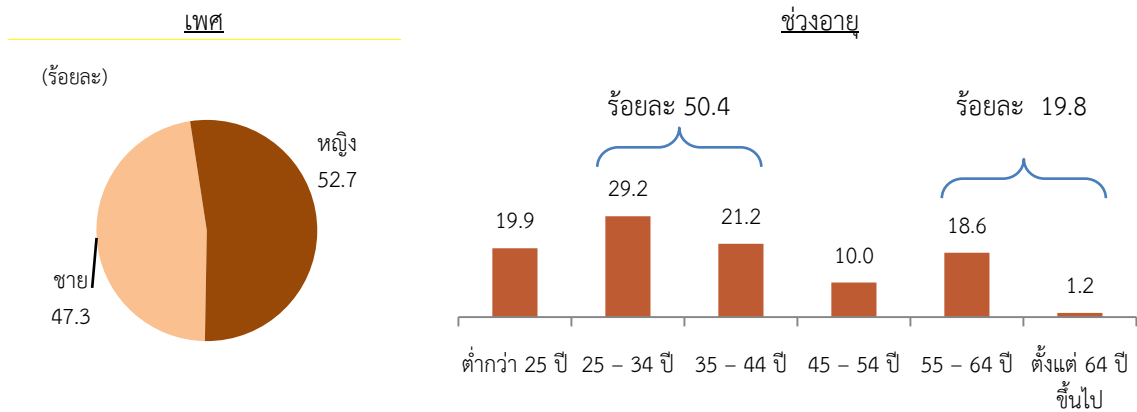
สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กล่าวได้ว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเพียง 145,066 คน-ครั้ง ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 449,360 ในปี 2555 หรือ เพิ่มขึ้นประมาณ 2 - 2.5 เท่า ในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา

2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.1.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

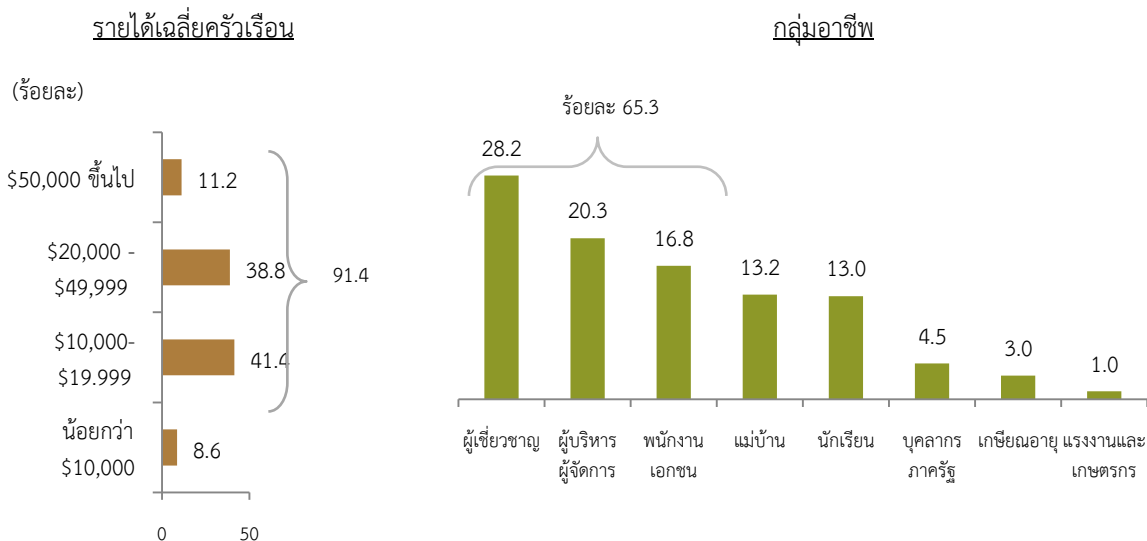
เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกระจายตัวครอบคลุมทั้งเพศชายและ เพศหญิง (ชาย ร้อยละ 47.3 หญิง ร้อยละ 52.7) โดยส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานช่วงกลาง อายุ 25-44 ปี เท่ากับร้อยละ 50.4 ขณะที่กลุ่มเยาวชน หรือวัยทำงานช่วงต้นมีสัดส่วน ร้อยละ 19.9 กลุ่มคนวัยทำงานช่วงปลายอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 10.0 และกลุ่มวัยเกษียณ อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



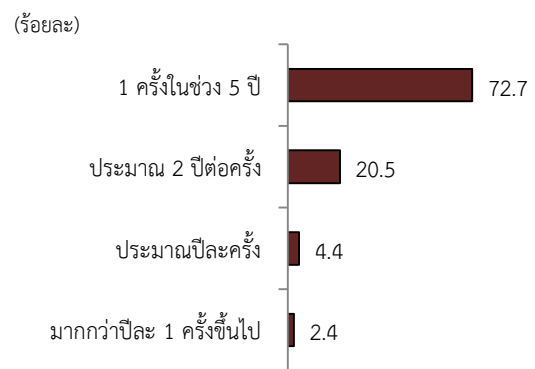
การพิจารณารายได้ครัวเรือน พบว่าเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 91.4) มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 10,000 เทเรียลู สหรัฐต่อปี (ประมาณ 25,000 บาทต่อเดือน) ขึ้นไป จำแนกเป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง (ตั้งแต่ \$10,000-\$19,999 ต่อปี) ร้อยละ 41.4 กลุ่มรายได้สูง (ตั้งแต่ \$20,000-\$49,999 ต่อปี) ร้อยละ 38.8 และรายได้สูงมาก (ตั้งแต่ \$50,000 ต่อปีขึ้นไป) ร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวชาว อินโดนีเซีย ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนที่มีพื้นฐานการศึกษาคดี และมีความเป็นอยู่ในสังคมในระดับที่ดี เห็นได้จากส่วนใหญ่ ทำงานในเมือง เป็นผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพเฉพาะ เช่น พยาบาล แพทย์ วิศวกร นักวิชาการ (ร้อยละ 28.2) ผู้บริหาร เจ้าของธุรกิจ (ร้อยละ 20.3) หรือกลุ่มพนักงานเอกชน (ร้อยละ 16.8) ซึ่งเฉพาะ 3 กลุ่มอาชีพนี้ มีสัดส่วนรวมกันเกือบถึง 2 ใน 3 (ร้อยละ 65.3) ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียทั้งหมด

2.1.2 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

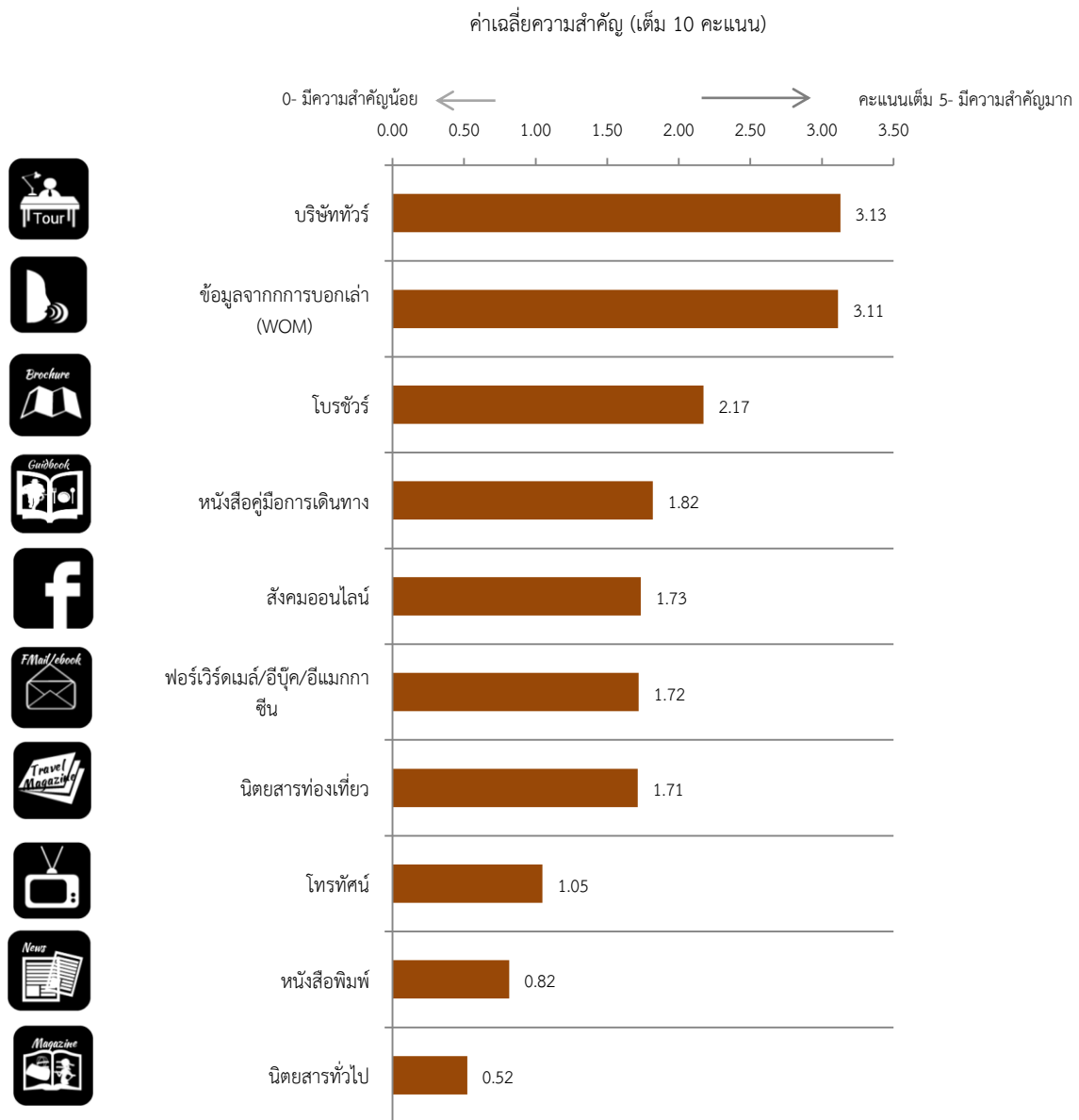
แผนภูมิภาพที่ 2.4 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

การพิจารณาความถี่ในการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 72.7 เดินทางไม่มากเพียงครั้งเดียว ในช่วงตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 20.5 เดินทางประมาณ 2 ปีต่อครั้ง ขณะที่ร้อยละ 4.4 เดินทางประมาณปีละครั้ง โดยมีชาวอินโดนีเซียเพียงร้อยละ 2.4 ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยๆ มากกว่าปีละ 1 ครั้งขึ้นไป



2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซีย



การพิจารณาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของช่องทางข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ช่องทางของข้อมูลท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ “บริษัททัวร์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 3.13) รองลงมาคือจาก “ข้อมูลจากการบอกเล่า (WOM)” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 3.11) ข้อมูลจาก “โบรชัวร์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.17) รวมถึงข้อมูลจาก “หนังสือคู่มือการเดินทาง” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 1.82) ตามลำดับ

ขณะที่แหล่งข้อมูลจากบริษัททัวร์ ข้อมูลจากการบอกเล่า(WOM) โบรชัวร์ และหนังสือคู่มือการเดินทาง ได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเป็นส่วนใหญ่ ในทุกเพศและวัย ข้อมูลจากสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในส่วนของสังคมออนไลน์ ฟอรัมเวิร์ดเมสเสจเจอร์ หรืออีแมกกาซีน กลับได้รับความนิยม และเชื่อถือสูงในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่อายุไม่มาก

รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่3

2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซีย

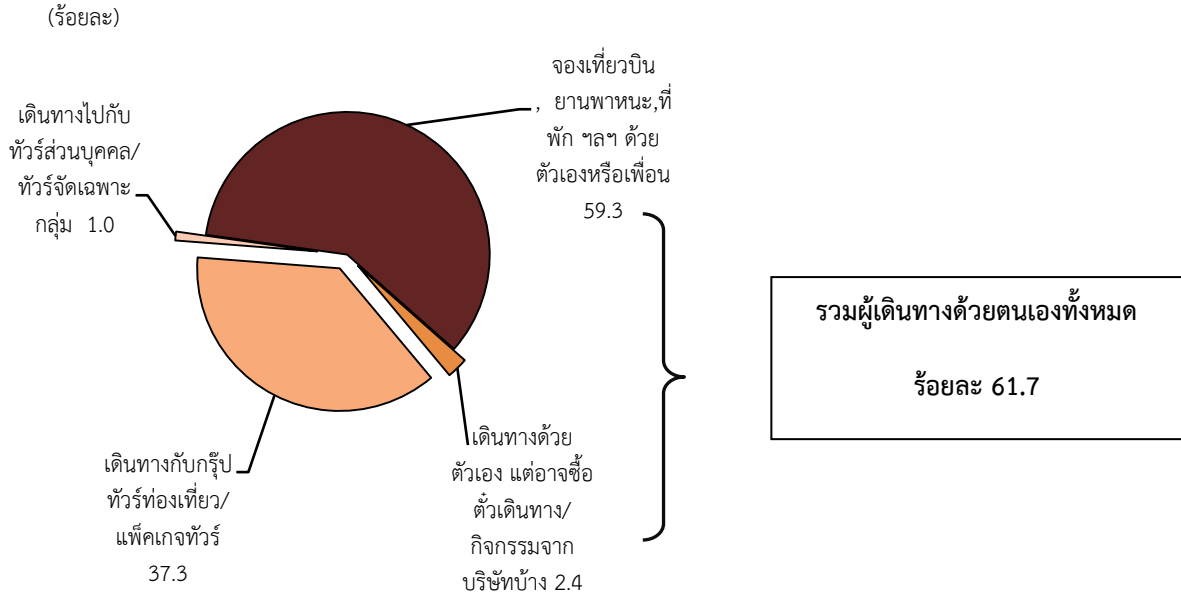


ภายหลังจากกล่าวถึงช่องทางของข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ครั้งนี้เป็นการพิจารณา “องค์ประกอบของเนื้อหา” ที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญ โดยพบว่า องค์ประกอบของเนื้อหา 4 รูปแบบหลัก ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับ “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” (ร้อยละ 79.8) โดยเฉพาะประเทศท่องเที่ยวที่มีคนรู้จักเคยเดินทางไปแล้ว และบอกวาดี (ร้อยละ 59.9) ซึ่งทั้งหมดเมื่อรวมกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปแล้วทำให้เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่า (ร้อยละ 58.3) รวมถึงข้อมูลสนับสนุนเรื่องความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเป้าหมายเดินทางที่จะไป (52.3) ทั้งหมดนี้เป็นกลุ่มเนื้อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจประเด็นหลักๆ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่

รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่4

2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

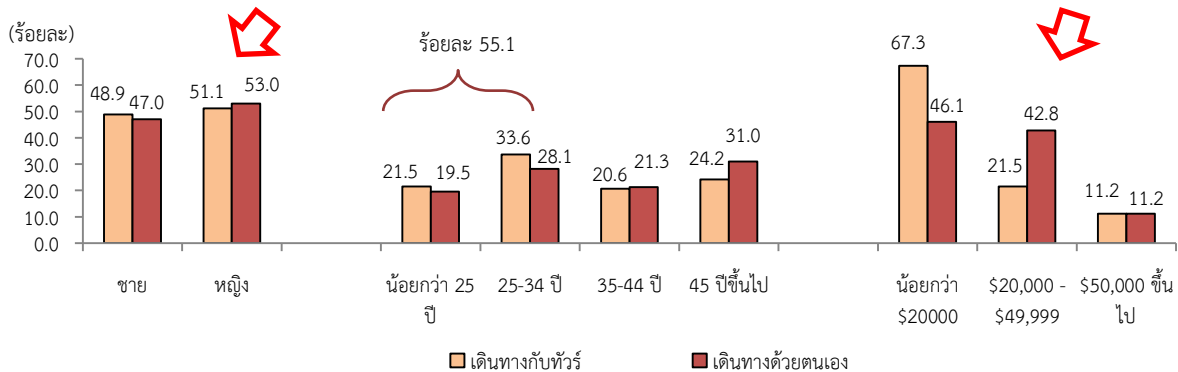


ในภาพรวมกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย เลือกเดินทางด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูงกว่าเดินทางในรูปแบบใดๆ เห็นได้จากมีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียร้อยละ 59.3 ที่จัดการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด ขณะที่ร้อยละ 2.4 แม้เลือกเดินทางเอง แต่ก็อาจใช้บริการซื้อตั๋วเครื่องบิน หรือตั๋วกิจกรรม สันทนาการ หรือการเดินทางผ่านบริษัททัวร์บ้าง (คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่เดินทางด้วยตนเองรวมร้อยละ 61.7)

ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียร้อยละ 37.3 เดินทางไปกับกรุ๊ปทัวร์ โดยร้อยละ 1.0 ให้บริษัทจัดกรุ๊ปเป็นพิเศษกับคณะของตน หรือบริษัทของตน

2.4.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์

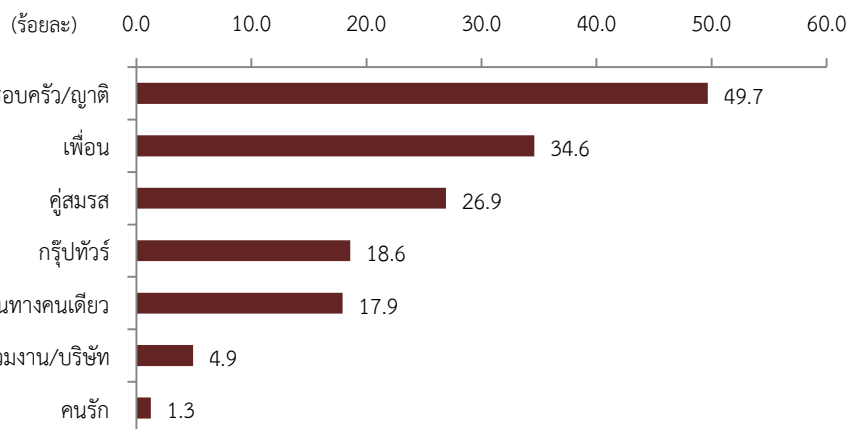


จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่าพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ที่มีระดับพัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจในระดับใกล้เคียงกันอยู่บ้าง (หมายเหตุผู้วิจัย: โดยเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) โดยเฉพาะต่อประเด็นการเดินทางของกลุ่มทัวร์ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุไม่มาก (อายุน้อยกว่า 35 ปี รวมกันเท่ากับร้อยละ 55.1 ต่างกับประเทศเวียดนาม ที่กลุ่มทัวร์ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ) และส่วนใหญ่มี แนวโน้มเศรษฐกิจระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 67.3)

อย่างไรก็ตามมีกลุ่มทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีเศรษฐกิจระดับดีในสัดส่วนไม่น้อย เห็นได้จาก สัดส่วนร้อยละ 11.2 ของคนที่เลือกเดินทางร่วมกับบริษัททัวร์ของอินโดนีเซีย เป็นผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนมากกว่า \$50,000 ต่อปีขึ้นไป

2.4.2 ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมเดินทาง



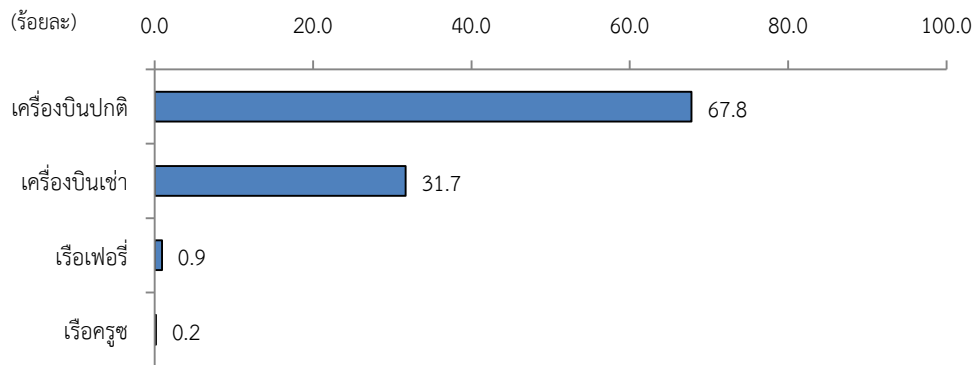
สำหรับประสบการณ์กับผู้ร่วมการเดินทาง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเภทผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ของชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 49.7 รองลงมา ได้แก่ เพื่อนๆ ร้อยละ 34.6 นอกจากนี้ ยังเป็นที่น่าสังเกตว่า มีชาวอินโดนีเซียในสัดส่วนไม่น้อยถึงร้อยละ 26.9 ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส

ขณะที่ร้อยละ 18.6 เลือกเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ รวมถึงนักท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่ง สัดส่วนถึงร้อยละ 17.9 ที่เคยเดินทางคนเดียวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

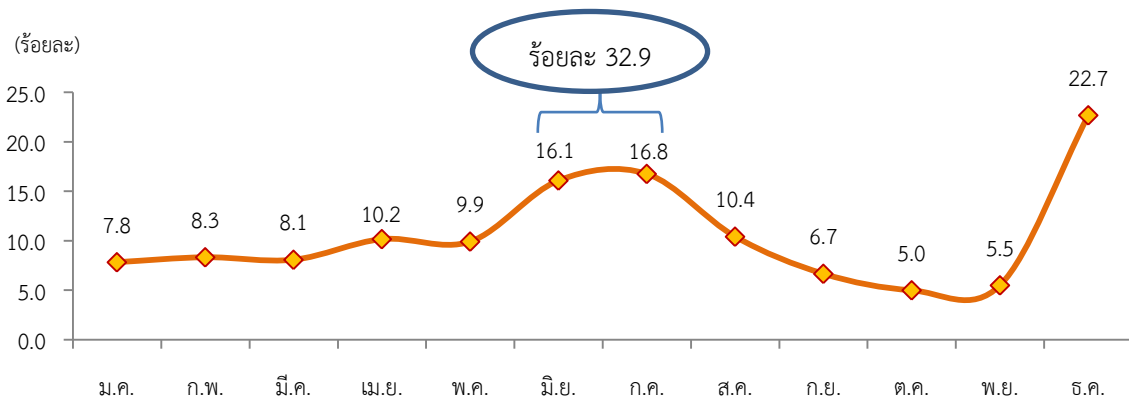
กล่าวในภาพรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยพาหนะเครื่องบิน โดยจำแนกเป็นเที่ยวบินทั่วไป ร้อยละ 67.8 และเครื่องบินเช่า ร้อยละ 31.7 ขณะที่บางส่วนใช้เรือเฟอร์รี่ และเรือครุซ เป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 0.9 และร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 2.10 แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



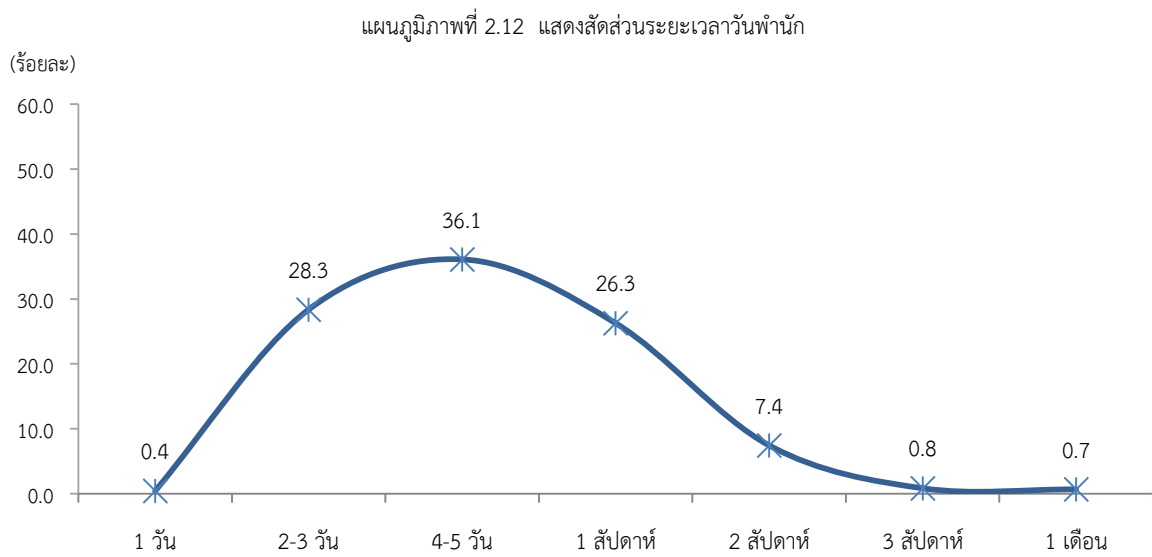
2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพักผ่อน

แผนภูมิภาพที่ 2.11 แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย



สำหรับชาวอินโดนีเซีย กล่าวได้ว่า ช่วงที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยความถี่สูง ได้แก่ ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคมครั้งหนึ่ง (รวมกันเท่ากับร้อยละ 32.9 ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเคยเดินทางต่างประเทศช่วงนี้) และช่วงปลายปี (ปีใหม่) อีกครั้งหนึ่ง (ร้อยละ 22.7 ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเคยเดินทางท่องเที่ยว ช่วงนี้)

2.6.1 ระยะเวลาวันพำนัก

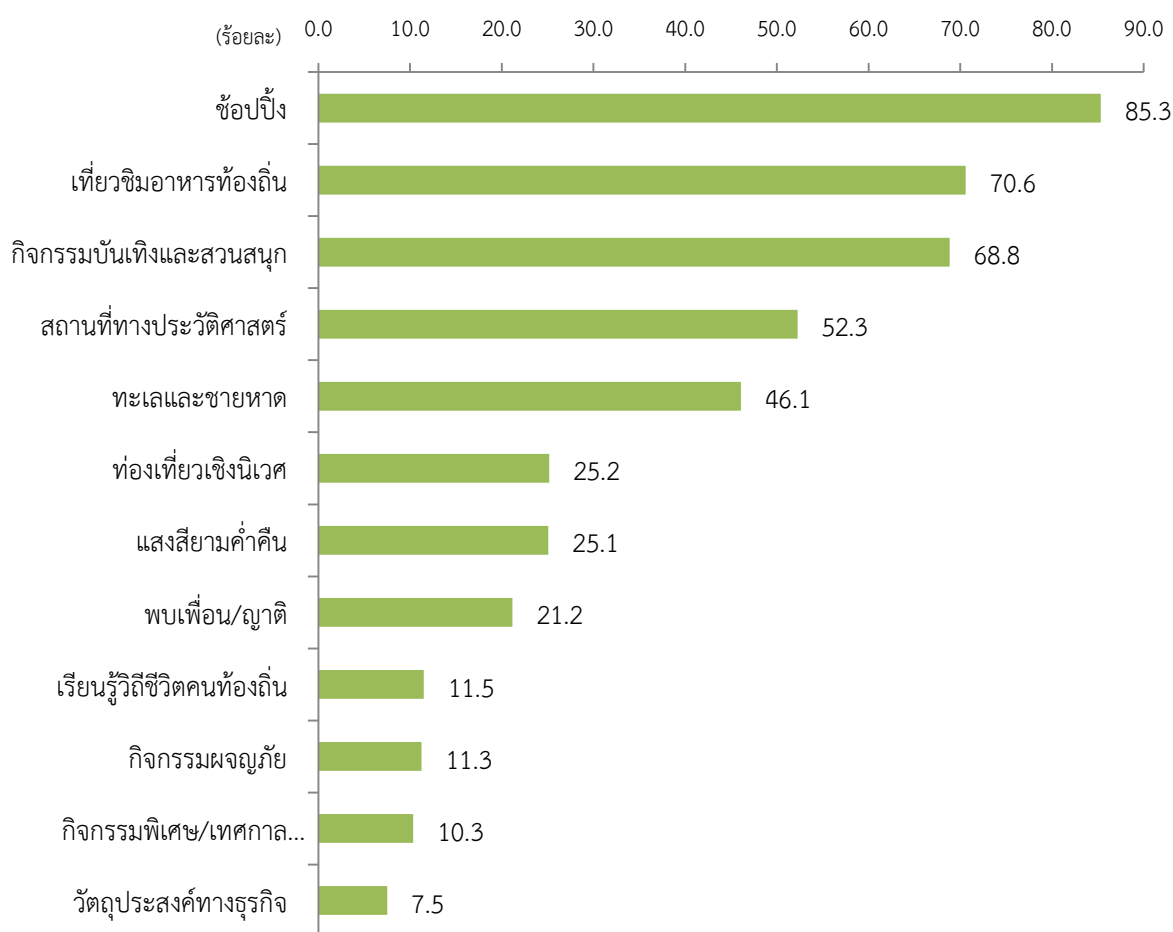


นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้ง ประมาณ 4-5 วัน ในสัดส่วน ร้อยละ 36.1 กับอีกส่วนหนึ่งที่เลือกพักเพียง 2-3 วัน ในสัดส่วนร้อยละ 28.3

ขณะที่มีนักท่องเที่ยวที่พักค้างนานประมาณ 1 สัปดาห์ ในสัดส่วนร้อยละ 26.3 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางพักนานกว่าสัปดาห์ในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก (รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 8.9)

2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม

แผนภูมิภาพที่ 2.13 แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

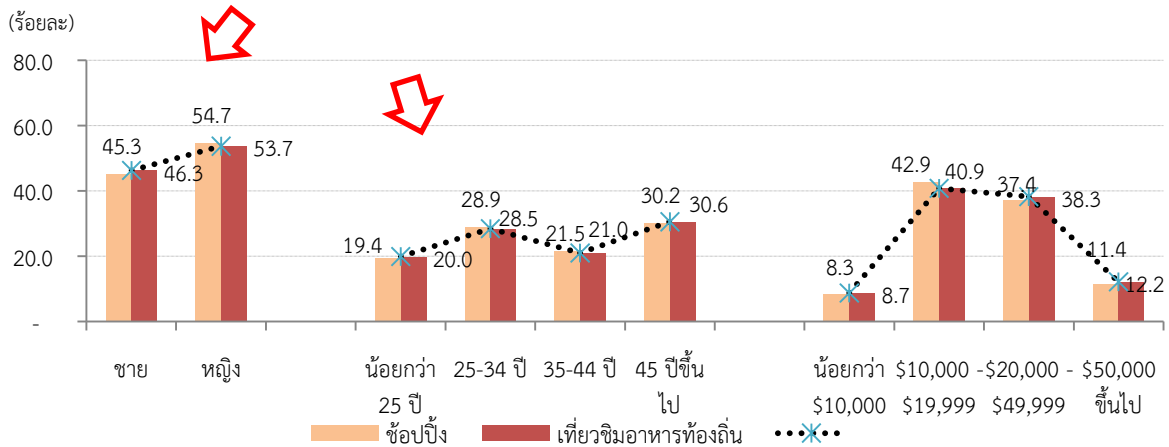


กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ กิจกรรม ช้อปปิ้ง (ร้อยละ 85.3) และการพักผ่อนระหว่างท่องเที่ยวโดยการรับประทานอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 70.6) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก (ร้อยละ 68.8) การชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และอารยธรรม (ร้อยละ 52.3) ที่ได้รับความนิยมในสัดส่วนไม่น้อยเช่นเดียวกัน

ขณะที่กิจกรรมอันเนื่องมาจากการชื่นชมธรรมชาติและระบบนิเวศก็นับเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สร้างความนิยมให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียได้เป็นอย่างดี อย่างกิจกรรมชายหาดเล่นน้ำ ชื่นชมทะเล (ร้อยละ 46.1) การชื่นชมวิถีทัศน์ทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวเดินป่าเขา ชื่นชมความงดงามของน้ำตก เกาะแก่งต่างๆ ก็ได้รับความนิยมไม่น้อย (ร้อยละ 25.2)

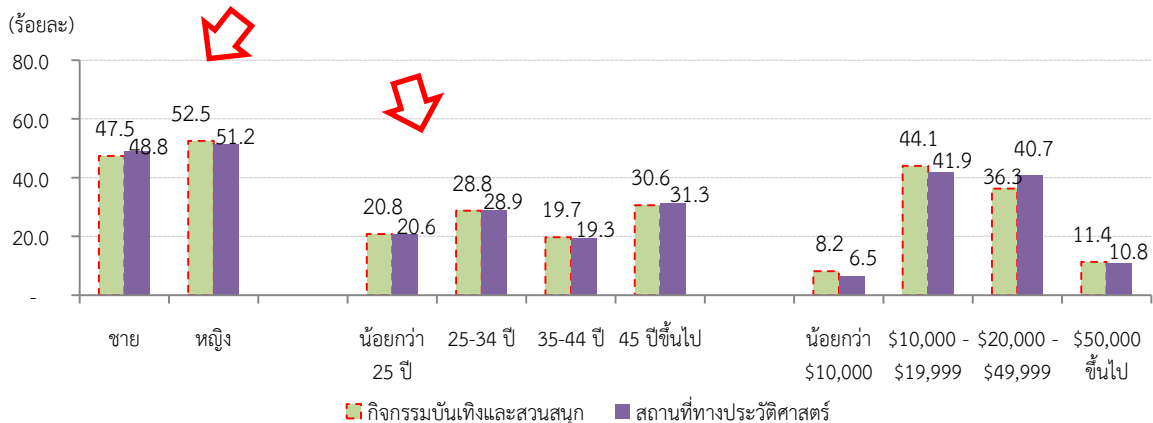
2.7.1 เปรียบเทียบกิจกรรมยอดนิยมระหว่างการเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่นิยมทำกิจกรรม
ช้อปปิ้ง และกิจกรรมเที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น



หากพิจารณากิจกรรมยอดนิยมสองกิจกรรมแรก เพื่อค้นหาความชื่นชอบที่แตกต่างของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง ในเบื้องต้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่นิยมกิจกรรมช้อปปิ้งเป็นกลุ่มคนเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการชิมอาหารท้องถิ่น (หมายถึงทำกิจกรรมทั้งสองร่วมกันในสัดส่วนที่สูง) อย่างไรก็ตามจากแผนภูมิภาพด้านบนกล่าวในภาพรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ทุกเพศ ทุกวัย ชื่นชอบการช้อปปิ้งและรับประทานอาหารท้องถิ่น

แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่นิยมทำกิจกรรม
สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมบันเทิง หรือสวนสนุก



นอกจากนั้น หากเปรียบเทียบความนิยมกิจกรรมหลักอีก 2 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมบันเทิงหรือสวนสนุกกับการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวทางอารยธรรม ประวัติศาสตร์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในภาพรวม (และเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมช้อปปิ้ง หรือชิมอาหารท้องถิ่น) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่นิยมทำกิจกรรมที่หลากหลาย เมื่อเดินทางไปเยือนต่างประเทศนั่นเอง

(หมายเหตุผู้วิจัย: ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเลือก เป้าหมายการเดินทาง ว่าต้องเป็นประเทศที่สามารถตอบโจทย์การทำกิจกรรมได้หลายประเภท โดยเฉพาะมีแหล่งช้อปปิ้ง มีอาหารที่ดี มีกิจกรรมบันเทิง รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นมาของชาตินั้นๆ ซึ่งกรณีประเทศไทย ได้แก่ สถาปัตยกรรมทางศาสนา พุทธ และช้าง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเหล่านี้ในบทถัดไป)

2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย

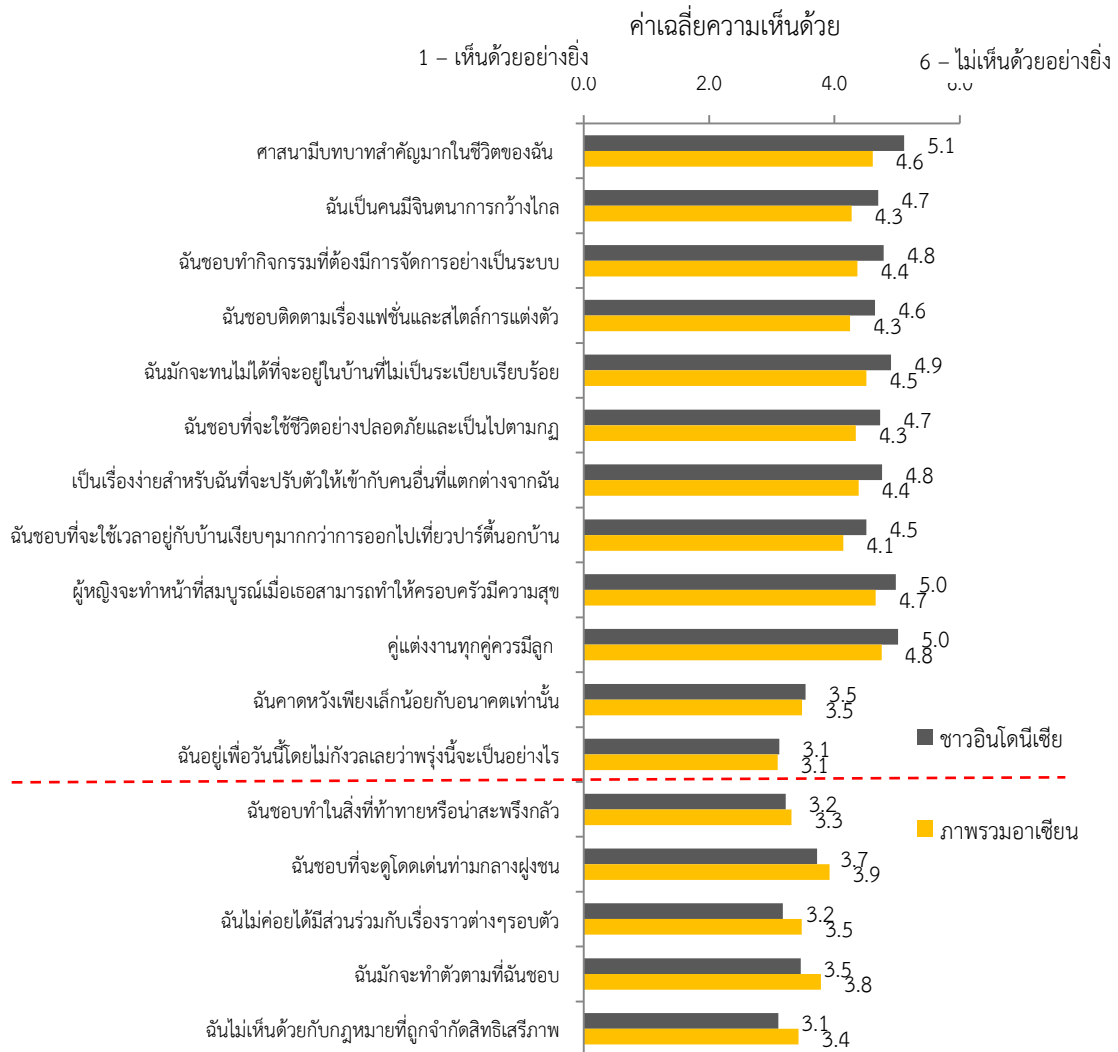
ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)			
	ที่พัก (บาท)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	การช้อปปิ้ง (บาท)	ความบันเทิงและ กิจกรรมในการ ท่องเที่ยวอื่นๆ (บาท)
รวมเฉลี่ยประมาณ 40,501.0 บาทต่อทริป				
ภาพรวม	12,204.3	7,028.5	14,277.4	6,990.8
เพศ				
ชาย	13,099.4	7,174.3	14,209.5	7,418.7
หญิง	11,403.5	6,897.5	14,338.3	6,607.8
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	9,395.2	6,785.0	12,470.6	6,189.1
25 – 34 ปี	10,841.8	6,412.0	13,843.1	6,542.7
35 – 44 ปี	13,590.9	7,316.2	14,804.8	7,125.9
45 – 54 ปี	16,551.1	7,413.6	14,601.5	8,335.1
55 – 64 ปี	13,258.1	7,743.5	15,707.5	7,704.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	12,889.9	6,690.7	20,817.9	6,421.4
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	4,281.5	4,423.2	8,346.7	4,613.3
\$10,000 - \$19,999	5,427.2	4,989.6	10,845.8	5,384.4
\$20,000 - \$49,999	13,021.1	7,977.2	15,087.5	7,683.2
\$50,000 ขึ้นไป	44,223.6	13,294.6	28,720.8	12,331.1

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียใช้เงินในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 40,501.0 บาทต่อทริป จำแนกเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ประมาณ 12,204.3 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 7,028.5 บาท กิจกรรมช้อปปิ้ง 14,277.4 บาท ด้านบันเทิง สันทนาการ และสวนสนุกต่างๆ 6,990.8 บาท

2.9 ทศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน

แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย

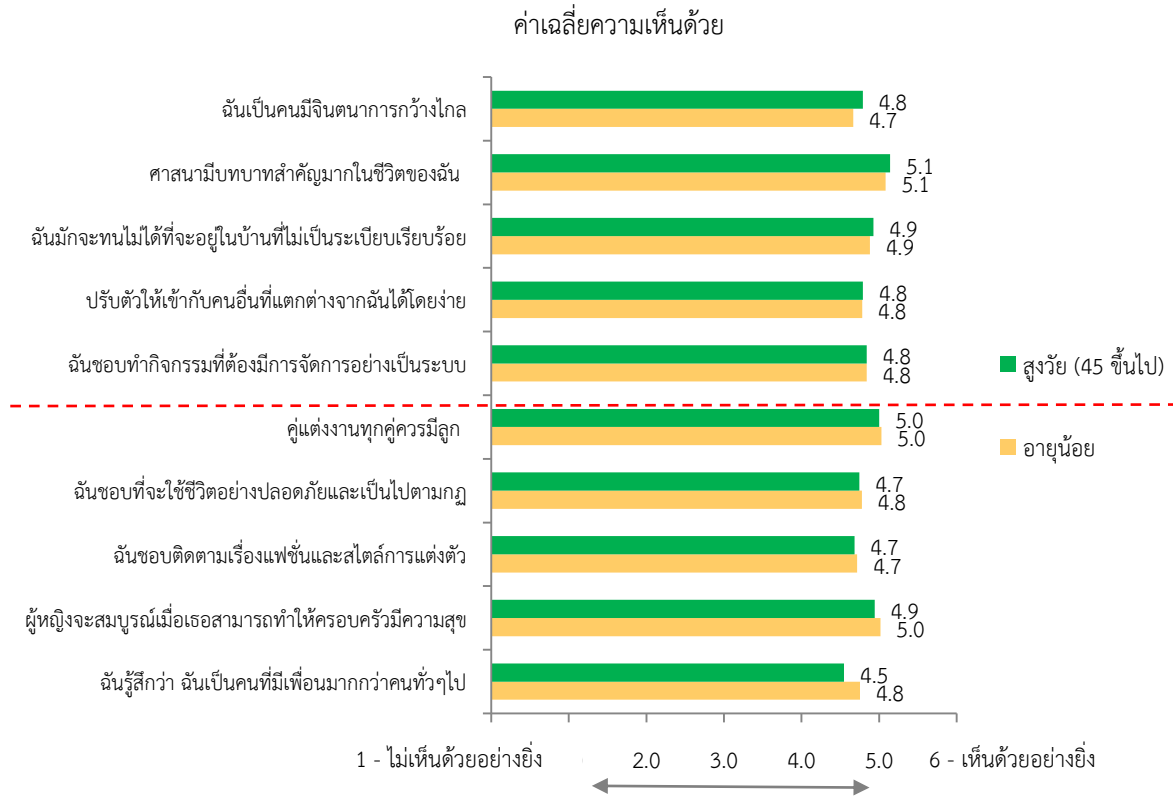


ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีแนวคิดอนุรักษนิยม และให้ความสำคัญกับการทำตามกฎเกณฑ์ทางศาสนาอย่างเคร่งครัด กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ชอบทำกิจกรรมที่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ เป็นระเบียบ และเลือกปฏิบัติตามกฎมากกว่า ชอบกิจกรรมที่มีความเสี่ยง (เห็นได้จากความเห็นต่อทัศนคติ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ ศาสนา การจัดการที่เป็นระบบ และกฎเกณฑ์ปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.1 , 4.8 และ 4.7 ตามลำดับ สูงกว่าภาพรวมชาวอาเซียนค่อนข้างมาก)

อย่างไรก็ตามแม้มีความเคร่งครัดในระเบียบปฏิบัติของศาสนา แต่ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ก็ไม่ได้ปิดกั้นความคิดอิสระ และแสวงหาความสุขด้วยการดูแลตนเอง ให้เป็นไปตามสมัยนิยม ขณะเดียวกันก็มีนิสัยช้อยายไม่ชอบทำตัวโดดเด่น มีความนอบน้อม เกรงใจต่อสังคมและผู้อื่นมากกว่าเลือกสภาพความขัดแย้ง หรือเกิดความเสี่ยง (เห็นได้จากความเห็นต่อทัศนคติ ในประเด็นที่เกี่ยวกับการชอบทำตัวโดดเด่น ทำตามแต่ใจตนเอง และกล้าเสี่ยงต่อเรื่องท้าทาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.7 , 3.5 และ 3.2 ตามลำดับ ต่ำกว่าภาพรวมชาวอาเซียน ค่อนข้างมาก)

2.9.1 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ กับกลุ่มคนสูงอายุ

แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ



ชาวอินโดนีเซียสูงวัย (อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป) เน้นให้ความสำคัญกับศาสนา และกฎเกณฑ์ปฏิบัติที่เป็นระบบ ระเบียบ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยต่อประเด็นที่เกี่ยวกับการยึดมั่นในศาสนา และระเบียบกฎเกณฑ์ เท่ากับ 5.1 และ 4.8) ขณะที่กลุ่มชาวอินโดนีเซียรุ่นใหม่ ที่แม้ยังคงยึดแนวทางอนุรักษนิยม ยึดมั่นในกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติทางศาสนาเช่นเดิม แต่ก็เริ่มมีแนวโน้มให้ความสนใจการเปลี่ยนแปลงของสังคม อยากเปิดเผย ตัวตนสู่สังคมยุคใหม่ให้กว้างขวางขึ้น (ค่าเฉลี่ยความเห็นต่อประเด็นสนใจติดตามแฟชั่น และเพื่อน เท่ากับ 4.7 และ 4.8)

2.9.2 ความแตกต่างระหว่างเพศ

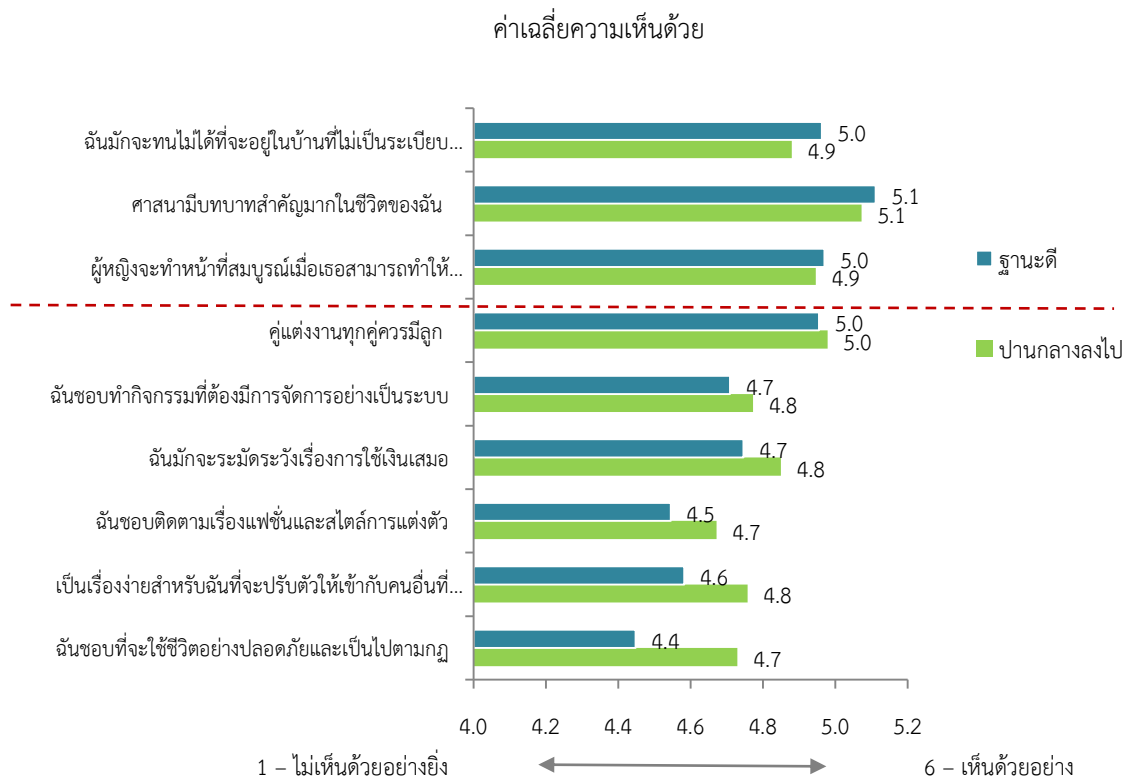
แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ



ในลักษณะที่คล้ายคลึงกับทัศนคติและอุปนิสัยของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนหลายชาติ นักท่องเที่ยวเพศชายชาวอินโดนีเซียก็มีแนวโน้มแสวงหาความสำเร็จ โดยเฉพาะด้านกายภาพ และความมั่งคั่ง ภายใต้ความเสี่ยงและความท้าทายมากกว่า (เห็นได้จากความเห็นต่อประเด็นเกี่ยวกับความท้าทาย และความเสี่ยง ทัศนะต่อความสำเร็จ หรือมองตนเองเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8 , 4.4 และ 4.0 สูงกว่ากลุ่มอื่น) ขณะที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวอินโดนีเซียมีแนวโน้มอนุรักษ์นิยม และให้ความสำคัญกับศาสนามากกว่าเพศชายอยู่บ้าง อย่างไรก็ตาม หญิงชาวอินโดนีเซียก็ยังสนใจความเปลี่ยนแปลงทางสังคม และให้ความสำคัญกับแฟชั่นความสวยงามและสังคมที่เปลี่ยนแปลง (เห็นได้จากความเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ หน้าที่สตรี และติดตามแฟชั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.8 , 5.0 และ 4.7 ตามลำดับ สูงกว่ากลุ่มอื่น)

2.9.3 ความแตกต่างของชนชั้น พิจารณาจากรายได้ครัวเรือน

แผนภูมิภาพที่ 2.19 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวอินโดนีเซีย
 จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น



เป็นที่น่าสนใจยิ่งว่าขณะที่ชาวอินโดนีเซียที่มีฐานะดี ให้ความสำคัญกับระเบียบกฎเกณฑ์และยึดมั่นในศาสนาสูงกว่าอีกกลุ่ม (เห็นได้จากความเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวกับระเบียบ และบทบาทของศาสนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.0 และ 5.1 สูงกว่ากลุ่มอื่น) กลุ่มเศรษฐกิจฐานะปานกลางลงไปกลับให้ความสนใจไปที่การแสวงหาทรัพยากรเพื่อการดำรงชีวิต ภายใต้ระเบียบ และกฎเกณฑ์ของสังคมในปัจจุบัน (เห็นได้จากความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวกับความระมัดระวังในการใช้จ่าย และการอยู่ภายใต้กฎระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.8 และ 4.7 สูงกว่า กลุ่มอื่น)

บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ

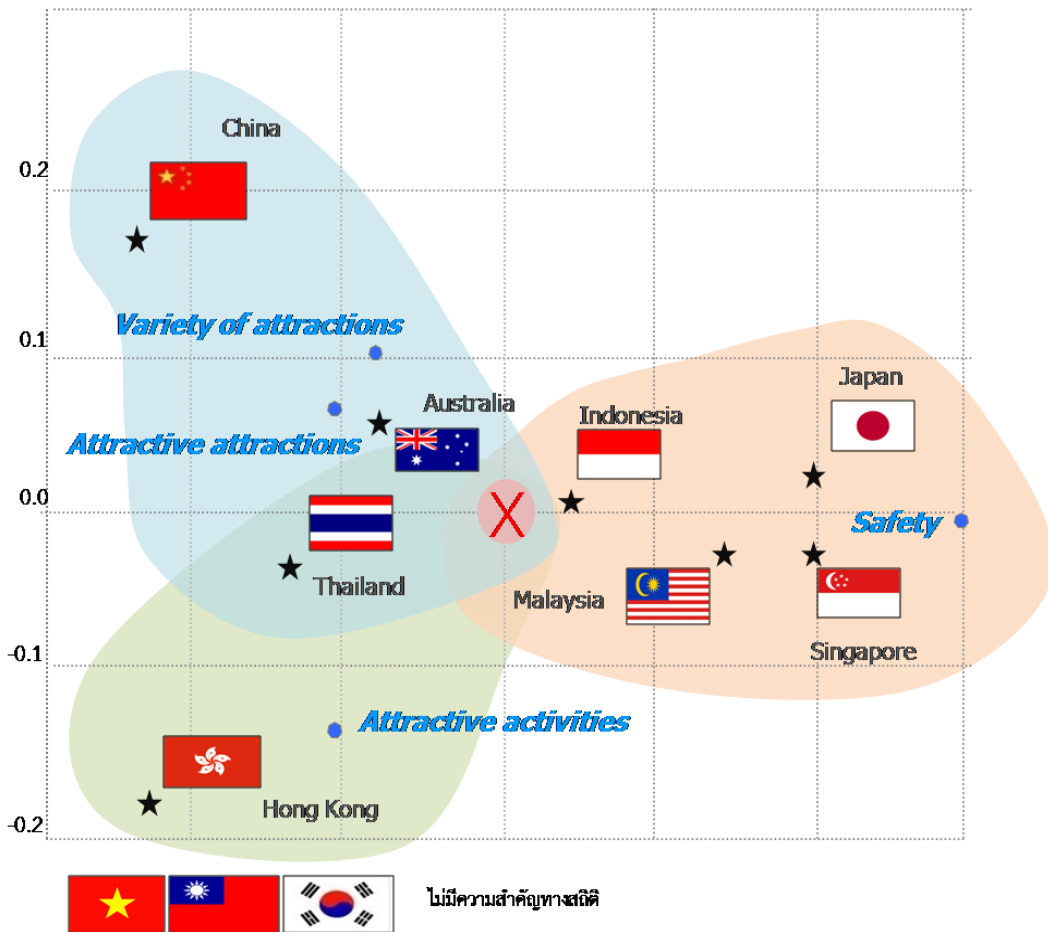
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

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

- 1) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ครอบคลุมประเด็นด้าน “แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย” “แหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจ” “กิจกรรมดึงดูดใจ” และ “ความปลอดภัย”
- 2) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้านและการสื่อสาร ได้แก่ “ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น” “สื่อสารเข้าใจง่าย” และ “ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก”
- 3) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับลักษณะของกิจกรรมยอดนิยมประเภทต่างๆ ได้แก่ “แหล่งช้อปปิ้งมากมาย” “อาหารอร่อย คุณภาพดี” “เชี่ยวชาญกิจกรรมแต่งงานและฮันนีมูน” “มีแหล่งดำนํ้าสวยงาม” “แสงสียามค่ำคืน” “กอล์ฟ” และ “ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”
- 4) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ ได้แก่ “เกิดความคุ้มค่า” “เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างประเทศ” และ “เป็นประเทศท่องเที่ยวระดับบูรพา”

3.1.1 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

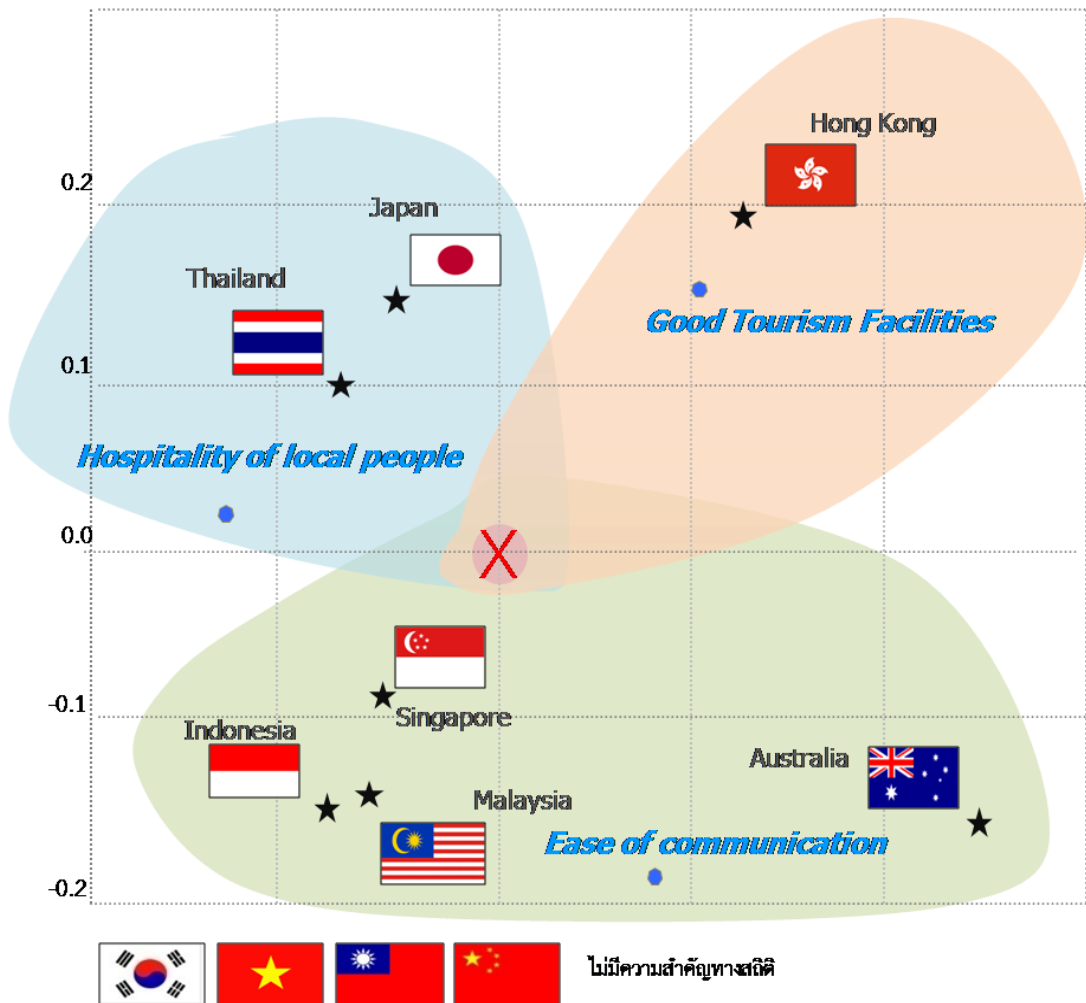


ภาพลักษณ์ด้าน “ความหลากหลาย” และ “ความน่าดึงดูดใจ” ของแหล่งท่องเที่ยว (Variety of attractions & Attractive attractions) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ ประเทศไทย และ ออสเตรเลีย ส่วนภาพลักษณ์ด้าน “กิจกรรมน่าดึงดูดใจ” (Attractive activities) นอกจากประเทศไทยแล้วยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนหนึ่ง นิถถึงประเทศฮ่องกงด้วยในประเด็นนี้

ส่วนภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยนั้น (Safety) นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่เห็นว่าประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียเอง มีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่นๆ ในมิตินี้

3.1.2 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้านและการสื่อสาร

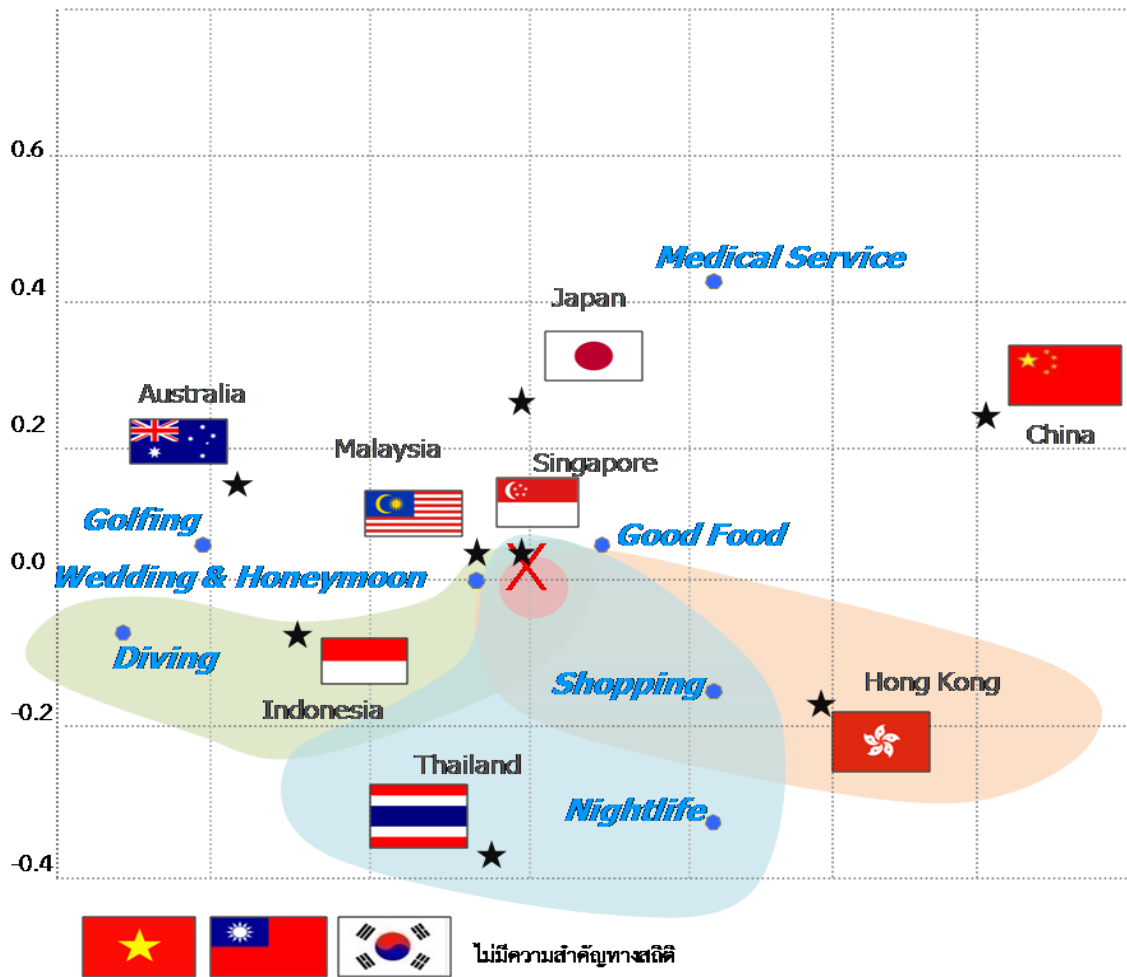
แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้านและการสื่อสาร



มุมมองด้านการสื่อสารระหว่างการท่องเที่ยว มีความคล่องตัว เข้าใจได้ง่าย (Ease of communication) ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย รวมถึงอินโดนีเซียเอง ขณะที่ประเด็นด้านความสะดวก และความพร้อมขององค์ประกอบเพื่อสนับสนุนความสะดวกสบายนั้น (Good tourism facilities) นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเห็นว่า ฮองกง มีความโดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ ส่วนประเด็นสำคัญด้านความเป็นมิตรของชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน (Hospitality of local) ประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่นได้รับความเห็นสนับสนุนในองค์ประกอบนี้สูงกว่าประเทศอื่นๆ

3.1.3 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ

แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ



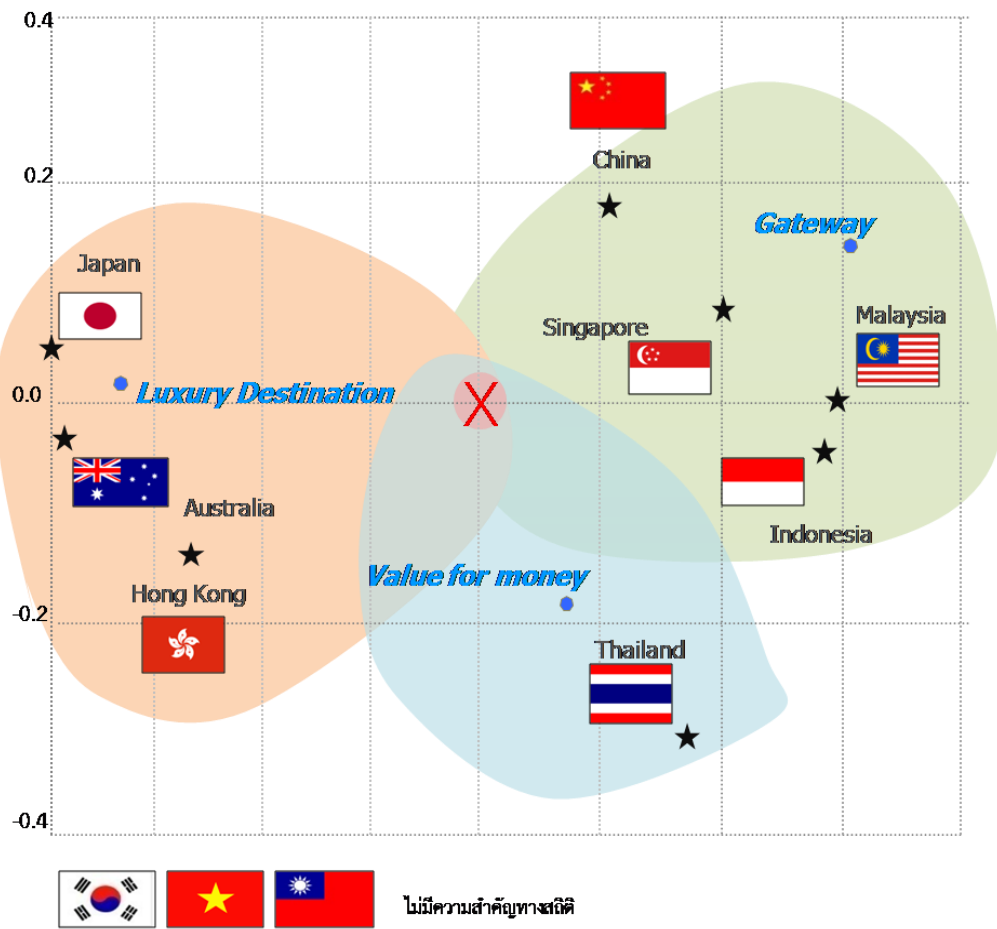
ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ เห็นว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านกิจกรรม แสงสียามค่ำคืน (Nightlife) และการช้อปปิ้ง (Shopping) ขณะที่ฮ่องกงเด่นเฉพาะด้านการช้อปปิ้ง (Shopping) ขณะที่มุ่งมองด้านรสชาติอาหารท้องถิ่น (Good food) ระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่คุ้นเคยกับอาหารและเครื่องดื่มที่มาเลเซีย หรือสิงคโปร์มากกว่าประเทศอื่น

ประเทศมาเลเซียถูกมองว่าโดดเด่นในกิจกรรมการแต่งงานอันนึ่งนุ่น (Wedding & honeymoon) ขณะที่ออสเตรเลียเด่นด้านกิจกรรมกอล์ฟ (Golf) และการดำน้ำ (Diving) และมีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ในสัดส่วนไม่น้อยที่เห็นว่าประเทศตนเองมีกิจกรรมการดำน้ำ (Diving) ที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงที่สุด

ส่วนประเทศที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical services) ที่เหนือกว่าประเทศอื่นๆ ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียได้แก่ สถานบริการทางด้านสุขภาพในสิงคโปร์และในญี่ปุ่น รวมถึงอีกส่วนหนึ่งที่มีความเห็นว่าสถานบริการทางด้านสุขภาพของจีนก็มีมาตรฐานที่ดี

3.1.4 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ

แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ



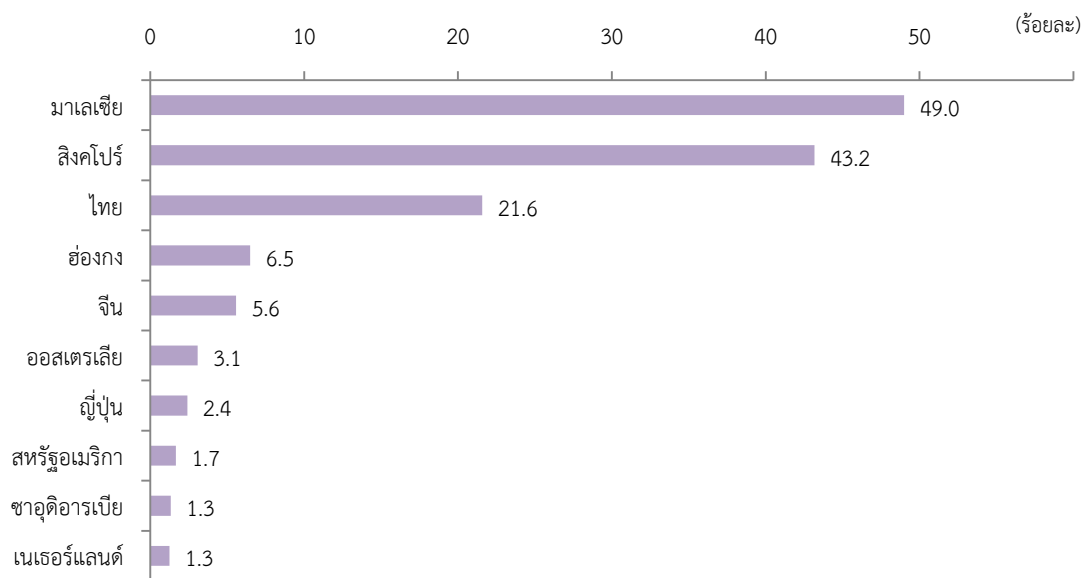
นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเห็นว่าประเทศที่สามารถใช้เป็นจุดศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยว (Gateway) ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และจีน รวมถึงอินโดนีเซียเอง ขณะที่ “ความหรูหรา” (Luxury destination) ด้านการท่องเที่ยวเป็นของประเทศไทย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และฮ่องกง ส่วนสำหรับประเด็นด้านความคุ้มค่า (value for money) (เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย) มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเห็นว่าไทยโดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ ในประเด็นนี้

3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

ดังที่กล่าวแล้วว่าชาวอินโดนีเซียเพียงประมาณร้อยละ 3.4 ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดย 10 ประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีโอกาสไปเยือนมาได้แก่ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย ฮองกง จีน ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ซาอุดีอาระเบีย และเนเธอร์แลนด์ ตามลำดับ

ประเทศท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีสัดส่วนประสบการณ์แวะเยี่ยมเยือนสูง ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยหากพิจารณาเฉพาะชาวอินโดนีเซียที่ได้เดินทางต่างประเทศ ร้อยละ 49.0 เคยเดินทางไปมาเลเซีย และร้อยละ 43.2 เคยเดินทางไปสิงคโปร์

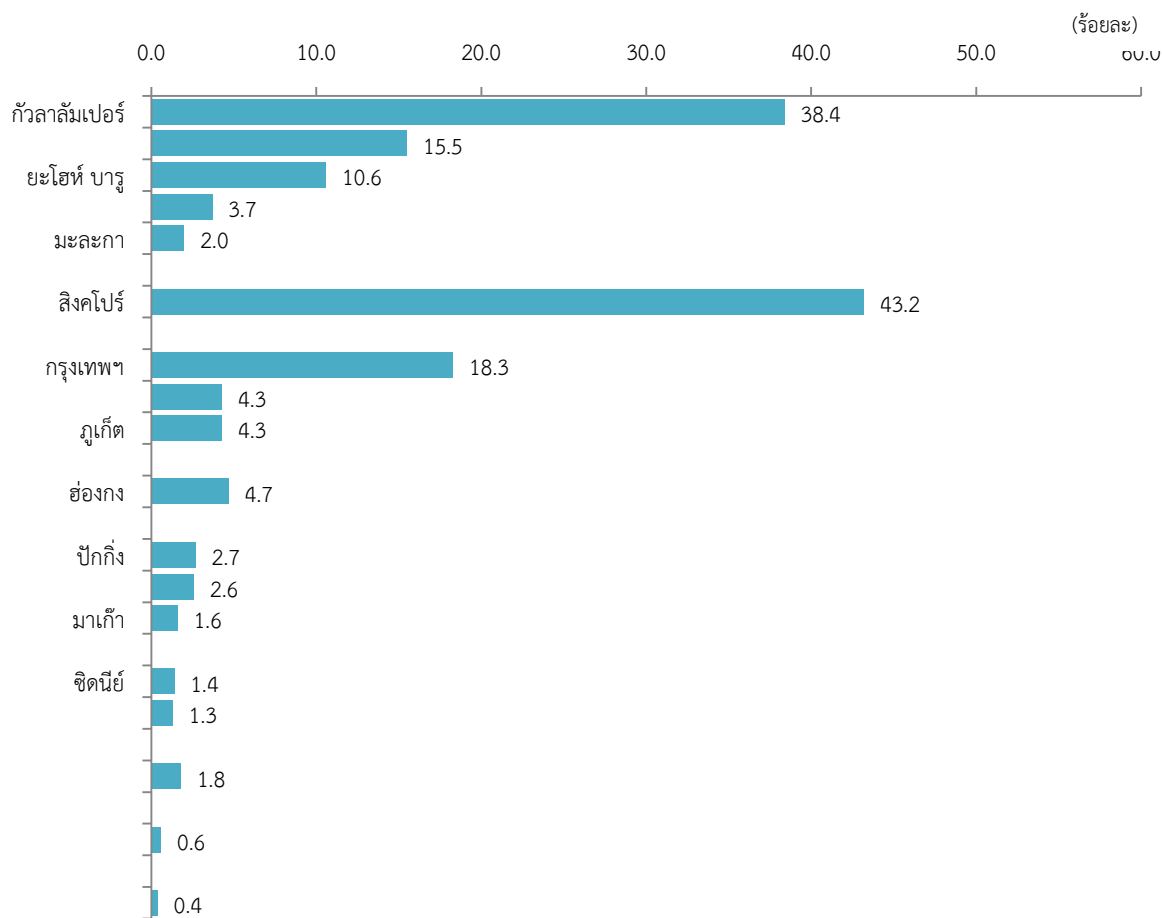
แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำนวนไม่น้อย ในสัดส่วนร้อยละ 21.6 เคยเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีการเดินทางไปอีกหลายประเทศ อย่างเช่น ฮ่องกง จีน ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ซาอุดีอาระเบีย และเนเธอร์แลนด์ ในสัดส่วนร้อยละ 6.5 ร้อยละ 5.6 ร้อยละ 3.1 ร้อยละ 2.4 ร้อยละ 1.7 ร้อยละ 1.3 และร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

3.2.1 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



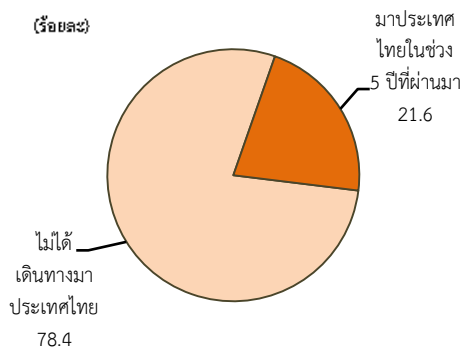
ภายหลังพิจารณาประเทศท่องเที่ยวแล้ว ครั้งนี้เป็นรายละเอียดของเมืองท่องเที่ยวที่ชาวอินโดนีเซียเดินทางแวะเยี่ยมเยือนในแต่ละประเทศ (ไม่เกี่ยวกับความถี่ในการเดินทาง) จะเห็นได้ว่าเมืองท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซียได้รับความนิยมในการเดินทางจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียในสัดส่วนที่สูง ได้แก่ กัวลาลัมเปอร์ ปันัง ยะโฮร์บารู ปะหัง และมะละกา (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 38.4 ร้อยละ 15.5 ร้อยละ 10.6 ร้อยละ 3.7 และร้อยละ 2.0 ตามลำดับ) ขณะที่สิงคโปร์เองนั้นก็ได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซียในสัดส่วนที่สูงตามมาเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 43.2

โดยหากพิจารณาเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และภูเก็ต (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาร้อยละ 18.3 ร้อยละ 4.3 และร้อยละ 4.3 ตามลำดับ)

ส่วนเมืองท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆที่ได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซียมีเพียงไม่กี่เมือง แต่ที่โดดเด่นสำหรับชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ ฮ่องกง ร้อยละ 4.7 กรุงปักกิ่ง และนครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ร้อยละ 2.7 และร้อยละ 2.6 ตามลำดับ เป็นต้น

3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

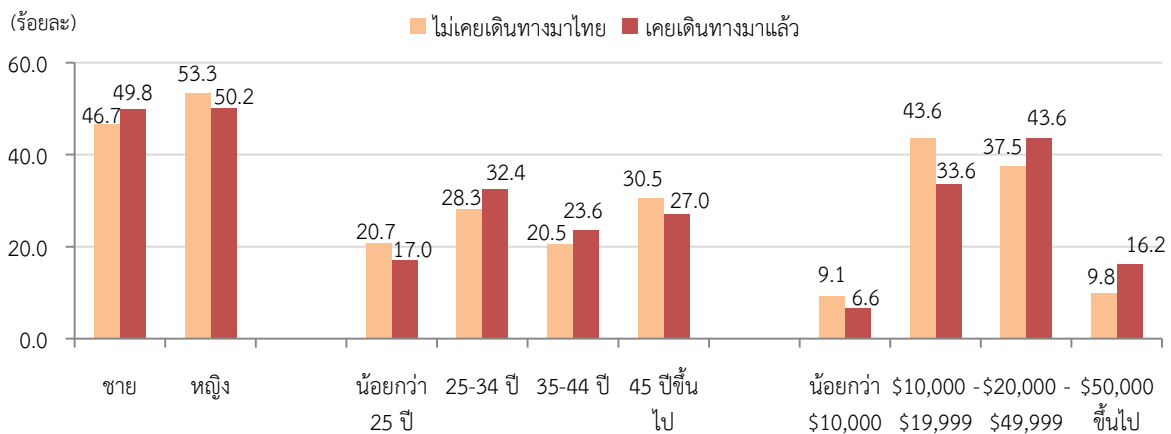
แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนที่ผ่านมาว่า ในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียประมาณ 8 ล้านรายนั้น การศึกษาพบว่าเคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ในสัดส่วนเพียงร้อยละ 21.6 (ประมาณหนึ่งล้านแปดแสนคน) ขณะที่ส่วนใหญ่ในสัดส่วนถึง ร้อยละ 78.4 เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอื่นๆ มาแล้ว แต่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย

3.3.1 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

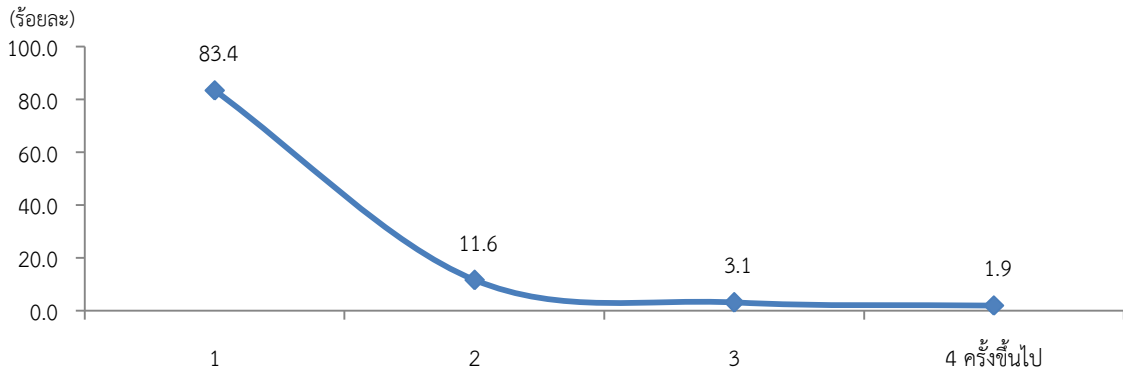


จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่เคยเดินทางมาประเทศไทย มีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน อายุระหว่าง 25-44 ปี และมีเศรษฐกิจฐานะ พิจารณาจากรายได้ครัวเรือน อยู่ในเกณฑ์ที่ดี (ส่วนใหญ่มากกว่า \$20,000 ต่อปีขึ้นไป)

ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลยนั้น มีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนอายุน้อยกับกลุ่มคนสูงวัยที่อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป และอีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ ในกลุ่มส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะ เพียงระดับปานกลางลงไป

3.3.2 ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มที่เคยเดินทาง

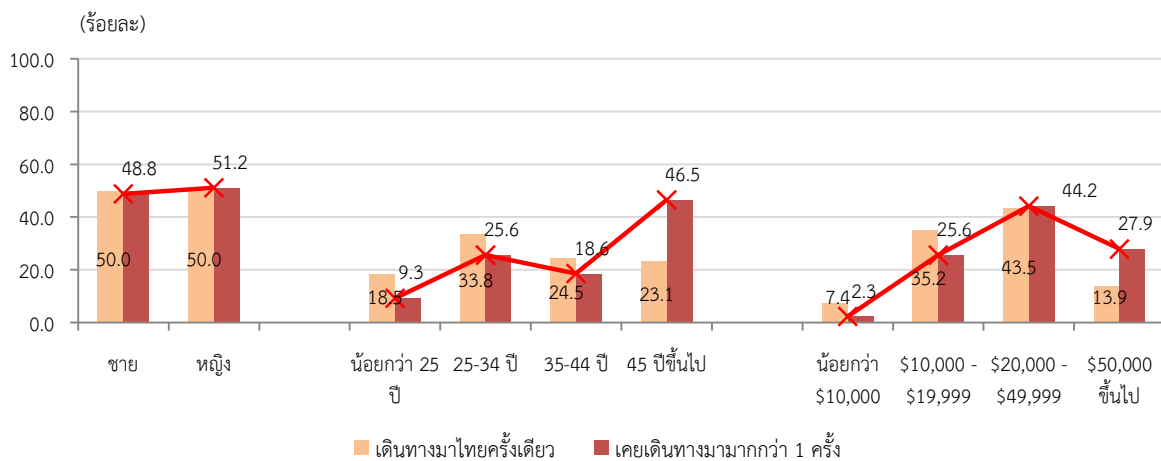
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



เฉพาะในส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่ได้เดินทางมาประเทศไทยแล้วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่ได้เดินทางมาประเทศไทยประมาณครั้งเดียว คิดเป็นร้อยละ 83.4 โดยสัดส่วนกลุ่มที่มีการเดินทางซ้ำสามารถจำแนกเป็นเคยเดินทาง 2 ครั้ง ร้อยละ 11.6 เดินทาง 3 ครั้ง ร้อยละ 3.1 และเดินทาง 4 ครั้งขึ้นไป รวมกันเท่ากับร้อยละ 1.9

3.3.3 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทย มากกว่า 1 ครั้ง กับกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว

แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว

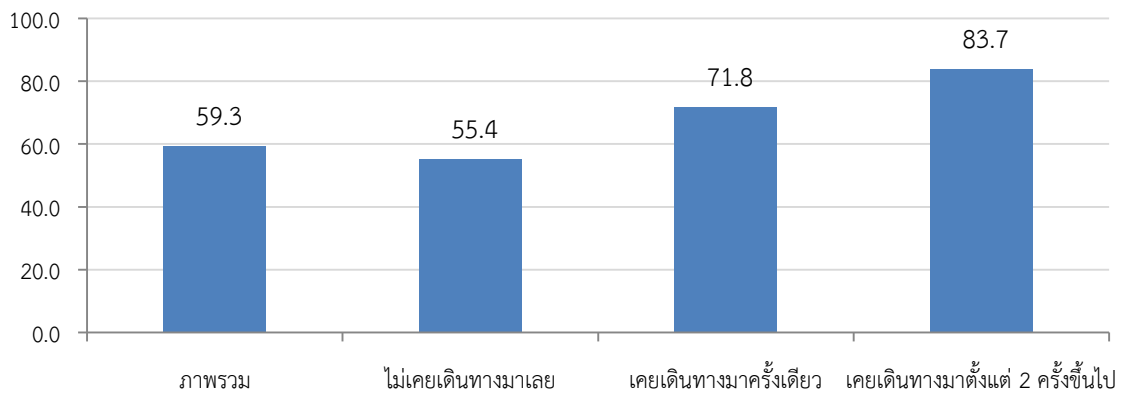


แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่เดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง (มีการเยือนซ้ำ) มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่อายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป และมักมีระดับเศรษฐกิจฐานะที่ดี มีรายได้ครัวเรือนในระดับที่ดี (รายได้ครัวเรือนมากกว่า \$20,000 ขึ้นไป) ขณะที่กลุ่มที่เคยเดินทางเพียงครั้งเดียว หากไม่เป็นกลุ่มชาวอินโดนีเซียที่อายุน้อย ก็มักมีเศรษฐกิจฐานะในระดับต่ำกว่า (รายได้ครัวเรือนน้อยกว่า \$20,000 ต่อปี)

(หมายเหตุผู้วิจัย: จากแผนภูมิภาพด้านบนทั้งในส่วนของการตอบคำถามเกี่ยวกับประเทศไทย ความถี่ในการเดินทางมาเยี่ยมเยือน และภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มเหล่านี้ เห็นได้ชัดเจนว่า ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่กลุ่มชาวอินโดนีเซีย ช่วงวัยทำงาน ที่มีรายได้ครัวเรือนในระดับสูง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่บ้างแล้ว ดังนั้นหากต้องการให้ประเทศไทยได้นักท่องเที่ยวคุณภาพดีเหล่านี้ในสัดส่วนที่สูง จึงควรเน้นให้เกิดการเดินทางกลับมาซ้ำๆ แล้วเกิดการบอกต่อในกลุ่มเป้าหมายระดับเดียวกัน มากกว่าการโปรโมทเพื่อดึงนักท่องเที่ยวรายใหม่ที่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางลงไป ที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย)

3.3.4 แผนการเดินทางเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย (ร้อยละ)

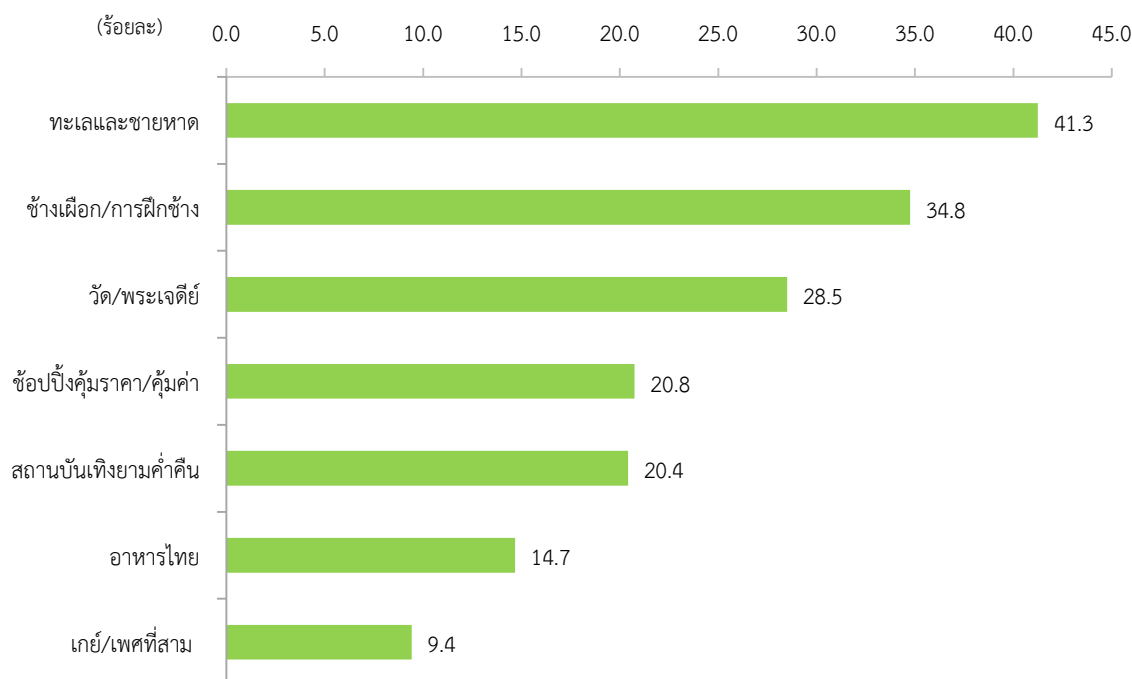


จำนวนครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ (คิด) อยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 59.3 ที่วางแผนไว้ว่า (อาจจะ) เดินทางมาเยือนไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม หากนำกลุ่มที่มีประสบการณ์ต่างๆ ต่อประเทศไทยมาเปรียบเทียบสัดส่วน (ความต้องการ) เดินทางมาเยือนไทยดังกล่าว พบสาระที่น่าสนใจว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแล้ว ส่วนใหญ่มีแผนที่จะเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้ง (มีสัดส่วนร้อยละ 71.8 ในกลุ่มที่เคยเดินทางมาครั้งเดียว และ ร้อยละ 83.7 ในกลุ่มที่เคยเดินทางมามากกว่า 2 ครั้ง) ในขณะที่สัดส่วนกลุ่มที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยมีแผนจะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อยู่เพียงร้อยละ 55.4

3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

การศึกษาครั้งนี้ได้สอบถามมุมมองต่อประเทศไทย โดยการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิดว่า หากกล่าวถึงประเทศไทย สิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดที่นึกถึงเป็นประการแรก

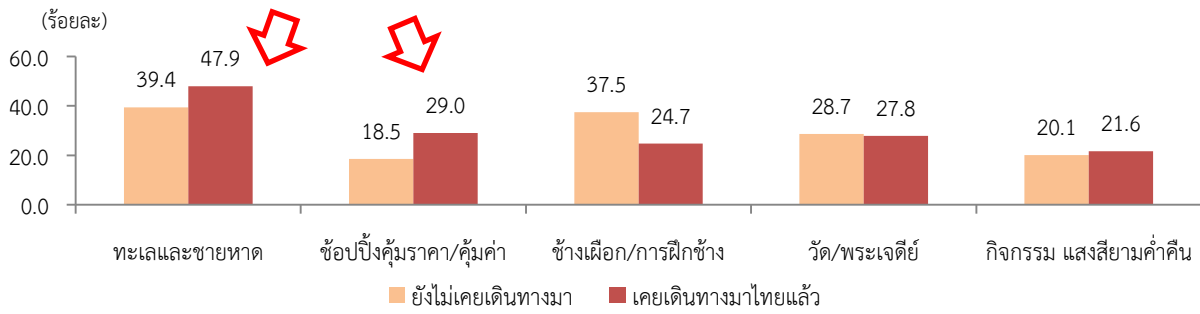
แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



พบว่า “ภาพจำ” ของประเทศไทยต่องานนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่โดดเด่นเหนือกว่าภาพอื่นๆ ได้แก่ ภาพท้องทะเล และชายหาดที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 41.3 ภาพช้างเผือกหรือการฝึกช้าง ร้อยละ 34.8 ภาพวัดหรือเจดีย์ ร้อยละ 28.5 ภาพการช้อปปิ้งที่แสนคั่มค่า ร้อยละ 20.8 และภาพแสงสีบันเทิงยามค้ำคีน ร้อยละ 20.4 เป็นต้น

3.4.1 ภาพจำของประเทศไทย เปรียบเทียบระหว่างระหว่างกลุ่มที่ประสบการณ์ต่อประเทศไทยแตกต่างกัน

แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย โดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

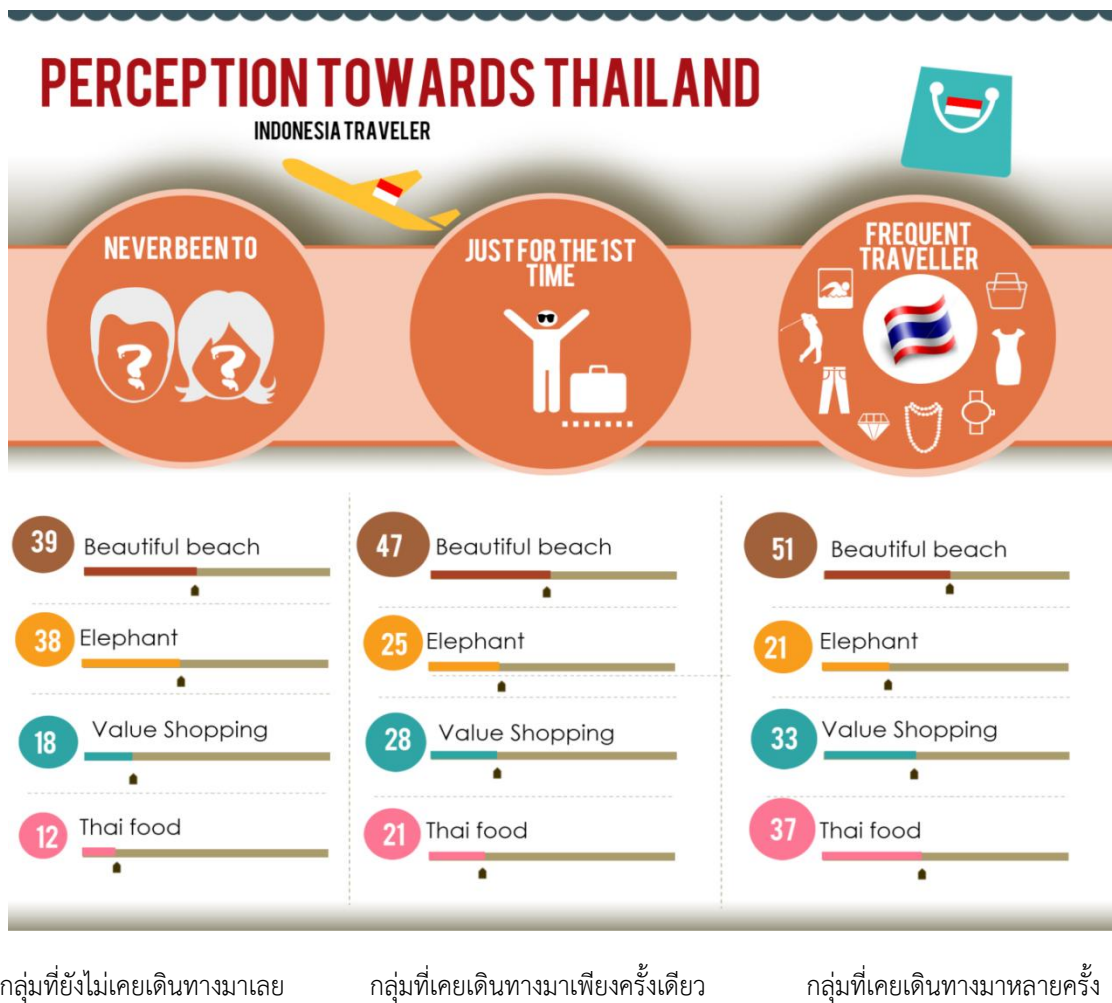


แผนภูมิภาพด้านบน แสดงถึงการรับรู้ และการสร้างภาพจำเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่มีประสบการณ์ต่อประเทศไทยแตกต่างกัน ซึ่งพบประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ ได้แก่ สัดส่วนความแตกต่างของภาพจำเกี่ยวกับทะเลชายหาด และการช้อปปิ้งที่แสนคั่มค่า มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย (เห็นได้จากสัดส่วนภาพจำด้านทะเลชายหาด และ การช้อปปิ้งที่คั่มค่า สูงถึงร้อยละ 47.9 และ ร้อยละ 29.0 ในกลุ่มที่เคยเดินทางมาไทยแล้ว ขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของกลุ่มที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย มีเพียงเท่ากับร้อยละ 39.4 และ ร้อยละ 18.5 ตามลำดับเท่านั้น)

ขณะที่ภาพจำด้านช้างเผือก การฝึกช้าง รวมถึงภาพจำด้านศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับศาสนาพุทธโดดเด่นในกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่เคยเดินทางมาสัมผัสประเทศไทย (เห็นได้จากสัดส่วนภาพจำด้านช้าง และ ศาสนสถานทางศาสนาพุทธ สูงเท่ากับร้อยละ 37.5 และร้อยละ 28.7 ตามลำดับในกลุ่มคนที่ยังไม่เคยเดินทางมา) ดังนั้นการให้ความสำคัญกับภาพจำเหล่านี้ (โดยเฉพาะช้าง และวัฒนธรรมที่ผูกโยงกับความเป็นศูนย์กลางศาสนาพุทธ) อาจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในครั้งต่อไปได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะสำหรับการกระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปรายใหม่ได้ดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากภาพจำของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย เป็นประเด็นที่สำคัญมาก และย่อมส่งผลกระทบต่อแผนการตลาด โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียในส่วนถัดไป ดังนั้นเพื่อค้นหา “แรงจูงใจ” ผ่านมิติของภาพจำประเทศ (ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อชุดข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเดินทางในอนาคต) จึงนำกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีประสบการณ์ต่อประเทศไทยอย่างแตกต่างกัน มาเปรียบเทียบภาพจำของ ประเทศไทยในมุมมองต่างๆ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 3.14 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน



แผนภูมิด้านบนสื่อได้ถึงภาพจำที่โดดเด่นขึ้นอย่างสัมพันธ์กับประสบการณ์ ได้แก่ ภาพจำด้านชายหาดแสนสวย การช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า และอาหารไทยที่ถูกปาก ขณะที่ภาพจำด้านเกี่ยวกับช้าง รวมถึงโบสถ์หรือสถาปัตยกรรมทางศาสนาพุทธ กลับเริ่มลบเลือนไปเมื่อเกิดประสบการณ์มากขึ้น กรณีนี้จึงอนุมานได้ว่าภาพจำด้านกิจกรรมศาสนาพุทธ ที่ดูแปลกตาและแตกต่าง รวมถึงช้าง อาจช่วยกระตุ้นการเดินทางครั้งแรกๆ ขณะที่กิจกรรมช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า และอาหารอร่อย ควรถูกตอกย้ำอย่างเข้มข้น เพื่อกระตุ้นการเดินทางซ้ำ ดังที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้วในบทก่อนหน้า

บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)

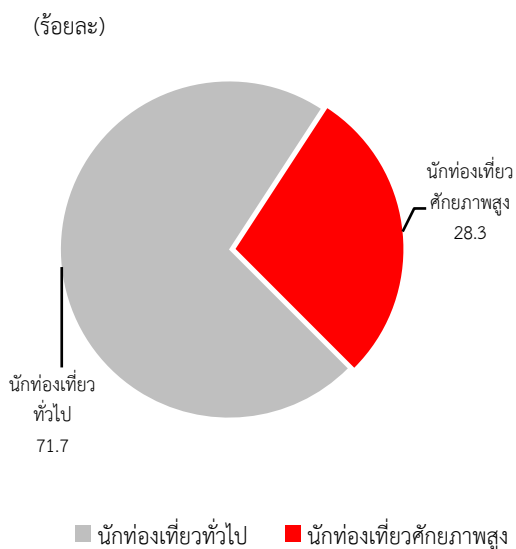
วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของการศึกษานี้ก็เพื่อค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” (High Potential Traveler) ในพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งในมิติของพื้นฐานด้านกายภาพ และพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยในการพิจารณา “ค่าจำกัดความ” ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผูกอยู่กับ “ศักยภาพในด้าน การใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว” (Spending power) เป็นสำคัญ

การจัดแบ่งกลุ่มคนในสังคมออกเป็นสัดส่วน (Segmentation) ถูกนำมาใช้เพื่อการจัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดในหลายมิติ หลากอุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีการนำเอาความรู้ด้านการตลาดในลักษณะนี้มาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ข้อมูลเบื้องต้นจากการศึกษาเอกสารระบุว่า การจัดแบ่งกลุ่มคนโดยใช้ “ศักยภาพในการใช้จ่าย” หลีกเลียงไม่พ้นที่ต้องพิจารณา “บุคคล” จากระดับเศรษฐกิจฐานะเปรียบเทียบกับทางสังคม (Social Economic Status) แปลความหมายได้ว่า เส้นแบ่งขีดความจน และความรวยจะมีบทบาทอย่างสำคัญในการกำหนด หรือพิจารณาหาข้อสมมติฐานสำหรับคนกลุ่มนี้

ข้อมูลทีกล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น เพื่อผูกโยงเข้าสู่สมมติฐานเบื้องต้นสำหรับการค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” โดยใช้ “มูลค่าการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว” เป็นแกนกลาง ผสมผสานกับปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านรสนิยม หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่าการวิเคราะห์ผลการศึกษาใช้องค์ประกอบทั้งด้าน “ค่าใช้จ่ายด้านที่พักแรม” “ศักยภาพการใช้จ่าย” และ “รสนิยม” ผ่านทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิต (Y&R 4Cs Statements) ไว้อย่างครอบคลุมครบถ้วน

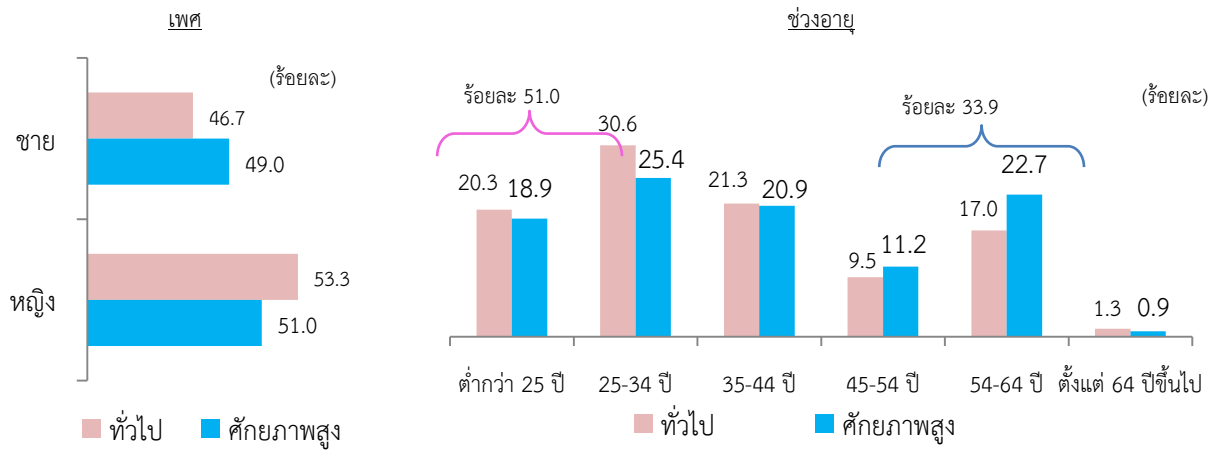
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย



ผลการวิเคราะห์สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป มีสัดส่วนร้อยละ 71.7 และที่เหลือร้อยละ 28.3 เป็นนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ดังนี้

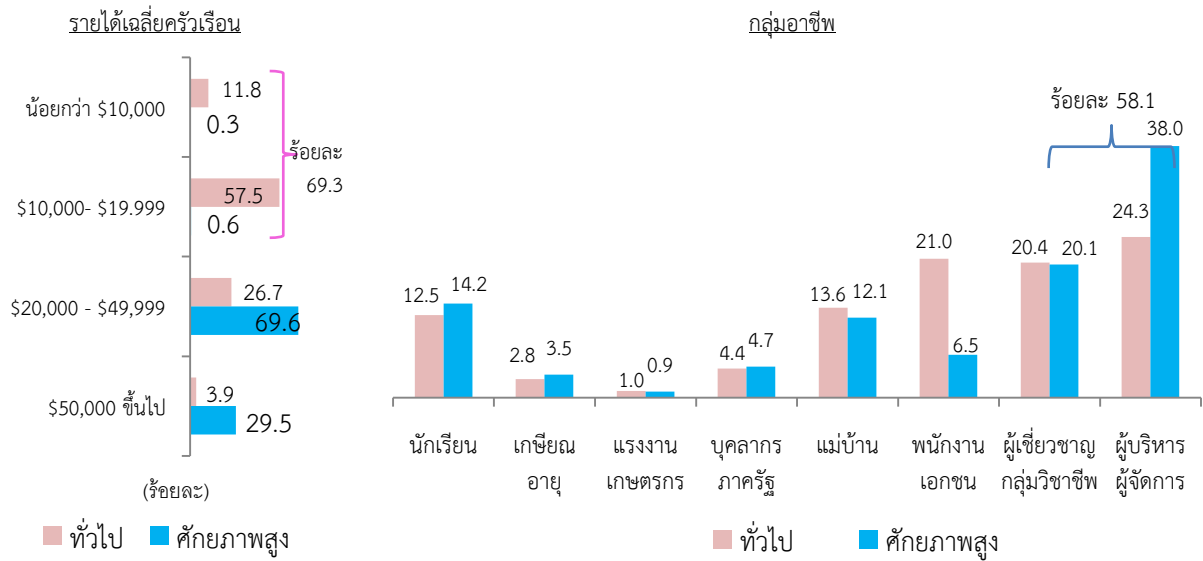
แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย



การพิจารณาเปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม ครอบคลุมเพศชาย และหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวทั่วไปมีแนวโน้มเป็นเพศหญิงในสัดส่วนที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงอยู่บ้าง (นักท่องเที่ยวทั่วไป เพศหญิง ร้อยละ 53.3 เพศชายร้อยละ 46.7 ขณะที่นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.0 เพศหญิง ร้อยละ 51.0)

สำหรับช่วงอายุ พบว่า ช่วงอายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะช่วงอายุ 45-64 ปี ที่นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมีสัดส่วนกลุ่มอายุนี้อยู่ที่ ร้อยละ 33.9 (นักท่องเที่ยวทั่วไปมีสัดส่วนดังกล่าวเพียง ร้อยละ 26.5) ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปในช่วงอายุน้อยกว่า 35 ปี มีสัดส่วนรวมกันสูงถึงร้อยละ 50.9 ส่วนนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่อายุในช่วงนี้ มีสัดส่วนรวมกันเพียงร้อยละ 44.3 เท่านั้น

แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือนและกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไปกับกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย



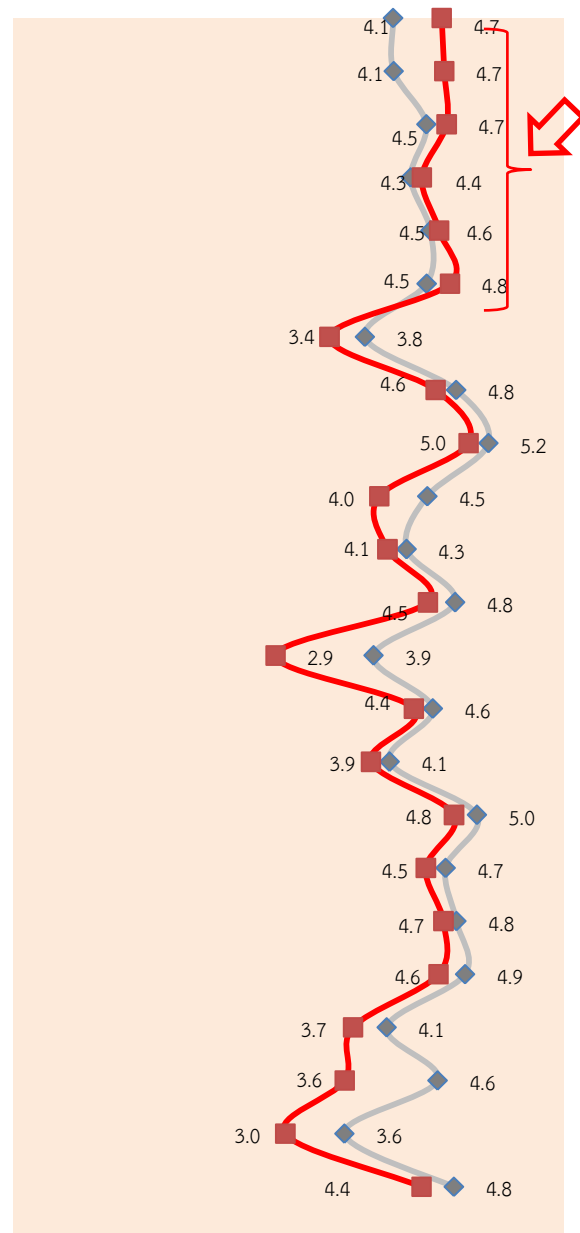
สำหรับรายได้เฉลี่ยครัวเรือนแล้ว พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐ ต่อปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวทั่วไป ที่มีรายได้ช่วงดังกล่าวมีเพียง ร้อยละ 30.6 ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนที่เหลือในสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 69.3 มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า \$20,000 ต่อปี

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับกลุ่มอาชีพ โดยพบว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงส่วนใหญ่ เป็นผู้บริหาร นักธุรกิจ เจ้าของธุรกิจ หรือเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะด้าน เช่น วิศวกร แพทย์และนักบัญชี ซึ่งส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับที่ดี (สัดส่วน 2 กลุ่มอาชีพนี้รวมกันในกลุ่มศักยภาพสูง เท่ากับร้อยละ 58.1) ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป มีสัดส่วนผู้ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ธุรกิจ พนักงานขาย และแม่บ้าน ในสัดส่วนที่สูงกว่า (สัดส่วน 2 กลุ่มอาชีพนี้รวมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เท่ากับร้อยละ 34.6) เป็นต้น

4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

แผนภูมิภาพที่ 4.4 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย

การได้รับการยกย่องชื่นชมคือสิ่งที่มีนัยสำคัญ
ฉันจัดการกับสถานการณ์ที่คลุมเครือหรือไม่ชัดเจนได้อย่างง่ายดาย
ฉันสามารถเข้าใจเรื่องที่ซับซ้อนได้โดยง่าย
ฉันมักจะชอบหาวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาเสมอ
ฉันเป็นคนกระตือรือร้นชอบตามเรื่องราวของสถานการณ์สังคม
ฉันเป็นคนที่มีเหตุผลและเลือกที่จะทำในสิ่งที่เป็นไปได้จริง
ฉันชอบทำในสิ่งที่ท้าทายหรือน่าสะพรึงกลัว
เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉันที่จะปรับตัวให้เข้ากับคนอื่นที่แตกต่างจากฉัน
ศาสนา มีบทบาทสำคัญมากในชีวิตของฉัน
เงินคือสิ่งที่ดีที่สุดในการวัดความสำเร็จของเรา
ฉันชอบที่จะดูโดดเด่นท่ามกลางฝูงชน
ฉันชอบที่จะใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและเป็นไปตามกฎ
ฉันอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่กังวลเลยว่าพรุ่งนี้จะเป็นอย่างไร
ฉันชอบที่จะใช้เวลาอยู่กับบ้านเงียบๆ มากกว่าการออกไปเที่ยวปาร์ตี้นอกบ้าน
ฉันคาดหวังเพียงเล็กน้อยกับอนาคตเท่านั้น
ผู้หญิงจะทำหน้าที่สมบูรณ์เมื่อเธอสามารถทำให้ครอบครัวมีความสุข
ฉันชอบติดตามเรื่องแฟชั่นและสไตล์การแต่งตัว
ฉันชอบทำกิจกรรมที่ต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ
ฉันมักจะระมัดระวังเรื่องการใช้เงินเสมอ
ฉันมักจะทำตามสิ่งที่ฉันชอบโดยไม่คำนึงว่าคนอื่นจะมองฉันด้วยสายตายังไง
มีเพียงไม่กี่เรื่องเท่านั้นที่เราจะสามารถทำเพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิตเราได้
หลายครั้งที่ความถูกต้องขัดต่อข้อกฎหมาย
ฉันเป็นคนมีจินตนาการกว้างไกล



◆ นักท่องเที่ยวทั่วไป ■ นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง

ดังที่กล่าวไปแล้วในบทที่ 2 ว่าชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยม และเป็นสมณะ มัธยัสถ์ ระมัดระวังเรื่องการใช้เงิน และนิยมกิจกรรมที่มีกฎเกณฑ์เป็นระเบียบ มากกว่ากิจกรรมที่มีความเสี่ยง

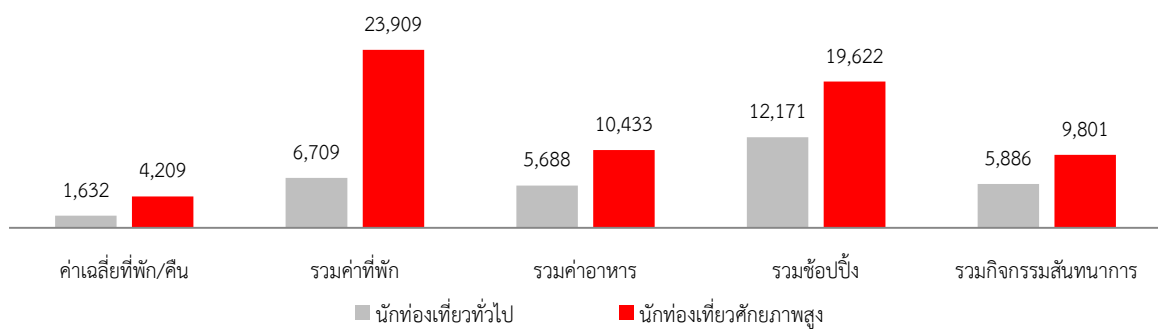
และจากแผนภูมิภาพด้านบนสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย มีทัศนคติ และอุปนิสัยพื้นฐานแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่บ้าง โดยเฉพาะประเด็นด้าน “เกียรติยศ และศักดิ์ศรี” ซึ่งแปลความหมายได้ถึงถึงการให้เกียรติซึ่งกันและกันด้วยน้ำใจ และความจริงใจ

ความเชื่อมั่นต่อตนเองในด้าน “ความคิดในการแก้ปัญหาต่างๆ” ทำให้นักท่องเที่ยววัยศึกยภาพสูงชาวอินโดนีเซียกลุ่มนี้ ต้องการแสวงหาและเรียนรู้เพื่อก้าวไปให้ถึงจุดความภาคภูมิใจในตน (หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งสอดคล้องกับภาพจำต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกยภาพสูงชาวอินโดนีเซียกลุ่มนี้ ที่มีแนวโน้มจดจำรูปภาพโบสถ์ เจดีย์ทางศาสนา หรือรูปช้างไทย ได้อย่างโดดเด่นกว่าภาพความสวยงามของชายหาดซึ่งหาพบได้โดยทั่วไป)

4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง

กลุ่มศึกยภาพสูงใช้จ่ายเงินเพื่อกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปในทุกหมวด และทุกประเด็น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พักเฉลี่ยต่อคืนนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกยภาพสูงเลือกที่พักราคาประมาณ 4,209 บาทต่อคืน ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวอินโดนีเซีย ใช้บริการที่พักราคาเฉลี่ยเพียง 1,632 บาทต่อคืนเท่านั้น

แผนภูมิภาพที่ 4.5 เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)



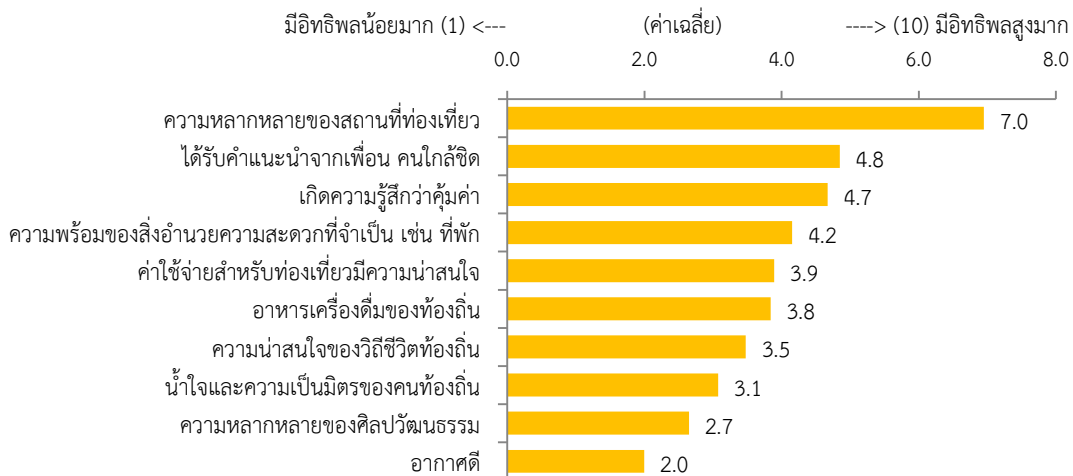
นอกจากนั้น หากพิจารณาค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดทริป เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวศึกยภาพสูงใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปในทุกหมวด ได้แก่ ค่าที่พักรวมตลอดทริป 23,909 บาท ค่าอาหาร 10,433 บาท ซ้อปบี้ 19,622 บาท กิจกรรมสันทนาการต่างๆ 9,801 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ใช้จ่ายระหว่างการเดินทางรวมซ้อปบี้มากที่สุด 12,171 บาท ค่าที่พัก 6,709 บาท ค่ากิจกรรมสันทนาการ 5,886 บาท และค่าอาหาร 5,688 บาท ตามลำดับเท่านั้น

ค่าเฉลี่ยมูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าว จึงช่วยยืนยันศึกยภาพในการสร้างมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวศึกยภาพสูงชาวอินโดนีเซียได้เป็นอย่างดี และแสดงถึงความจำเป็นในการทำความเข้าใจ “แรงจูงใจ” ผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเป้าหมายเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มนี้ ในบทถัดไป

บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว

ในบทนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยสำคัญลำดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียในการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 7.0) ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน คนใกล้ชิด (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.8) เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่า และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.7 และ 4.2) และค่าใช้จ่ายสำหรับท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 3.9) ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซีย



หากวิเคราะห์แผนภูมิภาพด้านบนโดยละเอียด พบว่าปัจจัยความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ยังเป็นปัจจัยทางกายภาพเบื้องต้นทั้งหมด ตั้งแต่

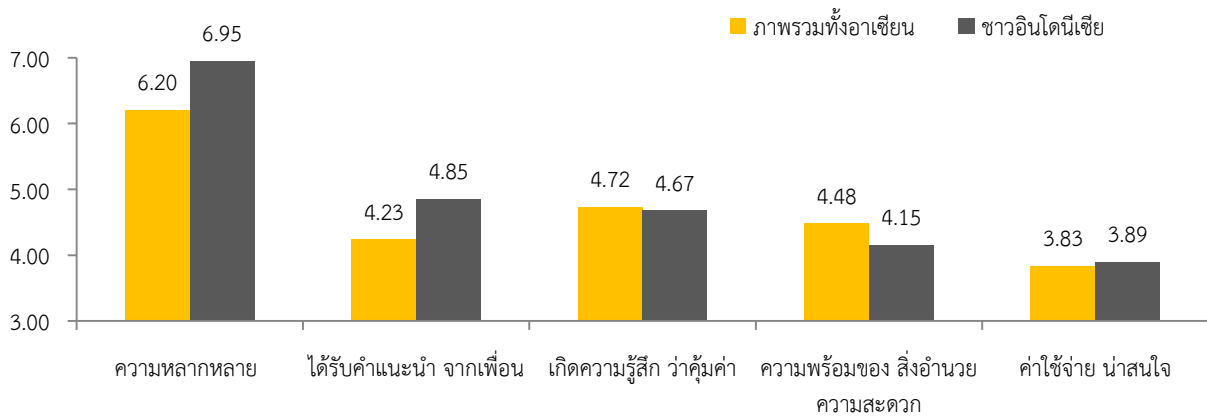
1. สถานที่ท่องเที่ยว ต้องมีความน่าสนใจและหลากหลาย
2. คำยืนยันว่าดี โดยเฉพาะจากการบอกเล่าของคนสนิท
3. สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยว ต้องทำให้เกิดความรู้สึกว่าปลอดภัย สะดวกสบาย
4. และประเด็นที่สำคัญ สิ่งที่ได้มาเมื่อเปรียบราคาต้องทำให้เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่า หรืออีกนัยหนึ่ง หมายถึงค่าใช้จ่ายที่กำหนดไว้น่าสนใจเพราะราคาไม่แพงเกินกำลัง เป็นต้น



(หมายเหตุผู้วิจัย เป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยังมีระดับพัฒนาการด้าน “ความต้องการ” องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระนาบเดียวกับนักท่องเที่ยวจากประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย เห็นได้จากประเด็นที่ใช้ประกอบในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกับปัจจัยของนักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา หรือ ลาว ซึ่งเน้นความหลากหลายตื่นตาตื่นใจของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น “วัตถุ” มากกว่า แตกต่างจากนักท่องเที่ยวของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สิงคโปร์ หรือบรูไน ที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ “คน” ผ่านวิถีชีวิต การต้อนรับอย่างให้เกียรติ รวมถึงน้ำใจที่อบอุ่นของเจ้าบ้านมากกว่า)

แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย กับภาพรวมทั้งอาเซียน

ค่าเฉลี่ยปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว



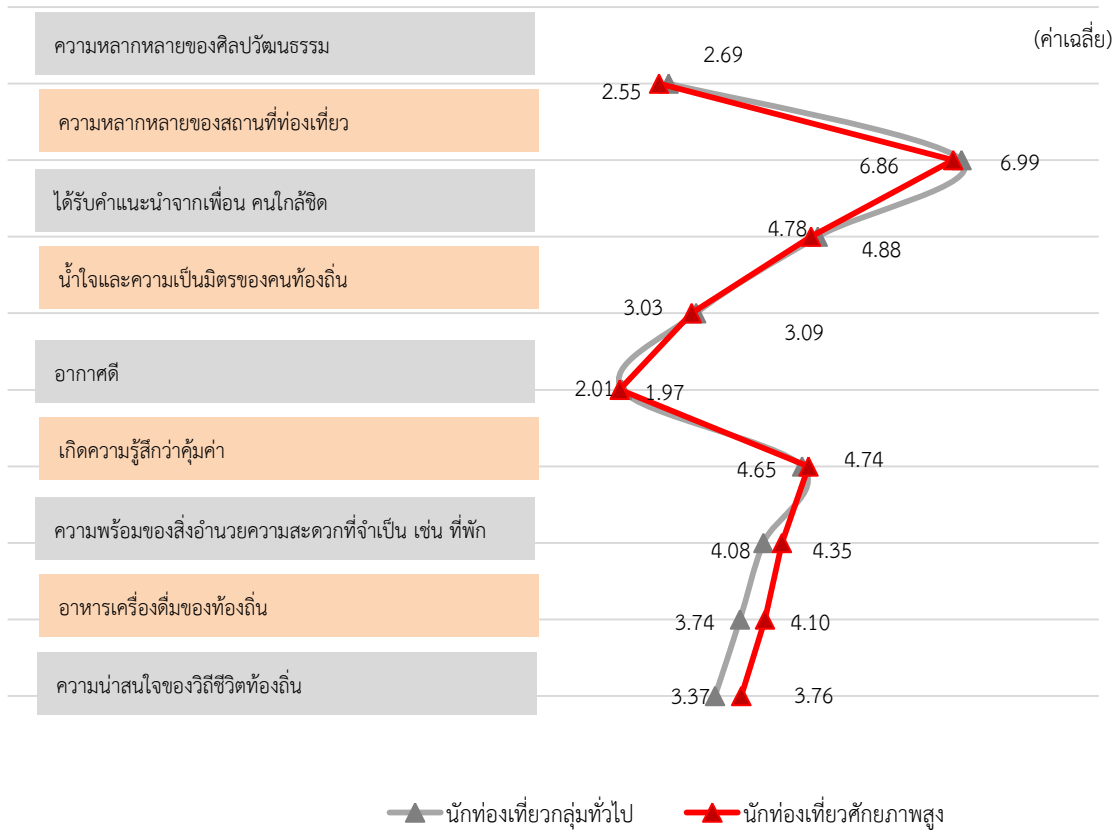
อย่างไรก็ตามเมื่อนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ “แรงจูงใจ” เบื้องต้นในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย มาพิจารณาร่วมกับค่าเฉลี่ยรวมของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน พบว่า ประเด็นที่สำคัญยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 6.95 เปรียบเทียบกับภาพรวม 6.20 รองลงมา “คำแนะนำจากเพื่อน” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.85 เปรียบเทียบกับภาพรวม 4.23 และ “ค่าใช้จ่ายน่าสนใจ” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 3.89 เปรียบเทียบกับภาพรวม 3.83 ซึ่งหมายถึง หากสถานที่ท่องเที่ยวใดได้รับการโปรโมท ทั้งด้านความนิยม และราคา มีโอกาสได้รับความสนใจสูงจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

สถานที่ท่องเที่ยว
 หลากหลาย



5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศึกษาศึกษาภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

แผนภูมิภาพที่ 5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศึกษาศึกษาภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

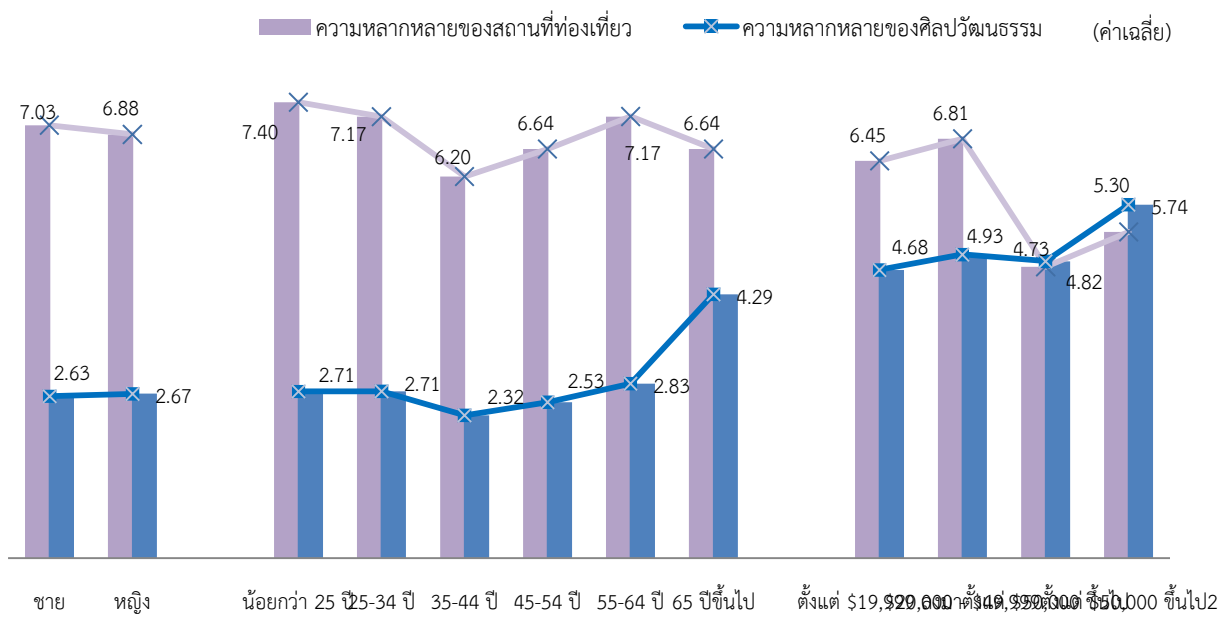


จากการพิจารณานักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียในภาพรวมแล้ว การเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาศึกษาภาพสูงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปในประเด็น “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว” เห็นได้ว่าส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันไม่มากนัก แต่ที่น่าสนใจก็คือกลุ่มศึกษาศึกษาภาพสูง มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง คุณภาพของสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.35) รวมถึง “คุณภาพและรสชาติของอาหารท้องถิ่น” และ “ความน่าสนใจของวิถีชีวิตท้องถิ่นในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว” นั้นๆ (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.10 และ 3.76 ตามลำดับ) มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่บ้าง (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.08, 3.74 และ 3.37 ตามลำดับ)

5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยววัยศักราชภาพสูงชาวอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่เป็นสาระหลัก และมีอิทธิพลสูงต่อกลุ่มศักราชภาพสูง ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัย ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว กับ ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม

แผนภูมิภาพที่ 5.4 การเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักราชภาพสูง จำแนกตามภูมิภาคหลังด้านประชากรศาสตร์



พบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักราชภาพสูงที่อายุมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มศักราชภาพสูงที่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับกลางๆ (ที่มีรายได้ครัวเรือนประมาณ 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี) แสวงหาความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยน้อยกว่า มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดมากกว่า

ดังนั้นการเพิ่มความเข้มข้นของปัจจัยทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นในด้าน “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” ที่พร้อมเพียงพอ การจัดการด้านสภาพแวดล้อมเพื่อให้มีการรับรู้ถึงความหลากหลาย และน่าสนใจ (เช่น แหล่งกิน แหล่งเที่ยว) อาจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวศักราชภาพสูงชาวอินโดนีเซียเลือกเดินทางไปยังเป้าหมายที่กำหนด (หมายถึงประเทศไทย) ได้อย่างเป็นผล

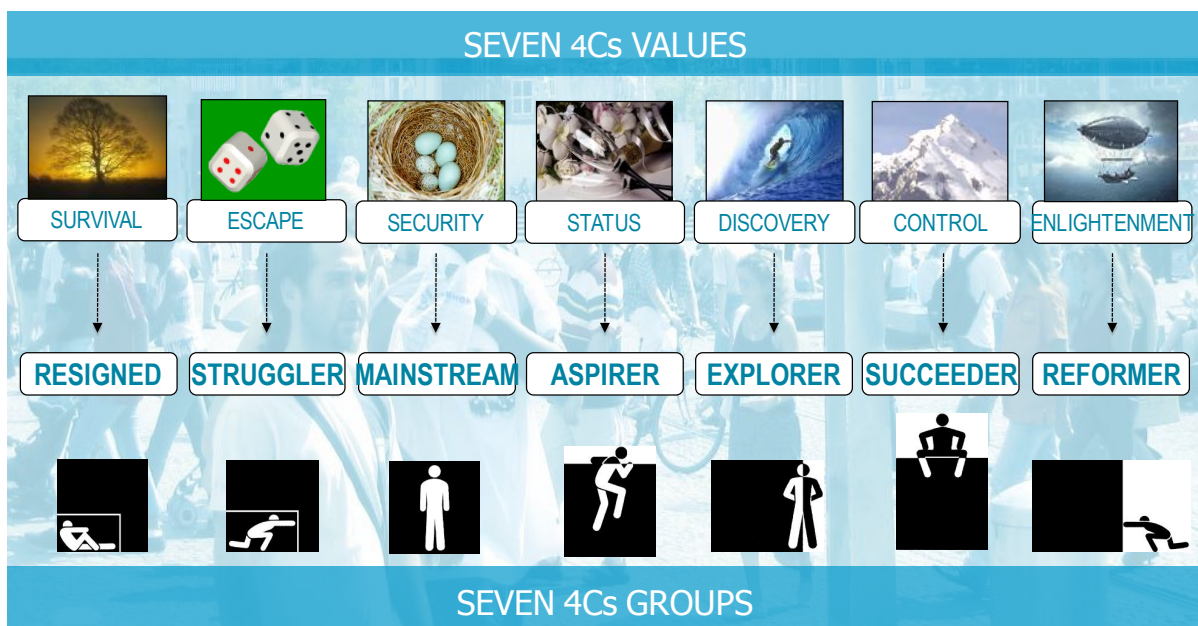
บทที่ 6 นักท่องเที่ยวในกลุ่มศักยภาพสูงแนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และ กลยุทธ์ทางการตลาด

หลังจากการทำความเข้าใจพื้นฐานทางกายภาพ หรือข้อมูลประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย รวมถึงการพิจารณาแรงจูงใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียในบทที่ผ่านมาแล้วบทนี้เป็นการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงโดยใช้พื้นฐานการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R

6.1 แนวทาง และ ผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”

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

THERE ARE 7 KINDS OF PEOPLE IN THE WORLD

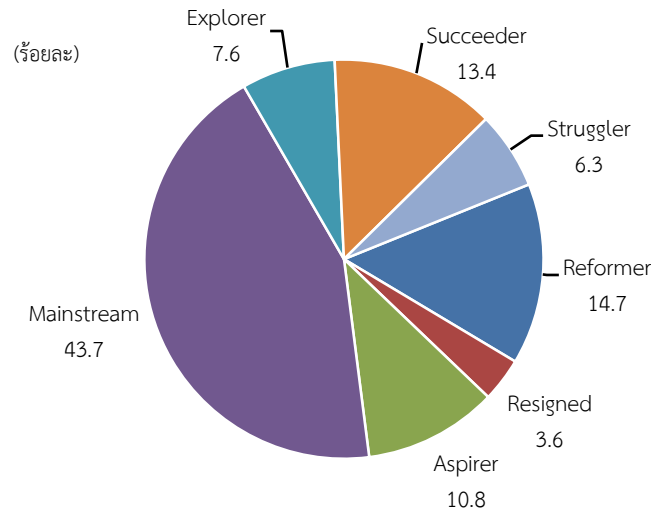


โดยมีคุณลักษณะเบื้องต้นของแต่ละกลุ่มดังนี้

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม
<p>Resigned</p> 	<p>“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ”</p> <p>ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูงไม่ชอบร้องแรงแหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคืนจากสังคมรอบตัว</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 เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า</p>
<p>Aspirer</p> 	<p>“คนอินเทรนด์ในโลกแห่งการมีหน้ามีตา”</p> <p>ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้</p>
<p>Explorer</p> 	<p>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ๆ”</p> <p>ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต</p>
<p>Succeeder</p> 	<p>“โลกในกำมือของผู้ชนะ”</p> <p>กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคง จึงทำงานหนักโดยไม่ลืมหิวรางวัลกับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด</p>
<p>Reformer</p> 	<p>“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม”</p> <p>การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม</p>

ในเบื้องต้นสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียทั้งหมด (รวมกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง) ตาม “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ได้ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย





พบว่านักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย (ทั้งหมด) ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะอยู่ในกลุ่ม Mainstream ร้อยละ 43.7 รองลงมาได้แก่กลุ่ม Reformer ร้อยละ 14.7 และกลุ่ม Succeeder ร้อยละ 13.4


นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียอีกบางส่วนร้อยละ 10.8 ร้อยละ 7.6 และร้อยละ 6.3 ที่มีคุณลักษณะเข้าได้กับกลุ่ม Aspirer, Explorer และ Struggler ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียในสัดส่วนไม่สูงมากนักร้อยละ 3.6 ที่มีคุณลักษณะแบบ Resigned

6.1.1 สรุปพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา และกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียตามกลุ่มไลฟ์สไตล์

จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด และข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปคุณลักษณะ นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย และสัดส่วนแต่ละกลุ่มไลฟ์สไตล์ได้ดังนี้

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
Resigned 	“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ” ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแแรกแหกกระเชอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคั้นจากสังคมรอบตัว	ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 46.7 หญิง ร้อยละ 53.3) ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 35 ปี (ร้อยละ 60.0) และมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 76.7)

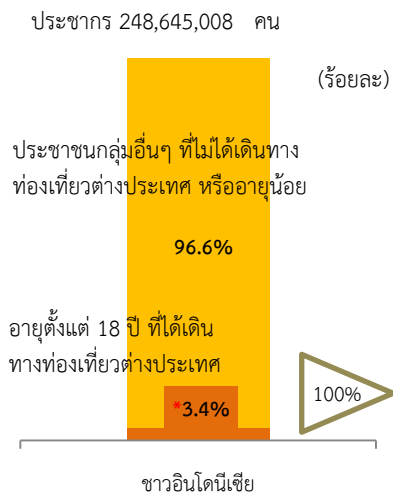
“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
<p>Struggler</p> 	<p>“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก”</p> <p>เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนดูคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะ สนุกสนาน แล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ</p>	<p>ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 47.1 หญิง ร้อยละ 52.9) ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 35 ปีลงไป (ร้อยละ 57.6) เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 60.0)</p>
<p>Mainstream</p> 	<p>“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง”</p> <p>ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า</p>	<p>ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 46.0 หญิง ร้อยละ 54.0) ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 69.8) ส่วนใหญ่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี (ร้อยละ 77.8)</p>
<p>Aspirer</p> 	<p>“คนอินเทอร์เน็ตในโลกแห่งการมีหน้ามีตา”</p> <p>ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้</p>	<p>แนวโน้มเป็นหญิงมากกว่าชาย เล็กน้อย (หญิง ร้อยละ 56.5 ชาย ร้อยละ 43.5) อายุระหว่าง 20-30 ปี ช่วงหนึ่ง (ร้อยละ 29.8) กับ 40-60 ปี อีกช่วงหนึ่ง (ร้อยละ 42.7) ส่วนใหญ่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 70.2)</p>
<p>Explorer</p> 	<p>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ๆ”</p> <p>ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต</p>	<p>ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 45.3 หญิง ร้อยละ 54.7) ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 45 ปี (ร้อยละ 72.0) และมีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 72.0)</p>
<p>Succeeder</p> 	<p>“โลกในกำมือของผู้ชนะ”</p> <p>กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนักโดยไม่ล้าให้รางวัลกับตนเอง ด้วยสิ่งที่ดีที่สุด</p>	<p>ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 48.7 หญิง ร้อยละ 51.3) อายุตั้งแต่ 35 ปีลงไป (ร้อยละ 62.7) โดยส่วนใหญ่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับดีถึงดีมาก (ร้อยละ 86.7)</p>

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
Reformer 	“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม” การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม	แนวโน้มเป็นชายมากกว่าหญิง เล็กน้อย (ชาย ร้อยละ 55.6หญิง ร้อยละ 44.4) ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 30ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 75.2) และมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดีมาก (ร้อยละ98.7)

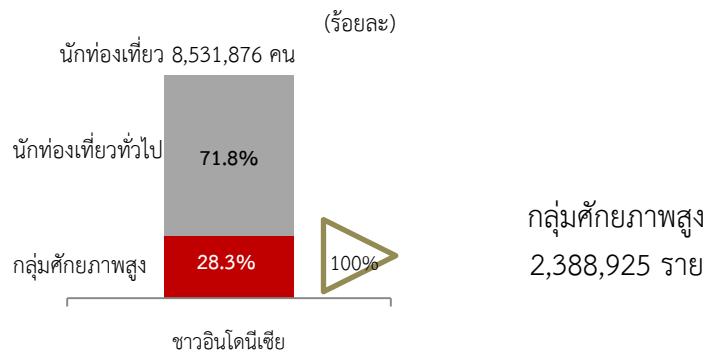
* รายละเอียดในภาคผนวก ตารางที่ 73

6.1.2 การจำแนกกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง

แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวอินโดนีเซียที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีและได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว



*แสดงเฉพาะทัศนนิยม 2 ตำแหน่ง สัดส่วนที่แท้จริงเท่ากับ 3.43135

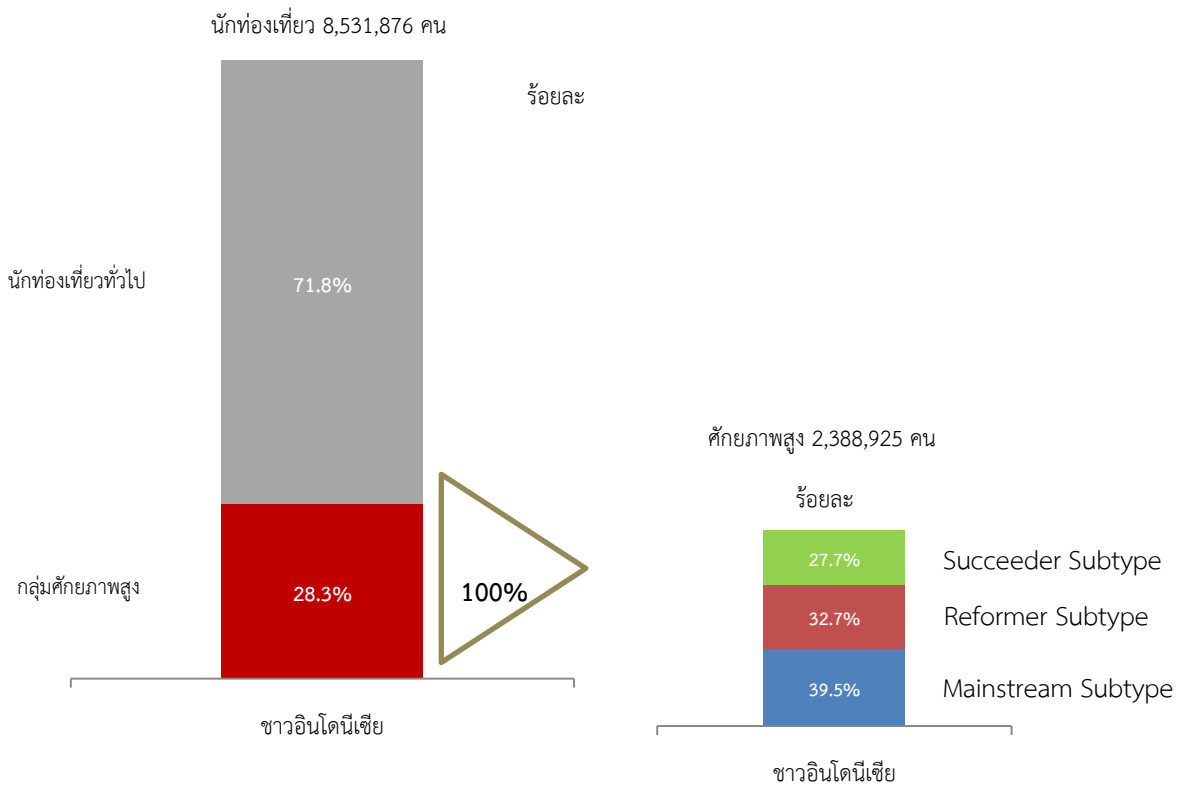
การประมาณการจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซียซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 28.3 ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทั้งหมดหรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 2,388,925 คน

การคัดกรองนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ออกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั่วไปในบทที่ผ่านมาพบคุณลักษณะเบื้องต้นที่แตกต่าง ได้แก่

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

ภายใต้หลักการที่เหมาะสม โดยใช้การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” 4Cs Statements ของบริษัท Y&R มาเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม โดยการใช้สถิติประยุกต์เพื่อคัดกรองเฉพาะภายในนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” อีกครั้ง (Rerun EFA on high loading Attributes) สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ชาวอินโดนีเซีย (มีจำนวนจากการคำนวณ 2,388,925 ราย) ออกเป็น 3 กลุ่มย่อยดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มศักยภาพสูง



1. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Successer Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 27.7 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 662,416 ราย)
2. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 32.7 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 782,214 ราย)
3. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 39.5 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 944,295 ราย)

6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”

ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ว่าสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย”(Succeeder) ไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer) และไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา (Mainstreams)” ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มย่อย

6.2.1 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย (Succeeder)”

นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย (Succeeder)” ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 44.7 และหญิง ร้อยละ 55.3) ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 35 ปี (ร้อยละ 68.1) แต่ประเด็นที่สำคัญก็คือ เกือบทั้งหมดมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับที่ดี ถึงดีมาก (SES Class AB รวมกับเท่ากับ ร้อยละ 98.9) บางส่วนประกอบอาชีพการงานที่มีหน้าตาในสังคม เช่น กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ-ด้าน (ร้อยละ 41.5) เป็นผู้บริหาร หรือนักธุรกิจ(ร้อยละ 14.9)หรือไม่เช่นนั้นก็เป็นนักเรียน หรือแม่บ้านที่มาจากครอบครัวที่ร่ำรวย (ร้อยละ 21.3 และ ร้อยละ 9.6 ตามลำดับ)



จากข้อค้นพบของบริษัท Young & Rubicam (เจ้าของลิขสิทธิ์ 4Cs) ซึ่งได้ทำการศึกษา Cross - Cultural Lifestyle พบว่า กลุ่มไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย (Succeeders)” ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นความ “เชื่อมั่นต่อความสามารถในการควบคุม” (Control) ของตน นั้นให้ความสำคัญสูงมากต่อปัจจัยรอบๆ ตัวดังต่อไปนี้

- ความพยายามในการควบคุมผู้อื่น
- โดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นทุกๆ ไป
- มีรากฐานชีวิตที่มั่นคง
- นิยมให้รางวัลตัวเอง
- ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว
- มีการดูแลวิถีการดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
นำเสนอเฉพาะสินค้าและบริการชั้นดีเยี่ยม (Offer top quality product and service)	นำเสนอเหมือนทุกๆ ไป ดูพื้่นๆ ไม่มีรสนิยม 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 อย่าเน้นการลดแลกแจกแถม และเล่นราคา (Exclusivity rather than discount or reward)	
แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยคาดหวังแผนการตอบโจทย์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่างครบถ้วน (Be anticipated, Be professional)	

6.2.2 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง (Reformers)”

นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง(Reformers)” แนวโน้มเป็นชายมากกว่าหญิง (ชาย ร้อยละ 61.3 และหญิง ร้อยละ 38.7) และส่วนใหญ่อายุมากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 71.2) รวมถึงมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับที่ดี ถึงดีมาก (SES Class AB รวมกับเท่ากับ ร้อยละ 98.2) ประกอบอาชีพการงานที่มีความมั่นคงในสังคม เช่น กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน (ร้อยละ 39.6) เป็นผู้บริหาร หรือนักธุรกิจ(ร้อยละ 18.9) รวมถึงกลุ่มผู้เกษียณอายุจากครอบครัวฐานะดี (ร้อยละ 9.0) เป็นต้น



ส่วนสำหรับกลุ่มผู้ปรับปรุง ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นแบบ “แสดงแก่นแท้แห่งตน” (Self Expression-Enlightenment) นั้น ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงจิตใจเรียบง่าย มีความมั่นใจตัวเอง แต่เปิดโลกทัศน์แบบกว้างขวาง พร้อมรับฟังและอยากปรับปรุงให้ทุกๆ อย่างรอบตัวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สามารถสรุปหลักคิดง่ายๆ ได้ดังนี้

- มีความคิดเห็น
- ต้องการประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดปัญหา
- ความเป็นมืออาชีพแห่งตน
- สุนทรีย์นิยม
- ไม่ยึดติดอยู่กับกรอบ
- ชื่นชมธรรมชาติ
- ให้ความสำคัญกับแก่นแท้ภายในของทุกสิ่ง (มากกว่าพิจารณาเพียงเปลือกนอก)

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
นำเสนอสินค้าที่ดีจริง คุณภาพเหมาะสมกับข้อเสนอ (Real thing, not just good packaging and design)	หลอกลวง เดิมแต่่งสี่สันเกินจริง (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 อยากรได้ประสบการณ์ด้วยการตัดสินใจของเขาเอง (Provide personal space, provoke their curiosity)	เน้นการขายแบบที่อูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก (Do not Hard sale)

6.2.3 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ“คนธรรมดาในโลกธรรมดา (Mainstreams)”

นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา (Mainstreams)” มีแนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าชายเล็กน้อย (ชาย ร้อยละ 41.8 และหญิง ร้อยละ 58.2) ครอบคลุมเกือบทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางถึงปลาย (ร้อยละ 59.7) โดยทั้งหมดมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับที่ดี ถึงดีมาก (SES Class AB รวมกับเท่ากับ ร้อยละ 100.0) บางส่วนประกอบอาชีพการงานที่มีหน้าตาในสังคม เช่น กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน (ร้อยละ 34.3) เป็นผู้บริหาร หรือนักธุรกิจ (ร้อยละ 24.6) หรือไม่เช่นนั้นก็เป็นแม่บ้าน หรือนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่ร่ำรวย (ร้อยละ 16.4 และร้อยละ 11.9 ตามลำดับ)

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 คอยคำนึงถึงครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ โอนอ่อนผ่อนตามครอบครัวและครอบครัว มีกิจวัตรประจำวันคล้ายเดิม รู้จักคุณค่าของเงิน มักจะมีความกลัวในเรื่องใหม่ๆ และไม่ตามกระแสนิยมที่หวือหวา จึงมักจะใช้สินค้าและบริการที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ และเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักดี คุ่มค่าสมราคา

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ดังนี้

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 หรือสร้างความรู้สึกที่ไม่คุ้นเคยด้วยการเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือ</p> <p>(Not radical)</p>
<p>คำแนะนำที่ง่ายๆ แต่ครบถ้วน ช่วยสร้างความมั่นใจในการเริ่มต้น</p> <p>(Complete guideline)</p>	<p>หลีกเลี่ยงการนำเสนอสิ่งแหวกแนวนอกเหนือสภาพสังคมที่เป็นอยู่</p> <p>(Avoid being Rebellious & Highly progressive i.e. Nude / Homosexual)</p>
<p>เสนอสินค้าที่คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ด้วยราคาที่เหมาะสม หมายถึงไม่ต้องราคาถูก แต่ก็ต้องไม่แพงจนรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบ</p> <p>(Provide standard quality with value for money)</p>	<p>ไม่ใช้กลยุทธ์ดิฉินนินทา ตบตา หลอกลวง (Bluff) หรือเอาแต่ให้ร้ายผู้อื่น</p> <p>(Negative approach)</p>
<p>ความรู้สึกสุขใจ มาจากการใช้ชีวิตเหมาะสมกับทรัพยากรที่มี ความรู้สึกคุ้มค่ามาจากการใช้จ่ายที่ไม่แพง</p> <p>(Everyday low price)</p>	

6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม“ศักยภาพสูง” ในแต่ละเมืองสำคัญของประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ มีความสำคัญต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์และการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมในสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป

จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกกลุ่มย่อยตามพื้นที่

6.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามรายเมืองใหญ่ของประเทศอินโดนีเซีย

ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศอินโดนีเซีย

	จำนวนประชากรเฉพาะในเขตเทศบาล ^a	ประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง (สัดส่วนจากผลการศึกษา)	สนามบิน ^b
Jakarta	4,013,240	1,960,958	839,290	Intl. เฉลี่ย 7,110 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Bandung	1,061,280	518,565	106,306	Intl. เฉลี่ย 313 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Semarang	570,240	278,632	57,120	Intl. เฉลี่ย 497 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Yogyakarta	170,759	83,437	17,105	Intl. เฉลี่ย 985 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Surabaya	1,103,960	539,419	112,199	Intl. เฉลี่ย 2,619 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Medan	937,640	458,152	93,921	Intl. เฉลี่ย 1,269 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Padang	668,863	326,821	66,998	Intl. เฉลี่ย 273 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Makassar	587,000	286,821	58,798	Intl. เฉลี่ย 1,406 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Samarinda	319,538	156,133	32,007	Intl. เฉลี่ย 527 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Palembang ^p	3,280,816	1,603,080	328,631	Intl. เฉลี่ย 193 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Pekanbaru ^q	484,000	236,493	48,481	Dom. เฉลี่ย 786 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Banjarmasin	275,174	134,456	27,564	Dom. เฉลี่ย 484 เที่ยวบิน/สัปดาห์
รวม		6,582,967	1,788,420	

^aประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:<http://www.citypopulation.de/Indonesia-CU.html>

^b 2012 Passenger Traffic (Preliminary)

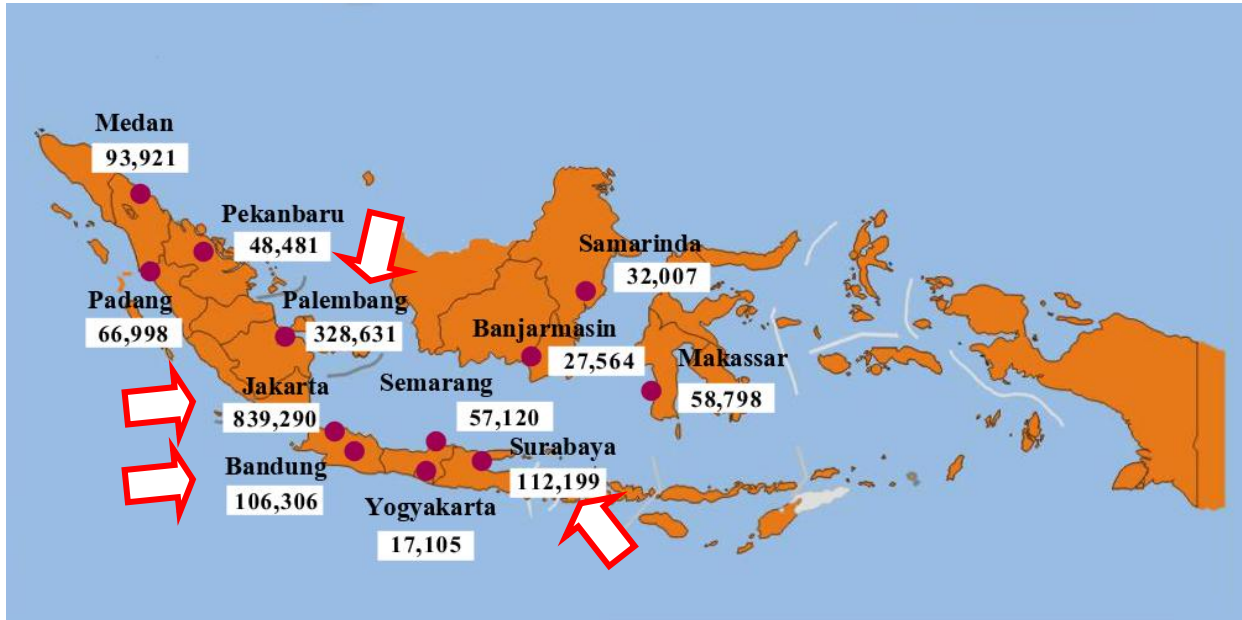
^p http://en.wikipedia.org/wiki/Sultan_Mahmud_Badaruddin_II_International_Airport

^q <http://www.angkasapura2.co.id/commercial/?CdAirport=PKU>

Intl. International Airport

Dom. Domestic Airport

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำนวนมาก(เนื่องจากประชากรในภาพรวมมีเป็นจำนวนมาก) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในบริเวณเมืองใหญ่ โดยเฉพาะในเขตเมือง Jakarta, Bandung, Surabaya, และ Palembang ซึ่งเป็นเมืองเศรษฐกิจหลักของประเทศอินโดนีเซีย



บทที่ 7 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย

7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนด้วยกันแล้ว แม้ประเทศอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีสัดส่วนคนที่เคยเดินทางต่างประเทศน้อยมาก เพียงร้อยละ 3.4 แต่เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก (ประมาณ 248 ล้านคน ในปี 2554) ซึ่งทำให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์เดินทางต่างประเทศถึง 8,531,876 คน

นอกจากนั้นหากพิจารณาภาพจำของประเทศไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียคิดถึงเป็นสิ่งแรกเมื่อกล่าวถึงประเทศไทย ภาพจำเหล่านั้นแสดงให้เห็นว่าตลาดอินโดนีเซียยังใหม่มากสำหรับประเทศไทย ซึ่งหากพิจารณาในประเด็นดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นโอกาสอันสำคัญในการขยายฐานตลาดท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมถึง “จุดเด่นที่สำคัญที่สุด” ที่ประเทศไทยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยว



ครั้งแล้วครั้งเล่า อันได้แก่ “ความมีอัธยาศัยไมตรีต่อแขกผู้มาเยือนของคนไทยส่วนใหญ่ ซึ่งช่วยสร้างเสน่ห์อย่างลึกลับต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ หลายชาติ กลับยังไม่ได้เปลี่ยนศักยภาพใดในดินแดนอินโดนีเซียเลย (รายละเอียดในบทที่ 3)

ผลการสำรวจยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางเฉลี่ย (เป็นอันดับที่ 4 เป็นรองประเทศ สิงคโปร์ บรูไน และฟิลิปปินส์) จำแนกเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก 12,204 บาท ต่อทริป อาหารเครื่องดื่ม 7,029 บาทต่อทริป มูลค่าการช้อปปิ้ง 14,277 บาทต่อทริป และค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการและบันเทิง 6,991 บาทต่อทริป ซึ่งเป็นตัวเลขค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศร่ำรวยอย่างประเทศสิงคโปร์ หรือบรูไน

ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง

	ภาพรวม	นักท่องเที่ยวทั่วไป	นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก	12,204	6,709	23,909
อาหารและเครื่องดื่ม	7,029	5,688	10,433
ค่าใช้จ่ายสำหรับการช้อปปิ้ง	14,277	12,171	19,622
ค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการและบันเทิง	6,991	5,886	9,801
รวมทั้งหมด (เฉพาะหมวดที่ระบุ)	40,501	30,453	63,764

นอกจากนั้นเมื่อหันกลับมาพิจารณาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ซึ่งพบว่าเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ตอนกลางถึงปลาย (อายุ 45 ปีขึ้นไป) ที่มีพื้นฐานทางสังคมที่ดี มีศักยภาพการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่า 2 เท่าของนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวอินโดนีเซีย (ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยกลุ่มศักยภาพสูงมากกว่า 63,764.0 บาทต่อทริป ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป เพียงกว่า 30,453.5 บาทต่อทริป)

แต่ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง นอกจากประเด็นด้านกายภาพและศักยภาพการใช้จ่ายที่แตกต่างกันแล้ว พื้นฐานทางด้านจิตวิทยาที่สะท้อนถึงทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิต ก็ยังแตกต่างกันอีกด้วย กล่าวคือ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แสวงหาการยอมรับ และเกียรติยศที่ใช้สื่อแสดงถึงความสำเร็จ ผ่านรสนิยม และไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปกลับยังต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อแสวงหาสิ่งเหล่านั้นผ่านสิ่งปรุงแต่ง และความมั่งคั่งของชีวิต ประเด็นดังกล่าวจึงสาระที่สำคัญยิ่งในการกำหนด “ธีม” การสื่อสารเพื่อ “สร้างแรงจูงใจ” อย่างเป็นผลในการกระตุ้นในให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย เลือกเดินทางมาประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น

7.1.1 บทสรุป ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียต่อประเทศไทย

Positivity Towards Thailand

- Variety / attractive tourist attractions
- Attractive activities for tourists
- Good hospitality of local people
- Value for money (shopping)
- Nightlife activities
- 77% will revisit Thailand again

ทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย และน่าสนใจ
- กิจกรรมน่าสนใจ และหลากหลาย
- กิจกรรมช้อปปิ้ง ราคาสินค้าเหมาะสม
- กิจกรรมแสงสียามค่ำคืน สร้างความแปลกใหม่
- คนไทยมีน้ำใจ และเป็นมิตร

Negativity Towards Thailand

- Safety
- Ease of communication
- Country facilities
- Not seen as luxury destination nor Gateway to other countries

ทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยไม่ดี
- การสื่อสารในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นไปด้วยความยากลำบาก
- สิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก การเดินทางยังไม่ดี (เป็นภาพลักษณ์)
- ยังไม่จัดว่าเป็นเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวที่หรูหรา (Luxury destination)
- ไม่ใช่เป้าหมายการเดินทางที่ใช้เป็นศูนย์กลางสำหรับเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปแห่งอื่นๆ
- ไม่ใช่เป้าหมายที่ใฝ่ฝันของการแต่งงาน/ฮันนีมูน หรือการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์

7.2.1 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา* สำหรับการสร้างแผนกลยุทธ์

นอกเหนือจากข้อค้นพบ และผลสรุปจากการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดนั้น การจัดเตรียมแผนกลยุทธ์ ยังต้องการข้อมูลประกอบ ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านการคิด ไตร่ตรอง และเติมแต่งด้วยประสบการณ์ ทั้งจากการเรียนรู้จากผลการศึกษารายอื่น ๆ หรือจากประสบการณ์ทางตรง ดังนี้

- นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียจำนวนมาก ยังเลือกเดินทางไปประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้กว่า (หรืออาจเป็นเพราะเดินทางสะดวกกว่า) อย่างประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย และมีการใช้จ่าย เพื่อการซื้อสินค้า ด้วยมูลค่าที่สูง
- นักท่องเที่ยวชาตินี้กำหนดแผนการเดินทางล่วงหน้าเป็นเวลานานก่อนเดินทางจริง (แตกต่างจากหลายชาติที่นักท่องเที่ยวอาเซียนหลายชาติ)
- นิยมเดินทางเป็นคณะ หลายคนในครอบครัว (บางครั้งหลายครอบครัว เดินทางพร้อมกัน)
- ลักษณะวิถีชีวิต นิยมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ภายหลังการเดินทาง ระหว่างญาติและคนใกล้ชิด ดังนั้น ข่าวสารจากการบอกเล่าจึงมีอิทธิพลสูงมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย
- ให้ความสำคัญกับการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับความเป็นมา ประวัติศาสตร์ และอารยธรรมของชาวท้องถิ่นมากกว่าแสงสียามค่ำคืน
- ศาสนามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต และให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ผ่านมาตรฐานฮาลาล
- ซ้อปิ้งเป็นกิจกรรมสำคัญของการเดินทางเสมอ
- นักท่องเที่ยวผู้รักรายชาวอินโดนีเซีย ต้องการ “เกียรติ และศักดิ์ศรี” ผ่านการดูแลที่เหมาะสมจากเจ้าบ้าน
- นิยมเดินทางไปสิงคโปร์เพื่อซ้อปิ้งสินค้าหรู แบรินด์เนม
- การรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ยังเป็นข่าวสารจากการบอกต่อ ซึ่งบางส่วนล้ำสมัยและขาดพลังในการสร้างแรงจูงใจ
- คนรักรายอินโดนีเซีย มีศักยภาพการใช้จ่ายอย่างเหลือเฟือ หากเกิดความสุข และมีกิจกรรมที่โดนใจ

* ข้อมูลประกอบบางส่วน เป็นความเห็นร่วมกันของคณะที่ปรึกษา

7.2.2 เป้าหมายกลยุทธ์ในภาพรวม

ในการวางกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย นอกจากใช้ข้อมูลต่างๆ ประกอบการพิจารณาแล้ว ยังต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ (Goals Achievement) ไว้เพื่อให้แผนดำเนินการในรายละเอียดมีความสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Focus) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- สร้างแรงจูงใจให้เกิดการ “เลือกเดินทาง” มาประเทศไทย “สักครั้งหนึ่ง” สำหรับกลุ่มที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ แล้วทำให้เกิดการเดินทางซ้ำ โดยการสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสม
- สร้างภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเป็น “ครอบครัวใหญ่”
- สร้างตัวแทนนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซียเพื่อเป็น “เมล็ดพันธุ์” สำหรับการ “บอกต่อ”
- วางตำแหน่งภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อุทิศด้วยประวัติศาสตร์ และอารยธรรม รวมถึงวัฒนธรรม ประเพณีที่หลากหลาย
- สร้างเสริม และทะนุถนอมภาพลักษณ์ด้านอาหารฮาลาลที่มีคุณภาพของไทย
- ประเทศไทยมีบริการที่เป็นเลิศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยความอบอุ่น น้ำใจ และความเป็นมิตร ต่อเพื่อนชาวอาเซียน ไม่ว่าจะเป็นศาสนาใด
- ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวระดับชั้น หูรืออย่างพร้อมพร้อม และครบถ้วน

7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

จากข้อมูลผลการวิจัย บริษัทที่ปรึกษา ได้นำเสนอกรอบหลักการกำหนดกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง) ออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่

IDEA#1: “The Thai Sensation of Prestige Festivity & Dining”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented)

กลยุทธ์ที่ 1 ดำเนินแผนงานเพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีความเป็นมืออาชีพด้านบริการ ด้วยความอบอุ่นจาก “น้ำใจ/ความเป็นมิตร” ระหว่างความหลากหลายทางกิจกรรม โดยเทศกาลของท้องถิ่น เป็นแหล่งกำเนิด “แรงจูงใจ” เบื้องต้น แล้วใช้แนวทางที่เน้นการให้เกียรติ และตระหนักถึงความแตกต่างทางศาสนา ด้วยการจัดเตรียมสถานที่ และความสะอาดด้านความเป็นอยู่ โดยเฉพาะอาหารการกิน ที่มีคุณภาพชั้นเลิศเป็นแรงจูงใจ ที่ใช้ตกแต่งความหรูหราอลังการของกิจกรรมเสริมต่างๆไว้รอต้อนรับ “แขกเมืองผู้ทรงเกียรติ” ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented) กลุ่มนี้

IDEA 1

Background:

Almost 90% of Indonesian population is Muslim and they are very religious. Hence, Food is a main constraint as most Muslim needing halal food, however, tasting local food is one of their top three favorite activities in Thailand.

Insight:

Indonesian HV travelers are very religious and traditional conservative type. They are a planner, like to have things in order and play safe.

Solution:

Ensure that halal-food will be in every destinations and they will not definitely miss a chance to taste Thai local food due to non-halal.



IDEA: “The Thai Sensation of Prestige Festivity & Dining”

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

IDEA#2: “Boundless Pleasure, Limitless Joy”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented)

กลยุทธ์ที่ 2 ดำเนินแผนงานเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียได้รับรู้ และมีโอกาสสัมผัสกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวระดับคุณภาพในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย ที่มาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหรา ในมาตรฐานชั้นเลิศระดับ 5-6 ดาว ซึ่งเป็นการเน้นแนวทางตอบสนอง “ความปรารถนาสูงสุด” ให้แก่กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented) ที่ต้องการยืนยัน “ชัยชนะ” แห่งตนให้สังคมทั้งโลกได้ตระหนักทราบ ภายใต้การวางแผน “ที่เลือกได้”

IDEA 2

Background:

Indonesian value quality product with reasonable price. Together with variety of relaxing space they can feel plenty of beach and local food.

Insight:

- Shopping, tasting Thai local food, historical sites and sea and beach are their most top five activities in Thailand.
- They are a planner, like to have things in order and play safe.

Solution:

Promote Bangkok as a gateway to the west with the complete eastern feeling from Thailand which you can't find in other countries. With the variety tourist attractions that you can visit just in Bangkok and the provinces near around. Limited time will never be the problem.



IDEA: “Boundless Pleasure, Limitless Joy”

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

IDEA#3: “Once everyone is happy, One is not enough”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream)

กลยุทธ์ที่ 3 ดำเนินแผนงานเพื่อสร้างการรับรู้ว่าประเทศไทยสามารถตอบโจทย์ “ครอบครัว” ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ที่ให้ความสำคัญสูงมากกับ “กลุ่มสังคมของตน” ภายใต้การวางแผนการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน สำหรับทุกคนในหมู่มวลชนมาชิก

IDEA 3

Background:

Indonesian is currently lack knowledge of Thailand's offering, other than just Bangkok and value shopping leading them to visit Thailand less than it should be.

Insight:

They travel in bigger group of family and friends.

Solution:

Promote variety of destinations and activities outside Bangkok especially historical sites, sea and beach, spa and wellness, entertainment and shopping which is Thailand unique tourist attractions and can cover all members needs. When every members enjoy a trip, they will want to come back to Thailand more often to find out more what else they miss last time.



IDEA: “Once everyone is happy, One is not enough”

แผนการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ (Implementation Plan)

กลยุทธ์ที่ 1. “The Thai Sensation of Prestige Festivity & Dining”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแผนการดำเนินการจำนวน 1 แผน เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่ประเทศไทยมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวศัลยกรรมสูง ที่ต้องการแสวงหาช่วงเวลาพักผ่อน พร้อมทั้งต้องการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ไปพร้อมกัน โดยแผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ#1 Exclusive Festive Dining

หลักการ	<p>ความสนใจในวิถีการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น ผสมผสานกับความกระตือรือร้นในประสบการณ์ที่จะได้รับการรับประทานอาหารฮาลาลขั้นมาตรฐานเป็นกิจกรรมดึงดูดความสนใจที่แฝงความเชื่อทางศาสนา อย่างให้เกียรติ</p> <p>Promote local festival (e.g. Songkran, Loy Krathong) to draw in more affluence travelers to witness local activities with halal food services, targeting mainly at the more religious travelers.</p> <ul style="list-style-type: none">- ข้อมูลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย กลุ่มศัลยกรรมสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้ปรับปรุง” ให้ความสำคัญสูงมากกับกฎเกณฑ์ทางศาสนา และให้ความสนใจในกิจกรรมที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต งานเทศกาลที่สะท้อนถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการเที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น ที่ไม่ขัดแย้งกับความเชื่อทางศาสนา (กลุ่มผู้ปรับปรุงให้ความนิยมเที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 75.7 กลุ่มคนธรรมดาในโลกธรรมดา ร้อยละ 70.1 ส่วนกลุ่มผู้คว่ำช้ำ ให้ความสนใจกิจกรรมในลักษณะนี้เพียงร้อยละ 60.6)
กลุ่มเป้าหมาย	<p>เป้าหมายหลัก: กลุ่มศัลยกรรมสูงชาวอินโดนีเซียมีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (782,214 ราย)</p> <p>เป้าหมายรอง: กลุ่มศัลยกรรมสูงอื่นๆ</p>
ช่วงเวลา	ม.ค.-ธ.ค. 2557
ดำเนินการ	
ขั้นตอน	<ol style="list-style-type: none">1. แสวงหาผู้ประกอบการพันธมิตรในประเทศในพื้นที่เทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลสงกรานต์ เทศกาลแห่เทียนพรรษา และเทศกาลลอยกระทง ที่มีการจัดกิจกรรมสำหรับคนท้องถิ่น มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านศาสนาอิสลามในพื้นที่ใกล้เคียง อย่างครบครัน2. แสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 5-6 ดาว ที่พร้อมอำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการที่นับถือศาสนาอิสลาม ด้วยการจัดเตรียมสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอย่างเป็นทางการเฉพาะ โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล3. ให้ข้อมูล แสดงราคาค่าใช้จ่าย และทางเลือกที่สื่อได้ถึงข้อเด่นข้อด้อยอย่างเป็นธรรม4. เนื้อหาต้องสอดแทรกสาระที่แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม

5. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารด้านสำหรับกลุ่มระดับบน ที่เหมาะสม โดยเฉพาะผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางข่าวสังคมออนไลน์ หรือนิตยสารท่องเที่ยว
6. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน แล้วนำไปปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้น จากการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงเจตจำนงเข้าร่วมโปรแกรม ในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 2. “Boundless Pleasure, Limitless Joy”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษา ขอเสนอแผนการดำเนินการจำนวน 1 แผน เพื่อสร้างหรือเพิ่มระดับการรับรู้ในความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชั้นเลิศของประเทศไทย ที่ในพื้นที่ใกล้เคียงมีความน่าสนใจจากความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ และอารยธรรมที่น่าติดตามเรียนรู้ ขณะที่อีกด้านหนึ่งของเมือง ก็พร้อมพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหรูหราที่มาพร้อมมาตรฐานชั้นเลิศ โดยแผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ #2.1 Historical Breeze

หลักการ ขยายภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวชั้นไฮคลาส ไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่มีแหล่งความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ หรืออารยธรรมที่น่าสนใจ เช่น กระบี่ สตูล (Promote Thailand Sea and Beach offerings to capture the more affluence segment. Promote historical places (outside of BKK) to tap on more affluence market)

- ข้อมูลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้คว้าชัย” ให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางทะเล (ร้อยละ 59.6 ขณะที่กลุ่มผู้ปรับปรุงกลุ่มคนธรรมดาในโลกธรรมดา และนักท่องเที่ยวทั่วไป ให้ความสำคัญกิจกรรมดังกล่าวในสัดส่วนเพียง ร้อยละ 52.3 ร้อยละ 43.4 และ ร้อยละ 44.3 ตามลำดับเท่านั้น)
- นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่มนี้ ยังให้ความสนใจการแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ (กลุ่มผู้คว้าชัย ให้ความสำคัญแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และอารยธรรม ร้อยละ 57.4 ขณะที่กลุ่มผู้ปรับปรุงกลุ่มคนธรรมดาในโลกธรรมดา และนักท่องเที่ยวทั่วไป ให้ความสำคัญกิจกรรมดังกล่าวในสัดส่วนเพียง ร้อยละ 52.3 ร้อยละ 51.5 และร้อยละ 51.8 ตามลำดับเท่านั้น)

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้คว้าชัย” (662,416 ราย) เป้าหมายรอง: กลุ่มศักยภาพสูงอื่น

ช่วงเวลา ม.ค.-ธ.ค. 2557

ดำเนินการ

ขั้นตอน 1. แสวงหาพันธมิตร ผู้ประกอบการที่พร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก บนชายหาด

- จังหวัดเป้าหมาย เน้นความหรูหรา บนความสงบ และมีความเป็นส่วนตัว
2. แสวงหาผู้เชี่ยวชาญ ที่มีชื่อเสียงระดับโลก มาวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ และความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
 3. จัดระเบียบเรียงข้อมูล อย่างเป็นระเบียบ พร้อมเครื่องมือในการสร้างการเดินทางด้วยเทคโนโลยีทันสมัย
 4. สร้างข่าวเพื่อให้เกิดความสนใจในความเป็นมา
 5. เลือกสื่อสารข่าวผ่านช่องทางที่เหมาะสม โดยเฉพาะกลุ่มบริษัททัวร์พันธมิตรระดับเกรด A สังคมออนไลน์ และนิตยสารท่องเที่ยว
 6. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตร ต่อเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 3. “Once everyone is happy, One is not enough”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแผนการดำเนินการ แนวทางเพื่อให้เกิดการรับรู้ทั่วประเทศไทยเป็นประเทศท่องเที่ยวแห่งเดียว ที่ครอบคลุมความต้องการในการพักผ่อนให้เกิดเป็นประสบการณ์ความสุขอย่างล้นเหลือ โดยเฉพาะกิจกรรมการช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า คุ้มค่า ราคา รวมถึงตอบสนองความเชื่อทางศาสนา ด้วยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในพื้นที่แห่งความสงบ ในสังคมที่แตกต่างออกไป แผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ #3.1 Shopping Family

หลักการ ส่งเสริมภาพลักษณ์การช้อปปิ้งสินค้าชั้นคุณภาพสูงของไทย ในราคาที่เป็นธรรม

(Create and Promote Thailand as a Shoppers’ heaven for luxury goods and local brands for holistic family)

- การสำรวจข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย ที่มีไลฟ์สไตล์แบบคนธรรมดาในโลกธรรมดา ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว และญาติมิตร (ร้อยละ 62.7 กับครอบครัว ร้อยละ 35.1 กับเพื่อน และร้อยละ 25.4 กับสามี/ภรรยา) ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลาย โดยเฉพาะกิจกรรมการช้อปปิ้ง (นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่มคนธรรมดาในโลกธรรมดา ให้ความสำคัญกิจกรรมนี้ในสัดส่วนร้อยละ 85.8 ขณะที่กลุ่มผู้คว่ำช้ำ และกลุ่มผู้ปรับปรุงให้ความสนใจกิจกรรมเดียวกันในสัดส่วนที่น้อยกว่า เท่ากับร้อยละ 73.4 และ 82.0)

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (944,295 ราย)
เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ

ช่วงเวลา ม.ค.-ธ.ค. 2557

ดำเนินการ

ขั้นตอน

1. แสวงหาพันธมิตร ที่เป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มเดอะมอลล์ หรือ เซ็นทรัลพัฒนา โดยเน้นตกลงพิเศษเรื่องการจัดโปรแกรม รายการโปรโมชั่นในลักษณะ สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อกระตุ้นการซื้อให้ครบถ้วนในหมู่สมาชิก
2. เลือกสรรสินค้าในโปรแกรมเฉพาะสินค้าแบรนด์เนมดีของไทย (สินค้าคุณภาพชั้นเลิศของคนไทย)
3. นำเสนอข่าวสารผ่านบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์พันธมิตร เพื่อสนับสนุนการจัดโปรแกรม เกรด A ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ
4. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสาร ที่เหมาะสม โดยเฉพาะผ่านบริษัททัวร์พันธมิตร เกรด A สังคมออนไลน์ และนิตยสารท่องเที่ยว
5. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการใน รายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

แผนดำเนินการ #3.2 Muslim in Peaceful ASEAN

หลักการ

ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นกลางทางศาสนา และมีการผสมผสานกันอย่างลงตัวของวัฒนธรรมที่แตกต่าง อย่างเป็นสุข

(Experiences peacefulness in variety of difference with respects)

- การสำรวจข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวอินโดนีเซีย ที่มีไลฟ์สไตล์แบบคนธรรมดาในโลกธรรมดา ให้ความสำคัญกับความเชื่อทางศาสนา (ค่าเฉลี่ยความเชื่อในศาสนา เท่ากับ 5.24 จากคะแนนเต็ม 6.00 ขณะที่กลุ่มผู้ปรับปรุง ผู้คว่ำชัย และนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป มีค่าเฉลี่ยในประเด็นเดียวกัน เท่ากับ 4.77, 4.78 และ 5.17 ตามลำดับเท่านั้น) และให้การยอมรับความแตกต่างของกลุ่มอื่นในสังคมที่หลากหลายได้ง่ายกว่า (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในการปรับตัวเข้ากับกลุ่มอื่น เท่ากับ 4.63 จากคะแนนเต็ม 6.00 ขณะที่กลุ่มผู้ปรับปรุง ผู้คว่ำชัย และนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป มีค่าเฉลี่ยในประเด็นเดียวกัน เท่ากับ 4.62, 4.52 และ 4.82 ตามลำดับ)

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (944,295 ราย)
เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ

ช่วงเวลา ม.ค.-ธ.ค. 2557

ดำเนินการ

ขั้นตอน

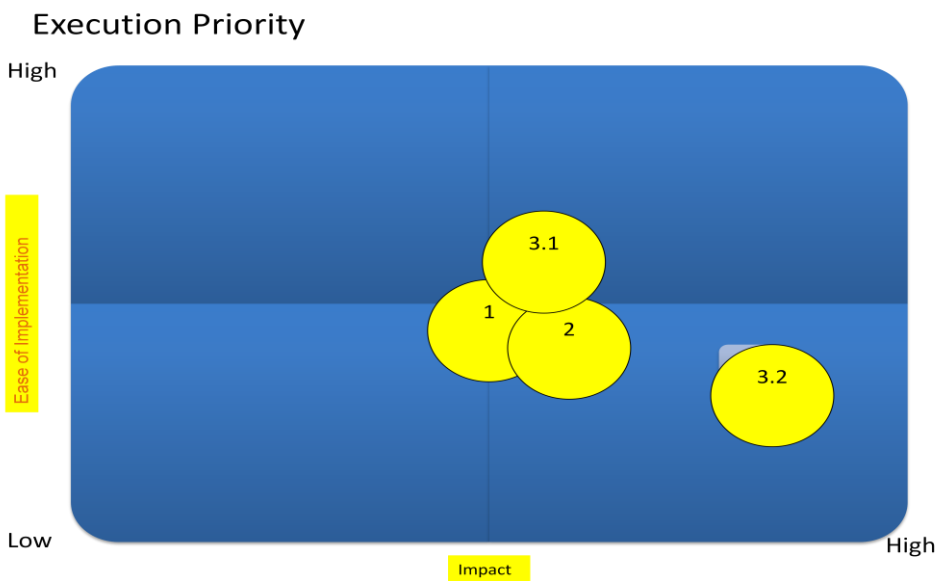
1. แสวงหาพันธมิตร ในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ที่พร้อมรับการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. นำเสนอข่าวสารผ่านบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์พันธมิตร เพื่อสนับสนุนการจัดโปรแกรมเกรด A ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ
3. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสาร ที่เหมาะสม โดยเฉพาะต่อผ่านบริษัททัวร์ พันธมิตรเกรด A ส่งคมออนไลน์ และนิตยสารท่องเที่ยว
4. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการต่อต้นทุนทั้งหมด

7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

ในการจำแนก ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในประเทศอินโดนีเซีย (จำนวน 4 แผน) สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบใน 2 มิติ ได้แก่ ความยากง่ายในการปฏิบัติ (Ease of Implementation - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) กับผลสำเร็จที่จับต้องได้ต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด (Impact - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) สามารถแสดงได้ตามแผนภูมิภาพด้านล่าง

- หมายเลข 1 แผนดำเนินการ#1 Exclusive Festive Dining
- หมายเลข 2 แผนดำเนินการ #2 Historical Breeze
- หมายเลข 3.1 แผนดำเนินการ #3.1 Shopping Family
- หมายเลข 3.2 แผนดำเนินการ #3.2 Muslim in Peaceful ASEAN



แนวทางดังกล่าว แสดงได้ชัดเจนว่าการพิจารณาเลือกแผนดำเนินการ ขึ้นอยู่ความยากง่ายของขั้นตอนดำเนินการประเด็นหนึ่ง (Ease of Implementation) กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่จับต้องได้ ภายหลังการดำเนินแผนงานอีกประเด็นหนึ่ง (Impact) การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญจึงขึ้นอยู่กับ “การจัดสรร” ทรัพยากรที่มีอยู่กับปริมาณผลคาดหวังที่ต้องจะได้เป็นสำคัญ

เห็นได้ชัดเจนว่า แผนดำเนินการ#1 Exclusive Festive Dining แผนดำเนินการ#2 Historical Breeze และแผนดำเนินการ#3.1 Shopping Family มีปริมาณผลคาดหวังสูงในระดับที่น่าสนใจ หากสามารถดำเนินการจนสำเร็จ รวมถึงขั้นตอนการดำเนินการก็ไม่ซับซ้อนนัก หากมีการวางแผนและจัดสรรงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

แต่สำหรับ แผนดำเนินการ #3.2 Muslim in Peaceful ASEAN นั้นเป็นแผนงานที่เชื่อได้ว่าสามารถส่งผลคาดหวังได้สูงมาก แต่มีความยากในการดำเนินงานมากมาย เนื่องจากปัญหาที่เกิดจากความไม่สงบทางการเมืองที่เกิดขึ้นในขณะนี้

ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	จำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา			
		1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5 ครั้ง/ปีละครั้ง	6 ครั้ง/มากกว่าปีละ 1 ครั้ง
ภาพรวม	100.0	72.7	20.5	4.4	2.4
เพศ					
ชาย	100.0	72.9	19.5	4.9	2.6
หญิง	100.0	75.4	21.4	4.0	2.2
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	72.4	21.8	3.8	2.1
25 – 34 ปี	100.0	75.4	20.0	3.4	1.1
35 – 44 ปี	100.0	76.4	16.5	4.3	2.8
45 – 54 ปี	100.0	63.3	27.5	5.8	3.3
55 – 64 ปี	100.0	70.4	19.3	6.3	4.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	57.1	42.9	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	86.4	12.6	-	1.0
\$10,000 - \$19,999	100.0	82.7	12.9	3.6	0.8
\$20,000 - \$49,999	100.0	68.7	23.8	5.4	2.1
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	38.8	43.3	7.5	10.4
อาชีพ					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	70.1	22.2	5.0	2.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	66.8	25.0	5.3	2.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	100.0	84.2	12.4	2.0	1.5
แรงงานและเกษตรกร	100.0	66.7	8.3	16.7	8.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	70.4	22.2	7.4	-
แม่บ้าน	100.0	78.5	16.5	3.8	1.3
นักเรียน	100.0	67.9	25.6	3.2	3.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	72.2	16.7	5.6	5.6
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	100.0	80.1	15.5	3.6	0.8
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	53.1	33.3	6.5	6.5

ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว			
		จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเอง หรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์	เดินทางด้วยตัวเอง แต่อาจซื้อตั๋วเดินทาง/กิจกรรมจากบริษัทบ้าง	เดินทางไปกับทัวร์ส่วนบุคคล/ทัวร์จัดเฉพาะกลุ่ม
ภาพรวม	100.0	59.3	37.3	1.0	2.4
เพศ					
ชาย	100.0	58.5	38.4	1.4	1.8
หญิง	100.0	60.1	36.2	0.6	3.0
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	65.3	31.8	-	2.9
25 – 34 ปี	100.0	56.6	41.7	0.6	1.1
35 – 44 ปี	100.0	58.3	37.0	2.8	2.0
45 – 54 ปี	100.0	60.8	31.7	1.7	5.8
55 – 64 ปี	100.0	57.8	39.0	0.4	2.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	57.1	42.9	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	58.3	36.9	1.9	2.9
\$10,000 - \$19,999	100.0	54.3	43.3	0.8	1.6
\$20,000 - \$49,999	100.0	65.9	31.1	0.6	2.4
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	56.0	36.6	2.2	5.2
อาชีพ					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	62.1	34.9	0.6	2.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	52.9	40.6	3.3	3.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	100.0	58.4	41.1	-	0.5
แรงงานและเกษตรกร	100.0	33.3	58.3	-	8.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	68.5	29.6	1.9	-
แม่บ้าน	100.0	59.5	36.1	0.6	3.8
นักเรียน	100.0	65.4	31.4	-	3.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	50.0	50.0	-	-
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	100.0	55.6	41.2	0.9	2.2
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	68.7	27.1	1.2	2.9

ตารางที่ 2.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามประเภทการจัดการการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทการจัดการการท่องเที่ยว	
	จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเอง หรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/ แพ็คเกจทัวร์
เพศ		
ชาย	47.0	48.9
หญิง	53.0	51.1
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	19.5	21.5
20-24 ปี	28.1	33.6
25-29 ปี	21.3	20.6
30-34 ปี	10.7	6.7
35-39 ปี	19.1	16.1
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	1.1	1.3
รวม		
รายได้รวมของครอบครัว	100.0	100.0
น้อยกว่า \$10,000	8.1	10.8
\$10,000 - \$19,999	38.0	56.5
\$20,000 - \$49,999	42.8	21.5
\$50,000 ขึ้นไป	11.2	11.2
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	29.1	24.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.5	23.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	15.9	21.1
แรงงานและเกษตรกร	0.9	1.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.5	4.5
แม่บ้าน	14.3	8.1
นักเรียน	12.8	13.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.0	3.1
รวม	100.0	100.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	65.4	99.6
กลุ่มศักยภาพสูง	34.6	0.4
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

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.
ภาพรวม	7.8	8.3	8.1	10.2	9.9	16.1	16.8	10.4	6.7	5.0	5.5	22.7
เพศ												
ชาย	7.2	7.9	9.0	8.3	9.7	16.4	18.7	10.9	7.6	4.0	5.8	26.4
หญิง	8.4	8.7	7.3	11.9	10.1	15.8	15.0	10.0	5.9	5.9	5.2	19.3
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	7.9	9.6	9.2	7.5	8.8	18.0	16.3	13.0	5.9	2.9	5.0	20.5
25 – 34 ปี	8.9	9.4	10.0	14.0	10.3	12.6	13.1	11.1	5.7	5.1	3.4	23.7
35 – 44 ปี	9.1	7.1	8.3	9.8	10.2	18.1	21.3	7.1	7.5	3.9	4.3	19.7
45 – 54 ปี	8.3	8.3	6.7	11.7	9.2	17.5	17.5	8.3	7.5	9.2	5.0	25.0
55 – 64 ปี	4.9	6.7	4.9	6.7	10.3	14.8	17.9	11.2	7.6	5.8	11.2	26.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	-	7.1	14.3	42.9	7.1	14.3	7.1	7.1	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	7.8	8.7	8.7	6.8	10.7	10.7	11.7	6.8	10.7	5.8	1.9	16.5
\$10,000 - \$19,999	8.9	9.3	7.6	10.5	10.1	13.9	15.9	9.7	7.0	5.0	5.8	16.5
\$20,000 - \$49,999	6.4	7.9	7.9	10.1	10.7	19.5	14.2	11.4	5.2	4.3	6.0	25.1
\$50,000 ขึ้นไป	9.0	6.0	9.7	11.9	6.0	16.4	32.8	12.7	7.5	6.7	5.2	41.8
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	8.9	7.1	10.1	9.2	8.6	19.2	18.0	11.2	4.7	6.2	6.8	25.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	8.2	8.2	8.2	11.9	10.2	13.5	18.9	9.8	9.0	3.7	4.5	28.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	6.9	9.9	7.4	12.4	8.9	16.8	14.9	8.4	8.4	4.0	4.0	19.8
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	16.7	25.0	8.3	16.7	25.0	-	8.3	8.3	8.3
บุคลากรรัฐบาล และทหาร	11.1	7.4	7.4	11.1	11.1	13.0	16.7	1.9	3.7	5.6	11.1	14.8

ตารางที่ 3 (ต่อ) ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

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.
แม่บ้าน	7.6	8.2	7.6	12.0	14.6	9.5	12.0	7.0	7.0	7.6	5.1	17.7
นักเรียน	7.1	10.3	7.1	5.1	7.1	22.4	17.9	15.4	5.8	3.2	3.8	21.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.88	8.3	2.8	5.6	11.1	8.3	16.7	19.4	8.3	2.8	8.3	16.7
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	8.4	9.4	8.4	10.8	10.0	14.1	14.8	9.0	6.4	4.5	5.7	17.7
กลุ่มศักยภาพสูง	6.3	5.7	7.1	8.6	9.8	21.1	21.7	14.0	7.4	6.3	5.1	35.4

ตารางที่ 4 ร้อยละระยะเวลาการพักในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ระยะเวลาการพักในต่างประเทศ							
		1 วัน	2-3 วัน	4-5 วัน	1 สัปดาห์	2 สัปดาห์	3 สัปดาห์	1 เดือน	มากกว่า 1 เดือน
ภาพรวม	100.0	0.4	28.3	36.1	26.3	7.4	0.8	0.7	-
เพศ									
ชาย	100.0	0.7	28.5	36.4	27.1	6.0	0.7	0.5	-
หญิง	100.0	0.2	28.2	35.8	25.5	8.7	0.9	0.8	-
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	0.4	25.1	37.7	28.9	7.5	0.4	-	-
25 – 34 ปี	100.0	0.3	30.0	35.7	24.9	7.7	0.9	0.6	-
35 – 44 ปี	100.0	0.4	32.3	34.6	26.0	5.5	0.4	0.8	-
45 – 54 ปี	100.0	-	18.3	39.2	26.7	11.7	1.7	2.5	-
55 – 64 ปี	100.0	0.9	30.9	35.4	25.1	5.8	1.3	0.4	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	14.3	28.6	35.7	21.4	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	100.0	1.0	42.7	31.1	21.4	3.9	-	-	-
\$10,000 - \$19,999	100.0	0.6	39.2	41.4	15.9	2.4	0.2	0.2	-
\$20,000 - \$49,999	100.0	0.2	19.1	35.2	34.3	9.7	0.9	0.6	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	-	9.0	23.1	40.3	20.9	3.7	3.0	-
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	0.6	24.0	34.3	28.7	9.8	0.9	1.8	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	-	31.1	37.7	24.2	6.6	0.4	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	100.0	0.5	37.1	40.6	18.3	3.0	0.5	-	-
ชาย ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	100.0	-	41.7	25.0	33.3	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	1.9	31.5	37.0	18.5	9.3	1.9	-	-
แม่บ้าน	100.0	-	27.2	32.9	28.5	8.9	1.9	0.6	-
นักเรียน	100.0	0.6	20.5	37.2	32.1	9.0	0.6	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	30.6	27.8	36.1	2.8	-	2.8	-
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	100.0	0.6	35.3	38.1	21.4	4.3	0.1	0.2	-
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	-	10.4	31.0	38.7	15.5	2.7	1.8	-

ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	บุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย						
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	กรุ๊ปทัวร์	เพื่อนร่วมงาน/บริษัท	เดินทางคนเดียว	คู่สมรส	คนรัก
ภาพรวม	49.7	34.6	26.9	18.6	17.9	4.9	1.3
เพศ							
ชาย	51.2	32.7	26.2	19.2	20.6	7.0	1.1
หญิง	48.3	36.2	27.5	18.0	15.5	3.0	1.4
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	53.6	43.9	8.4	20.1	14.6	1.3	2.5
25 – 34 ปี	42.0	36.6	28.9	21.4	20.3	7.1	2.3
35 – 44 ปี	44.1	38.6	31.9	18.1	19.3	6.3	0.4
45 – 54 ปี	48.3	29.2	36.7	12.5	20.8	5.8	-
55 – 64 ปี	63.2	21.5	33.2	16.1	14.3	3.1	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	71.4	7.1	21.4	21.4	21.4	7.1	-
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	37.9	44.7	14.6	23.3	14.6	8.7	1.0
\$10,000 - \$19,999	44.3	34.2	29.2	25.4	19.5	3.8	0.6
\$20,000 - \$49,999	54.3	34.3	25.8	10.3	16.7	3.4	2.1
\$50,000 ขึ้นไป	62.7	29.1	32.1	18.7	18.7	11.2	0.7
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	52.7	35.2	25.1	16.0	18.6	5.9	1.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	39.8	41.8	30.7	21.7	20.5	7.0	1.2
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	44.6	26.2	31.2	23.3	22.3	6.4	1.0
แรงงานและเกษตรกร	58.3	41.7	33.3	25.0	50.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	53.7	35.2	25.9	18.5	18.5	13.0	1.9
แม่บ้าน	46.8	23.4	44.3	11.4	11.4	1.3	0.6
นักเรียน	61.5	46.8	0.6	19.9	11.5	-	2.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	69.4	19.4	30.6	19.4	13.9	-	-
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	44.7	35.0	27.5	25.7	17.9	4.5	1.2
กลุ่มศักยภาพสูง	62.5	33.6	25.3	0.3	17.9	6.0	1.5

ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ข้อปิ้ง	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	ทะเลและชายหาด	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานบันเทิงยามค่ำ	พบเพื่อน/ญาติ	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมผจญภัย	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น
ภาพรวม	85.3	70.6	68.8	51.3	45.4	25.2	25.1	21.2	11.5	11.3	10.3
เพศ											
ชาย	81.7	69.0	69.0	52.6	47.5	25.2	30.1	21.1	13.4	17.1	12.3
หญิง	88.6	72.0	68.7	50.2	43.5	25.2	20.6	21.2	9.8	6.0	8.5
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	83.3	70.7	72.0	53.6	48.5	26.4	29.3	20.5	10.5	11.7	9.2
25 – 34 ปี	84.6	68.9	68.0	49.7	47.7	26.6	28.9	16.6	12.6	9.7	10.6
35 – 44 ปี	86.6	70.1	64.2	46.9	39.0	20.5	25.2	21.7	11.4	7.1	8.3
45 – 54 ปี	87.5	69.2	71.7	50.0	45.8	27.5	24.2	25.0	10.8	10.8	11.7
55 – 64 ปี	85.7	74.0	71.3	59.2	46.2	26.5	15.2	26.5	11.2	18.4	13.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	92.9	78.6	57.1	21.4	35.7	14.3	21.4	21.4	14.3	7.1	7.1
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	82.5	71.8	66.0	39.8	46.6	19.4	29.1	26.2	10.7	10.7	4.9
\$10,000 - \$19,999	88.3	69.6	73.2	52.7	45.7	27.8	24.1	20.5	11.5	10.9	11.3
\$20,000 - \$49,999	82.2	69.5	64.4	53.0	42.7	23.8	27.9	20.6	13.5	10.7	10.5
\$50,000 ขึ้นไป	87.3	76.9	70.1	49.3	53.0	24.6	15.7	21.6	5.2	14.9	10.4
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	86.4	64.8	66.6	54.4	47.0	28.7	27.5	24.3	13.0	15.1	13.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	84.0	76.2	73.4	55.7	48.0	25.0	31.1	15.2	9.4	8.6	9.8
พนักงานบริษัทเอกชน	86.1	68.8	68.3	45.0	40.1	24.3	22.3	21.8	13.4	8.9	8.9
แรงงานและเกษตรกร	100.0	100.0	66.7	50.0	41.7	-	33.3	41.7	33.3	-	16.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	87.0	72.2	53.7	42.6	44.4	14.8	20.4	16.7	14.8	16.7	16.7
แม่บ้าน	88.0	70.9	71.5	43.0	46.8	22.8	14.6	20.3	5.1	5.7	5.1
นักเรียน	80.1	71.8	70.5	57.7	46.2	29.5	28.8	22.4	11.5	14.1	7.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	83.3	77.8	66.7	50.0	36.1	13.9	11.1	27.8	16.7	13.9	11.1
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	87.0	71.1	71.7	51.8	44.3	25.9	25.7	19.9	12.3	10.0	11.0
กลุ่มศักยภาพสูง	81.1	69.3	61.7	50.1	48.4	23.3	23.6	24.5	9.4	14.5	8.6

ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)											
	ช้อปปิ้ง	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	ทะเลและชายหาด	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถาบันเท้ายามค่ำ	พบเพื่อน/ญาติ	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมผจญภัย	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น	
เพศ												
ชาย	45.3	46.3	47.5	48.8	48.8	47.4	56.8	47.2	55.1	71.9	56.5	
หญิง	54.7	53.7	52.5	51.2	51.2	52.6	43.2	52.8	44.9	28.1	43.5	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	19.4	20.0	20.8	21.5	20.6	20.9	23.3	19.3	18.1	20.7	17.7	
25 – 34 ปี	28.9	28.5	28.8	30.6	28.9	30.8	33.6	22.8	31.9	25.2	29.8	
35 – 44 ปี	21.5	21.0	19.7	18.1	19.3	17.2	21.3	21.7	21.0	13.3	16.9	
45 – 54 ปี	10.3	9.8	10.4	10.1	9.6	10.9	9.6	11.8	9.4	9.6	11.3	
55 – 64 ปี	18.7	19.5	19.2	18.8	21.2	19.5	11.3	23.2	18.1	30.4	23.4	
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.3	1.3	1.0	0.9	0.5	0.7	1.0	1.2	1.4	0.7	0.8	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	8.3	8.7	8.2	8.7	6.5	6.6	10.0	10.6	8.0	8.1	4.0	
\$10,000 - \$19,999	42.9	40.9	44.1	41.0	41.9	45.7	39.9	40.2	41.3	40.0	45.2	
\$20,000 - \$49,999	37.4	38.3	36.3	37.1	40.7	36.8	43.2	37.8	45.7	37.0	39.5	
\$50,000 ขึ้นไป	11.4	12.2	11.4	13.2	10.8	10.9	7.0	11.4	5.1	14.8	11.3	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	28.5	25.9	27.2	29.5	30.1	32.1	30.9	32.3	31.9	37.8	37.9	
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	20.0	22.0	21.7	21.5	21.7	20.2	25.2	14.6	16.7	15.6	19.4	
พนักงานบริษัทเอกชน	17.0	16.4	16.7	14.6	15.0	16.2	15.0	17.3	19.6	13.3	14.5	
พนักงานขาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	1.2	1.4	1.0	0.9	1.0	-	1.3	2.0	2.9	-	1.6	
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.6	4.6	3.5	4.3	4.0	2.6	3.7	3.5	5.8	6.7	7.3	
แม่บ้าน	13.6	13.2	13.7	13.6	10.8	11.9	7.6	12.6	5.8	6.7	6.5	
นักเรียน	12.2	13.2	13.3	13.2	14.5	15.2	15.0	13.8	13.0	16.3	9.7	
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.9	3.3	2.9	2.4	2.9	1.7	1.3	3.9	4.3	3.7	3.2	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	73.1	72.3	74.7	68.9	71.1	73.8	73.4	67.3	76.8	63.7	76.6	
กลุ่มศักยภาพสูง	26.9	27.7	25.3	31.1	28.9	26.2	26.6	32.7	23.2	36.3	23.4	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22)

ข้อมูลส่วนบุคคล	วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ	สภาพและสุขภาพ	กีฬาอื่นๆ เช่น วายาน้ำ ฯลฯ	การแพทย์/การรักษา	ท่องเที่ยว	เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ	กิจกรรมด้านเกษตร	ด้าน/ชมปะการัง	จัดงานแต่งงาน/ฮันนีมูน	เกี่ยวกับศาสนา	กอล์ฟ
ภาพรวม	7.5	6.6	5.6	5.3	3.6	3.0	2.3	2.1	1.7	1.7	0.8
เพศ											
ชาย	10.2	1.8	6.0	6.7	3.5	3.3	1.4	2.8	1.1	0.9	1.2
หญิง	5.1	10.9	5.2	4.1	3.6	2.7	3.2	1.4	2.2	2.4	0.5
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	1.3	8.8	8.4	4.2	1.7	2.9	1.3	2.9	1.3	0.8	0.4
25 – 34 ปี	6.0	6.6	5.4	2.6	4.6	1.7	1.1	2.6	2.9	1.4	0.6
35 – 44 ปี	10.2	7.5	4.7	2.8	4.3	3.1	1.6	0.8	0.8	1.2	1.2
45 – 54 ปี	15.8	8.3	4.2	5.8	5.0	3.3	4.2	2.5	3.3	4.2	0.8
55 – 64 ปี	9.0	2.7	4.9	11.7	2.7	4.9	5.4	1.8	0.4	1.8	1.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	-	-	35.7	-	-	-	-	-	7.1	-
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	2.9	4.9	4.9	4.9	2.9	1.9	1.0	1.0	-	2.9	-
\$10,000 - \$19,999	5.6	2.4	5.6	4.6	3.4	3.0	2.0	2.8	1.6	0.6	0.6
\$20,000 - \$49,999	7.9	8.8	5.6	6.0	3.2	3.4	2.8	1.3	1.9	2.1	1.1
\$50,000 ขึ้นไป	16.4	15.7	6.0	6.0	6.0	2.2	3.0	3.0	2.2	3.0	1.5
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	12.1	6.2	5.6	5.9	4.4	4.1	3.8	3.3	2.4	2.1	1.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	5.7	9.0	3.7	4.1	4.5	3.3	2.5	1.6	2.5	1.6	0.8
พนักงานบริษัทเอกชน	10.9	5.0	6.4	4.5	4.0	2.0	1.5	2.5	0.5	1.0	-
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	16.7	-	8.3	8.3	-	-	8.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	1.9	3.7	-	1.9	1.9	-	1.9	-	-	1.9
แม่บ้าน	2.5	7.6	6.3	6.3	4.4	0.6	1.9	-	3.2	0.6	-
นักเรียน	2.6	8.3	8.3	5.1	0.6	3.2	0.6	2.6	-	1.3	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.8	-	2.8	13.9	-	5.6	2.8	-	-	8.3	2.8
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	5.0	4.2	5.6	4.6	3.6	2.6	1.7	2.1	1.7	1.0	0.9
กลุ่มศักยภาพสูง	13.9	12.7	5.6	7.1	3.5	4.1	3.8	2.1	1.5	3.2	0.6

ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22)										
	สถาปัตยกรรม	วัตถุประสังค์ทาง ธุรกิจ	เยี่ยมชมเมือง/ ประเทศ	การแพทย์/การ รักษา	กีฬาอื่นๆ เช่น ว่ายน้ำ ฯลฯ	เกี่ยวกับศาสนา	ส่องเรือ	ดำน้ำ/ชม ปะการัง	การท่องเที่ยว ด้านการเกษตร	จัดงานแต่งงาน/ ฮันนีมูน	กอล์ฟ
เพศ											
ชาย	12.7	64.4	52.8	59.4	50.7	25.0	46.5	64.0	28.6	30.0	70.0
หญิง	87.3	35.6	47.2	40.6	49.3	75.0	53.5	36.0	71.4	70.0	30.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	26.6	3.3	19.4	15.6	29.9	10.0	9.3	28.0	10.7	15.0	10.0
25 – 34 ปี	29.1	23.3	16.7	14.1	28.4	25.0	37.2	36.0	14.3	50.0	20.0
35 – 44 ปี	24.1	28.9	22.2	10.9	17.9	15.0	25.6	8.0	14.3	10.0	30.0
45 – 54 ปี	12.7	21.1	11.1	10.9	7.5	25.0	14.0	12.0	17.9	20.0	10.0
55 – 64 ปี	7.6	22.2	30.6	40.6	16.4	20.0	14.0	16.0	42.9	5.0	30.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	1.1	-	7.8	-	5.0	-	-	-	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	6.3	3.3	5.6	7.8	7.5	15.0	7.0	4.0	3.6	-	-
\$10,000 - \$19,999	15.2	31.1	41.7	35.9	41.8	15.0	39.5	56.0	35.7	40.0	30.0
\$20,000 - \$49,999	51.9	41.1	44.4	43.8	38.8	50.0	34.9	24.0	46.4	45.0	50.0
\$50,000 ขึ้นไป	26.6	24.4	8.3	12.5	11.9	20.0	18.6	16.0	14.3	15.0	20.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	26.6	45.6	38.9	31.3	28.4	35.0	34.9	44.0	46.4	40.0	50.0
เฉพาะด้าน											
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	27.8	15.6	22.2	15.6	13.4	20.0	25.6	16.0	21.4	30.0	20.0
พนักงานบริษัทเอกชน	12.7	24.4	11.1	14.1	19.4	10.0	18.6	20.0	10.7	5.0	-
พนักงานขาย ธุรกิจ											
แรงงานและเกษตรกร	-	-	2.8	3.1	-	5.0	-	-	3.6	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.3	4.4	2.8	-	3.0	-	2.3	4.0	-	-	10.0
แม่บ้าน	15.2	4.4	2.8	15.6	14.9	5.0	16.3	-	10.7	25.0	-
นักเรียน	16.5	4.4	13.9	12.5	19.4	10.0	2.3	16.0	3.6	-	10.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	1.1	5.6	7.8	1.5	15.0	-	-	3.6	-	10.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	45.6	47.8	61.1	62.5	71.6	45.0	72.1	72.0	53.6	75.0	80.0
กลุ่มศักยภาพสูง	54.4	52.2	38.9	37.5	28.4	55.0	27.9	28.0	46.4	25.0	20.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Singapore	Kuala Lumpur	Bangkok	Penang	Johor buhru	Hong kong	Pattaya	Phuket	Pahang	Beijing
ภาพรวม	43.2	38.4	18.3	15.5	10.6	4.7	4.3	4.3	3.7	2.7
เพศ										
ชาย	41.7	40.0	19.7	15.3	10.9	4.2	4.9	4.4	3.9	3.0
หญิง	44.5	37.0	17.1	15.7	10.3	5.1	3.8	4.1	3.5	2.4
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	46.4	41.8	15.1	13.0	11.7	5.4	4.6	4.2	2.9	0.8
25 – 34 ปี	42.3	36.9	20.0	15.4	10.6	4.9	5.1	6.3	4.6	2.0
35 – 44 ปี	44.9	35.4	19.7	15.7	8.3	3.1	6.7	3.1	1.6	3.9
45 – 54 ปี	47.5	34.2	19.2	12.5	10.0	5.8	1.7	-	9.2	4.2
55 – 64 ปี	38.1	43.9	17.5	18.4	11.7	4.0	1.8	4.9	2.7	2.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	21.4	21.4	14.3	35.7	21.4	14.3	-	-	-	14.3
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	33.0	38.8	15.5	24.3	13.6	3.9	2.9	1.9	2.9	1.0
\$10,000- \$19,999	41.6	41.6	14.1	18.1	11.7	2.8	5.0	3.6	3.8	1.6
\$20,000 - \$49,999	46.8	35.6	21.2	11.8	9.7	3.9	3.9	5.2	3.6	3.2
\$50,000 ขึ้นไป	44.0	35.8	26.1	11.9	7.5	14.9	4.5	5.2	3.7	6.0
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	41.1	32.5	18.9	16.0	13.0	3.0	4.7	5.3	4.1	3.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	49.2	37.3	23.8	12.7	8.2	5.7	4.1	3.7	3.3	4.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน										
ชาย ธุรกิจ	40.1	43.1	17.8	18.3	12.4	4.0	3.5	4.0	4.5	2.5
แรงงานและเกษตรกร	25.0	41.7	16.7	33.3	16.7	-	16.7	8.3	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	46.3	20.4	20.4	3.7	1.9	5.6	9.3	11.1	-
แม่บ้าน	41.8	39.2	13.3	17.1	7.6	4.4	5.7	1.9	0.6	2.5

ตารางที่ 8 (ต่อ) ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Singapore	Kuala Lumpur	Bangkok	Penang	Johor buhru	Hong kong	Patta ป๊า	Phuket	Genting highland	Beijing
นักเรียน	51.9	42.3	14.7	11.5	10.3	7.7	2.6	3.2	3.8	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	27.8	41.7	13.9	11.1	16.7	11.1	2.8	5.6	-	2.8
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	40.3	39.6	15.2	17.4	11.6	3.4	4.4	4.1	3.6	2.1
กลุ่มศักยภาพสูง	50.4	35.4	26.3	10.6	8.0	8.0	4.1	4.7	3.8	4.1

ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียไปท่องเที่ยว									
	Malaysia	Singapore	Thailand	Hong kong	China	Australia	Japan	United states	Saudi Arabia	Netherland
ภาพรวม	49.0	43.2	21.6	6.5	5.6	3.1	2.4	1.7	1.3	1.3
เพศ										
ชาย	48.2	41.7	22.7	5.5	6.2	3.2	3.3	2.1	1.2	1.8
หญิง	49.7	44.5	20.6	7.4	5.1	3.0	1.6	1.3	1.4	0.8
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	50.2	46.4	18.4	8.4	3.3	4.2	0.8	2.1	1.3	2.1
25 – 34 ปี	47.1	42.3	24.0	6.6	4.0	2.0	2.6	1.1	0.6	1.1
35 – 44 ปี	47.6	44.9	24.0	4.3	6.3	2.4	2.8	1.2	2.0	0.8
45 – 54 ปี	47.5	47.5	20.0	9.2	7.5	3.3	3.3	0.8	4.2	0.8
55 – 64 ปี	52.9	38.1	19.7	4.9	8.1	4.5	2.7	3.1	0.4	1.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	21.4	14.3	14.3	14.3	-	7.1	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	63.1	33.0	16.5	5.8	1.0	-	-	-	-	-
\$10,000- \$19,999	51.7	41.4	17.5	3.4	3.4	3.2	1.4	0.2	1.0	0.2
\$20,000 - \$49,999	44.6	47.0	24.2	6.2	6.4	3.2	3.2	3.0	1.5	1.7
\$50,000 ขึ้นไป	43.3	44.0	31.3	19.4	14.2	4.5	5.2	3.7	3.0	4.5
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	44.7	41.4	22.8	3.3	7.1	3.6	3.0	1.8	1.5	1.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	46.7	49.2	25.4	8.6	7.0	3.3	3.7	1.2	0.4	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	54.0	39.6	21.8	5.4	5.0	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0
ชาย ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	58.3	25.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 9 (ต่อ) ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Malaysia	Singapore	Thailand	Hong kong	China	Australia	Japan	United states	Saudi Arabia	Netherland
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	59.3	33.3	27.8	1.9	5.6	1.9	1.9	-	1.9	-
แม่บ้าน	49.4	41.8	17.1	6.3	3.8	3.2	0.6	1.3	1.3	0.6
นักเรียน	50.6	51.9	16.7	12.2	3.2	5.8	1.3	3.2	1.9	3.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	50.0	27.8	13.9	13.9	5.6	-	5.6	5.6	-	2.8
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	51.1	40.3	18.0	4.8	4.3	2.9	2.0	0.9	1.0	0.3
กลุ่มศักยภาพสูง	43.7	50.4	30.7	10.9	8.8	3.5	3.5	3.5	2.1	3.5

ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)						ความบันเทิง และกิจกรรมใน การท่องเที่ยว อื่นๆ (บาท)	จำนวน (ราย)
	ที่พัก (บาท)	จำนวน (ราย)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	จำนวน (ราย)	การซื้อปิ้ง (บาท)	จำนวน (ราย)		
ภาพรวม	12,204.3	1061	7,028.5	1200	14,277.4	1199	6,990.8	1194
เพศ								
ชาย	13,099.4	501	7,174.3	568	14,209.5	567	7,418.7	564
หญิง	11,403.5	560	6,897.5	632	14,338.3	632	6,607.8	630
กลุ่มอายุ								
ต่ำกว่า 25 ปี	9,395.2	202	6,785.0	239	12,470.6	239	6,189.1	237
25 – 34 ปี	10,841.8	316	6,412.0	350	13,843.1	349	6,542.7	349
35 – 44 ปี	13,590.9	224	7,316.2	254	14,804.8	254	7,125.9	251
45 – 54 ปี	16,551.1	108	7,413.6	120	14,601.5	120	8,335.1	120
55 – 64 ปี	13,258.1	199	7,743.5	223	15,707.5	223	7,704.4	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	12,889.9	12	6,690.7	14	20,817.9	14	6,421.4	14
รายได้รวมของครอบครัว								
น้อยกว่า \$10,000	4,281.5	95	4,423.2	103	8,346.7	103	4,613.3	103
\$10,000 - \$19,999	5,427.2	428	4,989.6	497	10,845.8	496	5,384.4	493
\$20,000 - \$49,999	13,021.1	435	7,977.2	466	15,087.5	466	7,683.2	464
\$50,000 ขึ้นไป	44,223.6	103	13,294.6	134	28,720.8	134	12,331.1	134
อาชีพ								
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ ด้าน	16,285.5	302	7,761.4	338	16,131.9	338	7,962.2	337
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	12,448.3	214	6,845.3	244	14,661.0	244	7,349.9	241
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน ขาย ธุรกิจ	7,316.2	178	5,539.9	202	11,666.4	201	5,825.0	202
แรงงานและเกษตรกร	8,599.3	9	5,787.9	12	11,358.3	12	4,180.8	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	10,195.5	47	6,406.9	54	13,887.8	54	6,631.7	53
แม่บ้าน	12,002.9	147	7,302.3	158	14,419.2	158	6,754.1	158
นักเรียน	10,418.5	133	7,321.2	156	12,055.4	156	6,131.2	155
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	11,538.0	31	8,619.4	36	19,405.8	36	8,240.8	36
กลุ่ม								
กลุ่มทั่วไป	6,708.8	722	5,688.0	861	12,170.7	860	5,885.9	857
กลุ่มศักยภาพสูง	23,908.7	339	10,433.2	339	19,621.6	339	9,800.5	337

ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง			
	เครื่องบินปกติ	เครื่องบินเช่า	เรือเฟอร์รี่	ล่องเรือในมหาสมุทร
ภาพรวม	67.8	31.7	0.9	0.2
เพศ				
ชาย	68.0	31.7	0.7	0.4
หญิง	67.7	31.6	1.1	-
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	73.2	26.4	0.8	-
25 – 34 ปี	64.0	35.1	1.4	0.6
35 – 44 ปี	67.3	32.3	0.8	-
45 – 54 ปี	73.3	26.7	0.8	-
55 – 64 ปี	65.9	33.6	0.4	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	64.3	35.7	-	-
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	73.8	25.2	1.0	-
\$10,000 – \$19,999	63.4	36.4	0.8	0.4
\$20,000 – \$49,999	71.5	27.9	1.1	-
\$50,000 ขึ้นไป	67.2	32.1	0.7	-
อาชีพ				
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	70.7	28.4	0.9	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	65.6	34.0	0.4	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	65.3	34.7	1.0	0.5
ชาย ธุรกิจ				
แรงงานและเกษตรกร	41.7	58.3	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	75.9	24.1	-	-
แม่บ้าน	65.2	34.2	1.9	-
นักเรียน	72.4	26.9	1.3	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	58.3	41.7	0.0	-
กลุ่ม				
กลุ่มทั่วไป	66.1	33.4	1.0	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	72.3	27.1	0.6	-

ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง

ข้อมูลส่วนบุคคล	บริษัททัวร์	ข้อมูลจาก การบอกเล่า	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการ เดินทาง	สังคมออนไลน์	พอร์ทัลเว็บ / อี-บุ๊ก	นิตยสารท่องเที่ยว	ทีวี	หนังสือพิมพ์	โปสเตอร์	นิตยสารทั่วไป	บริษัททัวร์	ป้ายประกาศสถานี	หน้าเว็บไซต์	วิทยุ	สมาร์ทโฟน	แอปพลิเคชันใน โทรศัพท์มือถือ
ภาพรวม	32.6	32.3	23.2	19.3	18.3	18.0	18.0	11.3	8.8	5.6	4.2	3.3	2.5	1.5	0.6	0.5	0.3
เพศ																	
ชาย	32.9	31.5	21.0	21.7	15.8	17.8	20.8	11.6	9.3	4.2	4.0	3.3	3.0	1.2	0.7	0.7	0.4
หญิง	32.3	33.1	25.2	17.2	20.4	18.2	15.5	10.9	8.2	6.8	4.3	3.2	2.1	1.7	0.5	0.3	0.2
กลุ่มอายุ																	
ต่ำกว่า 25 ปี	26.4	34.3	23.4	18.0	24.7	23.8	16.7	11.3	6.3	5.0	4.6	2.5	0.8	0.8	0.4	0.8	-
25 – 34 ปี	35.7	32.6	18.3	21.1	2-	19.7	14.9	10.6	7.7	4.9	4.0	3.1	3.7	1.4	0.9	1.1	0.3
35 – 44 ปี	34.6	28.3	28.7	15.4	16.9	15.0	19.3	11.8	10.6	6.3	3.9	3.5	2.4	2.4	0.8	-	-
45 – 54 ปี	28.3	29.2	23.3	21.7	15.8	21.7	19.2	8.3	10.8	4.2	5.0	4.2	5.8	0.8	0.8	-	0.8
55 – 64 ปี	34.1	36.8	23.8	20.6	12.1	11.7	22.4	12.1	9.4	7.2	4.0	2.7	0.9	1.8	-	-	0.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	35.7	21.4	28.6	28.6	7.1	-	14.3	28.6	14.3	7.1	-	14.3	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว																	
น้อยกว่า \$10,000	27.2	32.0	16.5	19.4	30.1	17.5	10.7	12.6	10.7	10.7	5.8	2.9	1.9	1.9	-	-	-
\$10,000 - \$19,999	37.0	32.0	21.1	18.9	17.5	18.5	15.5	12.1	8.2	5.4	4.2	4.0	1.6	2.2	0.8	0.4	0.4
\$20,000 - \$49,999	28.5	32.6	26.0	22.1	16.7	16.3	21.9	9.2	9.2	4.9	4.9	3.2	2.1	0.9	0.4	0.6	0.2
\$50,000 ขึ้นไป	34.3	32.8	26.1	11.2	17.2	22.4	19.4	14.2	7.5	4.5	-	0.7	7.5	0.7	0.7	0.7	-
อาชีพ																	
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ ด้าน	29.0	30.8	24.0	19.8	17.2	20.1	20.1	11.2	10.9	4.1	2.7	3.8	2.7	1.5	1.2	0.6	0.3

ตารางที่ 12 (ต่อ) ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง																
	บริษัททัวร์	ข้อมูลจาก การบอกเล่า	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการ เดินทาง	สังคมออนไลน์	ฟอร์เวิร์ดเมล / อี-แมกกาซีน /อี-บุ๊ก	นิตยสารท่องเที่ยว	ทีวี	หนังสือพิมพ์	โปสเตอร์	นิตยสารทั่วไป	บริษัททัวร์	ป้ายประกาศสารคดี	หน้าเว็บไซต์	วิทยุ	สมาร์ตโฟน	แอปพลิเคชันใน โทรศัพท์มือถือ
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	37.3	28.3	22.1	16.0	20.5	18.4	19.3	9.8	7.0	5.3	3.7	4.5	4.9	1.2	1.2	0.4	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน ขาย ธุรกิจ	34.7	34.2	21.8	22.8	16.8	16.8	18.3	12.4	8.4	4.0	4.0	2.0	2.5	1.0	-	-	0.5
แรงงานและเกษตรกร	58.3	50.0	16.7	41.7	-	16.7	8.3	-	8.3	-	-	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	24.1	29.6	18.5	24.1	24.1	14.8	18.5	7.4	13.0	13.0	3.7	3.7	1.9	3.7	-	-	-
แม่บ้าน	34.8	32.3	31.6	16.5	15.2	13.9	14.6	10.8	8.2	10.1	5.1	1.9	1.3	2.5	-	0.6	0.6
นักเรียน	26.9	40.4	19.9	16.7	24.4	22.4	12.8	13.5	5.8	4.5	7.1	3.2	0.6	0.6	-	1.3	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	41.7	27.8	16.7	27.8	5.6	5.6	27.8	16.7	11.1	5.6	8.3	2.8	-	2.8	-	-	-
กลุ่ม																	
กลุ่มทั่วไป	34.3	31.4	22.5	20.2	19.3	18.5	15.6	10.7	8.5	6.0	4.9	3.4	1.5	1.9	0.7	0.6	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	28.3	34.8	24.8	17.1	15.6	16.8	24.2	12.7	9.4	4.4	2.4	2.9	5.0	0.6	0.3	0.3	0.3

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	บริษัททัวร์	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการเดินทาง	สังคมออนไลน์	ฟอร์เวิร์ดเมล / อีบุ๊ก/ อีแมกกาซีน	นิตยสารท่องเที่ยว	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	โปสเตอร์
ภาพรวม	3.1	3.1	2.2	1.8	1.7	1.7	1.7	1.0	0.8	0.5
เพศ										
ชาย	3.1	3.1	2.0	2.0	1.5	1.7	2.0	1.1	0.9	0.4
หญิง	3.2	3.1	2.4	1.6	1.9	1.7	1.5	1.0	0.8	0.6
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	3.3	2.5	2.2	1.7	2.3	2.3	1.6	1.1	0.6	0.5
25 – 34 ปี	3.1	3.4	1.7	2.0	1.9	1.9	1.4	1.0	0.7	0.5
35 – 44 ปี	2.7	3.3	2.7	1.5	1.6	1.4	1.9	1.1	1.0	0.6
45 – 54 ปี	2.8	2.7	2.2	2.0	1.5	2.1	1.8	0.8	1.0	0.4
55 – 64 ปี	3.6	3.2	2.2	1.9	1.1	1.1	2.2	1.1	0.9	0.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	2.1	3.5	2.6	2.8	0.7	-	1.3	2.6	1.4	0.6
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	3.1	2.6	1.5	1.9	2.9	1.6	1.0	1.2	1.0	1.0
\$10,000 - \$19,999	3.1	3.5	2.0	1.8	1.7	1.8	1.5	1.1	0.8	0.5
\$20,000 - \$49,999	3.2	2.7	2.4	2.1	1.6	1.5	2.1	0.8	0.9	0.5
\$50,000 ขึ้นไป	3.1	3.3	2.5	1.0	1.6	2.2	1.8	1.3	0.7	0.4
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.0	2.8	2.2	1.8	1.6	1.9	1.9	1.1	1.0	0.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.7	3.6	2.1	1.5	2.0	1.8	1.8	0.9	0.6	0.5

ตารางที่ 13 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	บริษัททัวร์	โบรชัวร์	หนังสือคู่มือการเดินทาง	สังคมออนไลน์	ฟอร์เวิร์ดเมล / อีบุ๊ก/อีแมกกาซีน	นิตยสารท่องเที่ยว	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	โปสเตอร์
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	3.3	3.3	2.0	2.2	1.6	1.6	1.7	1.1	0.8	0.4
แรงงานและเกษตรกร	4.9	5.7	1.5	3.8	-	1.7	0.8	-	0.8	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.9	2.3	1.8	2.3	2.3	1.4	1.8	0.7	1.2	1.2
แม่บ้าน	3.1	3.3	3.0	1.6	1.4	1.3	1.4	1.0	0.8	0.9
นักเรียน	3.9	2.6	1.9	1.6	2.3	2.1	1.2	1.3	0.5	0.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.7	3.9	1.7	2.7	0.5	0.5	2.6	1.6	1.0	0.5
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	3.0	3.3	2.1	1.9	1.8	1.8	1.5	1.0	0.8	0.6
กลุ่มศักยภาพสูง	3.4	2.7	2.3	1.6	1.5	1.6	2.3	1.2	0.9	0.4

ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	เป็นความรู้สีกว่าคุ้มค่า	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม	อากาศดี
ภาพรวม	79.8	59.9	58.3	52.3	50.8	46.4	44.9	39.6	34.3	26.7
เพศ										
ชาย	80.8	59.9	58.8	52.6	50.7	46.7	43.7	39.8	33.1	26.6
หญิง	79.0	60.0	57.9	51.9	50.9	46.2	46.0	39.4	35.3	26.7
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	84.1	57.7	58.6	51.9	53.1	46.4	45.2	38.9	34.7	23.0
25 – 34 ปี	82.3	63.4	60.0	54.0	48.6	46.3	42.9	36.0	35.4	26.6
35 – 44 ปี	72.4	57.1	59.1	48.8	55.1	53.1	46.1	41.3	30.3	28.7
45 – 54 ปี	75.8	59.2	60.0	57.5	48.3	45.8	45.8	43.3	32.5	28.3
55 – 64 ปี	82.1	60.5	54.3	52.0	48.4	39.5	46.6	42.2	36.3	27.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	78.6	57.1	50.0	35.7	50.0	42.9	35.7	35.7	50.0	21.4
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	66.0	55.3	60.2	45.6	54.4	50.5	39.8	43.7	33.0	35.0
\$10,000 - \$19,999	81.1	59.0	59.8	52.1	49.5	48.3	43.9	38.8	34.8	26.4

ตารางที่ 14 (ต่อ) ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	เป็นความรู้ดีกว่า	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม	อากาศดี
\$20,000 - \$49,999	79.2	61.8	56.0	54.9	48.9	42.9	46.1	42.7	35.2	25.8
\$50,000 ขึ้นไป	88.1	60.4	59.7	48.5	59.7	48.5	48.5	28.4	29.9	24.6
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	77.5	61.5	57.1	50.0	51.2	44.4	42.9	41.4	37.6	29.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	84.0	57.8	58.2	54.1	48.8	53.3	42.2	38.9	34.4	23.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	82.2	59.4	58.4	50.5	45.5	44.6	53.0	38.6	36.1	23.8
ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	75.0	66.7	58.3	33.3	75.0	41.7	41.7	58.3	-	41.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	68.5	61.1	53.7	66.7	59.3	50.0	35.2	50.0	24.1	27.8
แม่บ้าน	73.4	62.0	60.1	50.6	52.5	42.4	47.5	35.4	32.3	34.2
นักเรียน	86.5	55.1	61.5	55.1	53.2	47.4	42.3	36.5	32.1	23.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	77.8	69.4	55.6	50.0	52.8	38.9	52.8	41.7	36.1	13.9
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	80.3	60.0	57.9	50.8	49.7	48.0	43.6	40.2	34.5	27.2
กลุ่มศักยภาพสูง	78.6	59.8	59.5	56.0	53.9	42.3	48.2	38.1	33.6	25.3

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (สปีอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	การแนะนำจากเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	โปรโมชั่นแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	อาหารและเครื่องดื่ม	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	มิตรภาพของคนในท้องถิ่น	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม	สภาพอากาศที่ดี
ภาพรวม	7.0	4.8	4.7	4.2	3.9	3.8	3.5	3.1	2.7	2.0
เพศ										
ชาย	7.0	4.8	4.7	4.2	3.9	3.8	3.4	3.1	2.6	2.0
หญิง	6.9	4.9	4.6	4.1	3.9	3.9	3.6	3.1	2.7	2.0
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	7.4	4.6	4.6	4.1	3.9	4.0	3.5	3.0	2.7	1.7
25 – 34 ปี	7.2	5.2	4.9	4.3	3.9	3.6	3.2	2.7	2.7	1.9
35 – 44 ปี	6.2	4.6	4.8	3.9	4.4	4.2	3.5	3.3	2.3	2.2
45 – 54 ปี	6.6	4.8	4.7	4.6	3.9	3.6	3.5	3.4	2.5	2.0
55 – 64 ปี	7.2	4.8	4.3	4.1	3.3	3.7	3.8	3.3	2.8	2.1
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	6.6	4.1	4.3	3.2	3.5	3.9	2.9	2.7	4.3	1.6
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	5.7	4.5	5.0	3.6	4.2	4.4	3.1	3.4	2.6	2.6
\$10,000 - \$19,999	7.1	4.8	4.8	4.2	4.0	3.7	3.3	3.0	2.7	2.0
\$20,000 - \$49,999	6.9	5.0	4.5	4.4	3.6	3.6	3.7	3.3	2.7	1.9
\$50,000 ขึ้นไป	7.8	4.8	4.6	3.7	4.0	4.6	3.7	2.2	2.3	2.0
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	6.7	5.0	4.6	4.0	3.7	3.8	3.3	3.3	2.9	2.2

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

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	การแนะนำจากเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	โปรโมชั่นแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	อาหารและเครื่องดื่ม	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	มิตรภาพของคนในท้องถิ่น	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม	สภาพอากาศที่ดี
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	7.3	4.5	4.7	4.2	4.6	3.7	3.2	3.1	2.6	1.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	7.3	4.9	4.7	4.0	3.7	3.4	4.1	3.0	2.8	1.7
แรงงานและเกษตรกร	6.8	5.8	4.6	2.7	3.0	6.3	3.4	4.1	0.0	2.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	5.7	5.1	4.5	5.3	4.1	4.5	2.7	3.6	2.1	2.2
แม่บ้าน	6.4	5.0	4.8	4.1	3.4	4.1	3.7	2.8	2.4	2.6
นักเรียน	7.6	4.6	4.9	4.4	3.9	3.9	3.2	2.8	2.5	1.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	6.8	5.7	4.1	3.9	3.3	4.1	4.4	3.1	2.8	1.2
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	7.0	4.9	4.6	4.1	4.0	3.7	3.4	3.1	2.7	2.0
กลุ่มศักยภาพสูง	6.9	4.8	4.7	4.4	3.5	4.1	3.8	3.0	2.5	2.0

ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	26.5	12.9	25.7	6.8	21.5	56.5	51.1	63.6	40.5	4.7	23.3	0.1
เพศ												
ชาย	30.1	11.8	25.7	6.7	22.0	53.3	50.2	64.1	40.5	4.0	25.0	-
หญิง	23.3	13.9	25.6	7.0	21.0	59.3	51.9	63.1	40.5	5.2	21.8	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	23.0	15.5	29.7	7.5	19.2	60.3	50.6	68.2	38.9	5.9	24.3	0.4
25 – 34 ปี	26.0	13.1	26.9	5.1	18.3	58.9	52.6	60.0	44.9	4.0	21.7	-
35 – 44 ปี	29.1	13.0	24.0	6.7	19.7	55.5	49.2	64.2	42.9	5.5	22.8	-
45 – 54 ปี	30.0	16.7	25.8	6.7	32.5	59.2	45.8	65.8	39.2	4.2	26.7	-
55 – 64 ปี	26.0	8.1	20.2	9.0	25.6	49.3	54.3	61.0	32.7	4.0	23.8	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	28.6	7.1	42.9	7.1	14.3	42.9	50.0	85.7	50.0	-	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	15.5	5.8	15.5	3.9	11.7	39.8	66.0	66.0	30.1	2.9	12.6	1.0
\$10,000 - \$19,999	23.7	15.3	25.8	5.8	22.3	59.2	55.1	63.0	44.1	4.8	30.0	-
\$20,000 - \$49,999	27.5	12.4	26.2	7.9	20.4	58.6	49.4	63.3	38.4	4.5	18.2	-
\$50,000 ขึ้นไป	41.8	11.2	31.3	9.0	29.9	52.2	30.6	64.9	42.5	6.0	24.6	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	32.8	12.1	25.1	8.6	24.0	57.4	47.9	63.3	39.6	4.4	26.0	-
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	25.4	11.9	28.7	4.1	24.2	69.7	44.3	58.2	44.3	4.1	22.5	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	22.3	14.9	21.8	6.4	6.2	51.5	58.4	64.9	44.6	4.0	24.3	0.5
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	8.3	-	16.7	-	8.3	50.0	66.7	66.7	33.3	-	8.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	24.1	13.0	13.0	9.3	14.8	40.7	57.4	63.0	44.4	1.9	14.8	-
แม่บ้าน	20.9	13.9	24.7	7.6	16.5	50.6	59.5	66.5	34.8	5.1	22.2	-
นักเรียน	26.9	16.7	32.7	7.1	15.4	59.0	48.1	64.1	36.5	8.3	24.4	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	30.6	-	27.8	5.6	16.7	27.8	47.2	80.6	38.9	2.8	16.7	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	22.7	12.6	25.6	5.6	19.7	56.9	56.1	64.2	41.8	4.1	24.3	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	36.3	13.7	25.9	10.1	26.2	55.4	38.1	61.9	37.2	6.3	20.8	-

ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	24.5	16.3	31.4	8.1	19.6	52.6	46.8	54.3	41.9	6.1	22.3	0.1
เพศ												
ชาย	26.1	14.8	31.0	8.5	20.8	50.7	46.7	56.7	43.0	5.3	22.5	-
หญิง	23.1	17.6	31.8	7.8	18.5	54.3	46.8	52.1	41.0	6.8	22.0	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	23.0	18.8	34.7	10.9	20.5	54.0	48.1	51.0	37.7	8.8	26.8	0.4
25 – 34 ปี	25.1	15.7	28.6	7.1	18.3	57.1	47.7	52.9	46.0	6.3	22.3	-
35 – 44 ปี	23.6	15.0	29.1	10.2	17.7	50.8	42.5	55.9	44.1	4.7	16.5	-
45 – 54 ปี	25.0	21.7	32.5	6.7	22.5	54.2	43.3	57.5	38.3	3.3	22.5	-
55 – 64 ปี	26.5	13.9	35.4	5.4	21.1	46.2	50.2	54.3	39.5	6.3	23.3	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	14.3	-	14.3	-	21.4	35.7	50.0	85.7	42.9	-	28.6	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	11.7	7.8	24.3	3.9	14.6	39.8	56.3	59.2	39.8	2.9	13.6	-
\$10,000 - \$19,999	27.2	15.7	29.2	7.6	20.1	52.9	50.7	55.7	43.1	6.8	23.1	-
\$20,000 - \$49,999	23.2	17.2	32.4	8.6	17.6	54.9	44.4	51.9	38.4	6.0	21.0	0.2
\$50,000 ขึ้นไป	29.1	21.6	41.8	11.2	28.4	53.0	32.8	53.0	51.5	6.0	29.9	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	29.3	18.0	30.8	8.3	18.3	55.0	47.3	53.0	44.4	7.4	22.8	0.3
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	24.2	13.9	34.0	6.1	20.5	59.4	37.7	53.3	41.0	3.7	21.3	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	24.3	10.9	25.7	10.4	19.8	47.0	54.0	60.4	46.5	4.5	20.3	-
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	16.7	8.3	25.0	-	-	58.3	58.3	50.0	41.7	-	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	16.7	33.3	3.7	14.8	46.3	51.9	55.6	50.0	3.7	24.1	-
แม่บ้าน	17.1	19.0	31.0	7.6	19.6	50.0	51.9	55.7	34.8	7.0	19.0	-
นักเรียน	23.1	21.2	36.5	10.3	24.4	53.2	40.4	47.4	37.8	9.0	27.6	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	27.8	13.9	30.6	8.3	16.7	30.6	55.6	61.1	36.1	8.3	25.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	23.6	13.7	30.8	7.4	19.1	51.2	50.1	55.4	42.7	5.6	20.9	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	26.8	22.9	33.0	9.8	20.8	56.3	38.1	51.2	39.9	7.4	25.6	-

ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	27.2	14.8	29.1	8.7	22.3	54.8	45.1	53.8	42.1	7.8	24.4	0.4
เพศ												
ชาย	29.6	14.1	29.6	7.2	21.7	50.4	44.2	53.3	41.5	8.5	24.6	0.5
หญิง	25.0	15.3	28.6	10.0	22.9	58.7	45.9	54.3	42.6	7.3	24.2	0.3
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	26.8	20.5	26.4	8.8	19.7	53.1	40.6	54.4	37.2	7.1	27.6	0.8
25 – 34 ปี	25.7	13.1	29.7	9.7	20.3	58.9	46.0	53.7	50.6	8.6	22.9	0.6
35 – 44 ปี	29.9	13.0	28.3	6.7	20.9	55.1	46.5	52.0	44.1	8.3	17.7	-
45 – 54 ปี	30.0	13.3	38.3	10.8	26.7	55.0	45.8	62.5	38.3	7.5	25.0	-
55 – 64 ปี	24.7	14.3	27.4	7.6	27.8	51.1	45.7	49.3	33.2	7.6	30.9	0.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	35.7	7.1	21.4	14.3	21.4	28.6	57.1	78.6	50.0	-	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	13.6	6.8	20.4	8.7	17.5	41.7	62.1	62.1	33.0	3.9	16.5	-
\$10,000 - \$19,999	29.0	16.5	25.6	9.3	22.1	55.3	48.9	53.1	43.7	8.9	22.5	0.2
\$20,000 - \$49,999	26.2	13.7	32.8	7.3	21.0	57.3	40.6	51.9	41.2	6.4	27.0	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	34.3	17.9	35.8	11.2	31.3	53.7	33.6	56.7	46.3	11.9	28.4	1.5
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	29.3	14.2	30.8	10.1	23.1	55.3	45.0	54.4	42.6	6.8	27.2	0.6
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	27.5	13.5	29.5	9.8	22.1	64.3	38.1	46.3	46.7	13.5	21.7	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	22.8	14.4	22.8	5.4	24.3	51.0	54.0	59.4	46.5	6.4	19.8	-
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	16.7	16.7	33.3	8.3	16.7	58.3	75.0	58.3	33.3	-	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	13.0	35.2	5.6	20.4	44.4	50.0	57.4	50.0	3.7	14.8	-
แม่บ้าน	25.3	13.9	27.2	10.8	23.4	56.3	48.7	58.9	39.2	6.3	25.9	-
นักเรียน	29.5	22.4	28.2	7.1	19.9	48.7	36.5	49.4	31.4	7.1	29.5	1.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	22.2	2.8	47.2	8.3	16.7	38.9	47.2	58.3	30.6	5.6	30.6	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	25.3	13.8	25.8	9.0	21.4	53.5	49.2	55.0	42.5	7.3	22.0	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	31.8	17.3	37.5	7.7	24.7	58.0	34.5	50.9	41.1	9.2	30.7	0.9

ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการต้อนรับของคนในท้องถิ่น

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	19.2	11.2	12.8	8.0	17.3	45.2	49.0	65.1	30.8	5.2	10.2	0.4
เพศ												
ชาย	20.2	12.9	12.7	8.5	18.0	42.6	47.9	65.5	34.3	4.6	10.0	0.9
หญิง	18.2	9.7	13.0	7.6	16.8	47.5	50.0	64.7	27.7	5.7	10.3	-
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	20.5	14.2	15.5	10.9	23.0	42.7	50.6	66.1	24.3	7.1	13.4	0.4
25 – 34 ปี	20.6	13.4	13.1	5.7	14.0	46.0	48.6	66.3	38.0	6.3	10.6	0.3
35 – 44 ปี	18.5	9.1	10.6	7.5	16.5	48.8	44.1	64.2	30.3	6.3	7.5	-
45 – 54 ปี	19.2	10.8	10.8	11.7	10.8	51.7	55.8	72.5	30.8	2.5	9.2	-
55 – 64 ปี	16.1	7.6	13.5	7.2	20.6	39.9	49.3	58.3	28.3	1.8	10.3	1.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	21.4	-	7.1	7.1	21.4	28.6	57.1	78.6	14.3	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	16.5	11.7	16.5	6.8	9.7	41.7	62.1	64.1	24.3	5.8	9.7	-
\$10,000 - \$19,999	17.7	14.5	12.1	8.2	17.9	47.1	50.3	64.4	35.2	5.8	11.1	-
\$20,000 - \$49,999	20.8	7.9	14.2	7.5	17.4	44.4	45.5	63.7	28.1	4.5	9.0	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	20.9	9.7	8.2	9.7	20.9	43.3	46.3	73.1	29.1	4.5	11.2	2.2
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	17.2	13	10.9	8.6	15.1	46.7	47.6	69.2	30.5	4.7	10.9	0.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.3	9.8	12.7	5.3	15.6	52.0	44.3	61.1	36.5	4.5	7.0	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	17.3	9.9	14.4	6.4	16.8	40.1	52.5	68.3	40.1	5.0	10.4	-
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	8.3	8.3	-	-	8.3	58.3	83.3	66.7	41.7	8.3	8.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	13	7.4	20.4	20.4	40.7	55.6	64.8	33.3	3.7	16.7	-
แม่บ้าน	21.5	7.6	14.6	8.2	20.3	44.3	50.0	57.6	22.2	6.3	8.2	-
นักเรียน	23.1	16.0	16.0	10.3	21.8	44.9	49.4	64.1	20.5	7.1	14.7	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	27.8	2.8	13.9	2.8	19.4	19.4	47.2	72.2	19.4	2.8	2.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	17.1	12.2	13.3	6.9	16.1	44.1	50.8	64.7	32.3	4.9	9.8	-
กลุ่มศักยภาพสูง	24.4	8.6	11.6	10.7	20.5	47.9	44.3	66.1	27.1	6.0	11.0	1.5

ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	22.8	10.9	22.6	7.8	15.9	55.7	45.7	43.4	32.1	5.8	18.4	0.4
เพศ												
ชาย	25.9	12.5	20.6	8.6	15.1	54.0	46.3	43.3	33.1	5.5	18.5	0.7
หญิง	19.9	9.5	24.4	7.1	16.6	57.1	45.1	43.5	31.2	6.0	18.4	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	20.5	12.1	20.5	11.3	13.4	59.4	41.4	38.5	31.4	8.8	20.1	-
25 – 34 ปี	26.6	10.6	24.6	8.6	13.7	59.1	47.1	44.9	38.0	6.0	19.4	0.3
35 – 44 ปี	20.9	11.4	22.0	5.5	17.7	56.3	41.3	44.9	29.9	3.5	16.9	0.4
45 – 54 ปี	24.2	12.5	25.8	7.5	20.8	53.3	39.2	45.0	30.0	5.8	17.5	-
55 – 64 ปี	19.7	9.0	20.2	5.8	17.9	47.5	56.1	43.9	27.8	4.9	16.6	1.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	35.7	7.1	28.6	7.1	7.1	42.9	50.0	42.9	21.4	-	28.6	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	16.5	6.8	19.4	10.7	9.7	39.8	52.4	45.6	28.2	1.0	8.7	-
\$10,000 - \$19,999	21.5	12.3	20.1	8.5	16.7	56.9	52.1	46.9	34.4	7.2	18.7	-
\$20,000 - \$49,999	23.4	10.3	23.8	6.7	13.7	54.9	41.4	41.0	31.1	5.2	18.7	0.9
\$50,000 ขึ้นไป	29.9	11.2	29.9	7.5	25.4	65.7	31.3	37.3	29.9	6.0	23.9	0.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	24.6	12.7	24.0	5.3	18.3	56.8	43.8	45.6	30.8	5.6	20.7	0.6
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	23.4	8.6	22.5	7.0	18.4	64.3	40.6	41.4	37.7	3.7	16.8	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	0.8	12.4	16.8	7.9	15.3	50.5	56.9	50.0	7.6	6.4	15.3	0.5
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	8.3	16.7	25.0	16.7	-	50.0	75.0	33.3	33.3	-	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	24.1	13.0	22.2	9.3	14.8	51.9	61.1	40.7	40.7	7.4	13.0	-
แม่บ้าน	18.4	9.5	29.1	7.6	15.2	53.2	44.3	50.6	26.6	5.1	20.3	0.6
นักเรียน	25.6	11.5	22.4	12.2	12.2	56.4	36.5	29.5	23.7	9.6	21.8	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	22.2	-	13.9	13.9	5.6	30.6	47.2	36.1	22.2	2.8	11.1	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	21.2	10.3	22.3	8.4	15.9	54.6	49.4	46.5	33.8	5.7	17.7	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	26.8	12.5	23.2	6.3	16.1	58.3	36.0	35.4	27.7	6.0	20.2	0.9

ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	27.3	11.3	16.3	5.6	13.9	61.3	38.8	37.0	22.1	3.6	17.0	1.3
เพศ												
ชาย	29.2	10.7	17.1	5.6	16.2	60.9	38.6	33.5	23.1	3.3	18.5	1.6
หญิง	25.5	11.9	15.7	5.5	11.9	61.7	38.9	40.2	21.2	3.8	15.7	1.1
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	21.3	11.7	18.0	6.7	13.0	68.2	36.4	34.3	20.9	5.0	20.1	2.5
25 – 34 ปี	32.3	16.3	18.0	6.6	13.1	59.1	38.9	38.6	26.6	3.7	17.7	0.9
35 – 44 ปี	28.3	8.3	13.8	4.3	15.4	59.1	38.2	35.0	22.0	2.8	17.7	0.4
45 – 54 ปี	25.0	10.0	15.8	6.7	12.5	60.0	33.3	40.0	17.5	1.7	15.8	0.8
55 – 64 ปี	26.0	6.7	14.3	3.6	15.2	60.5	43.5	37.2	17.9	3.6	12.1	2.2
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	21.4	21.4	28.6	7.1	14.3	64.3	57.1	50.0	35.7	7.1	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	16.5	9.7	10.7	4.9	9.7	47.6	54.4	41.7	26.2	1.0	10.7	-
\$10,000 - \$19,999	28.2	14.9	18.9	6.8	14.3	63.8	41.6	37.8	24.7	2.6	18.3	0.6
\$20,000 - \$49,999	24.7	8.4	13.1	4.7	12.7	61.4	36.5	37.6	20.0	5.2	16.1	1.7
\$50,000 ขึ้นไป	41.0	9.7	22.4	4.5	20.1	62.7	23.9	28.4	16.4	3.7	20.1	3.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	29.0	9.8	18.0	3.8	18.6	58.6	38.5	37.9	21.6	4.4	16.9	1.8
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	31.1	13.5	16.0	5.7	12.7	68.0	31.6	32.4	23.0	1.6	20.1	1.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	26.2	11.9	9.4	6.9	13.4	58.4	46.0	45.0	27.7	2.0	15.8	0.5
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	41.7	16.7	25.0	8.3	8.3	66.7	66.7	75.0	41.7	8.3	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	31.5	5.6	22.2	9.3	13.0	63.0	50.0	40.7	29.6	5.6	9.3	-
แม่บ้าน	20.9	12.7	17.1	7.0	11.4	53.2	46.8	38.6	17.1	2.5	14.6	-
นักเรียน	20.5	11.5	18.6	5.8	11.5	70.5	25.0	25.6	18.6	7.1	21.2	3.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	36.1	8.3	16.7	-	5.6	50.0	47.2	38.9	8.3	2.8	5.6	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	25.3	12.5	16.8	5.9	13.7	61.5	42.4	39.5	24.0	3.0	16.6	0.9
กลุ่มศักยภาพสูง	32.1	8.3	15.2	4.8	14.6	61.0	29.5	30.7	17.3	5.1	18.2	2.4

ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับการช้อปปิ้ง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	15.9	11.5	42.9	7.3	18.1	66.0	36.3	31.2	35.5	3.3	17.1	0.5
เพศ												
ชาย	17.4	11.3	44.2	6.3	18.5	63.0	36.1	29.6	35.2	2.8	15.5	0.7
หญิง	14.6	11.7	41.8	8.2	17.7	68.7	36.4	32.6	35.8	3.8	18.5	0.3
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	15.5	11.7	36.4	9.6	16.3	69.0	33.5	33.1	32.2	4.2	21.3	0.4
25 – 34 ปี	17.7	11.1	45.4	6.3	19.4	65.7	38.6	27.4	38.0	2.3	16.6	0.6
35 – 44 ปี	14.6	11.0	45.3	5.9	15.4	70.1	34.6	27.6	32.3	3.5	13.4	0.4
45 – 54 ปี	17.5	9.2	40.0	10.0	11.7	65.8	35.8	39.2	39.2	1.7	16.7	-
55 – 64 ปี	14.8	13.9	43.0	7.2	24.7	58.3	37.2	34.1	35.9	4.9	17.5	0.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	7.1	71.4	-	14.3	71.4	42.9	42.9	50.0	-	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	7.8	8.7	35.9	6.8	11.7	55.3	52.4	36.9	30.1	4.9	11.7	-
\$10,000 - \$19,999	17.7	15.1	44.9	8.5	19.5	65.0	39.8	34.6	40.4	3.6	17.3	0.2
\$20,000 - \$49,999	14.2	8.8	40.1	6.7	19.1	67.4	32.6	27.3	32.2	3.0	17.4	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	21.6	9.7	50.7	6.0	14.2	73.1	23.1	27.6	32.8	2.2	19.4	2.2
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	17.5	9.8	44.7	7.1	7.1	67.8	34.3	25.7	30.5	3.6	17.2	0.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.0	9.4	43.4	4.9	4.9	68.0	30.7	25.8	38.9	2.9	16.4	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	18.3	15.8	45.0	10.4	10.4	65.8	44.1	39.6	41.1	4.0	18.3	-
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	8.3	8.3	66.7	-	-	66.7	50.0	5.0	58.3	-	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.1	11.1	38.9	5.6	5.6	57.4	48.1	37.0	42.6	5.6	7.4	-
แม่บ้าน	15.8	12.7	36.1	7.0	7.0	60.8	38.0	38.6	36.7	2.5	18.4	0.6
นักเรียน	14.1	14.1	38.5	9.6	9.6	68.6	29.5	32.1	28.2	2.6	18.6	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.6	2.8	58.3	5.6	5.6	61.1	47.2	27.8	36.1	5.6	16.7	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	14.9	11.8	43.5	7.4	18.3	65.6	39.2	32.5	37.8	3.4	16.0	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	18.5	10.7	41.4	7.1	17.6	67.0	28.6	27.7	29.5	3.3	19.9	1.2

ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับเล่นกอล์ฟ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	15.6	8.2	13.4	7.9	7.5	31.3	28.6	38.4	15.5	4.0	27.3	11.3
เพศ												
ชาย	17.3	8.6	15.1	8.6	8.8	31.3	30.8	36.8	16.0	2.8	25.7	9.7
หญิง	14.1	7.8	11.9	7.3	6.3	31.3	26.6	39.9	15.0	5.1	28.8	12.7
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	17.6	10.9	14.2	7.1	8.4	28.9	25.9	37.2	16.3	3.3	33.1	11.7
25 – 34 ปี	14.9	5.7	12.6	6.9	5.7	32.0	29.1	40.3	16.9	5.4	26.9	11.4
35 – 44 ปี	12.6	4.7	13.4	8.3	6.7	33.9	26.8	40.6	14.2	3.1	27.2	11.4
45 – 54 ปี	15.0	7.5	15.8	7.5	5.8	32.5	29.2	41.7	11.7	2.5	17.5	15.0
55 – 64 ปี	17.9	13.5	13.0	10.3	11.2	29.1	33.2	32.7	16.6	4.5	27.8	8.1
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	21.4	7.1	7.1	7.1	7.1	35.7	14.3	35.7	7.1	-	21.4	14.3
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	7.8	6.8	8.7	9.7	5.8	36.9	39.8	34.0	15.5	1.9	19.4	10.7
\$10,000 - \$19,999	15.1	8.0	13.7	8.2	8.7	30.8	28.0	38.0	17.5	5.0	27.2	12.7
\$20,000 - \$49,999	19.5	7.9	13.5	7.7	5.4	33.0	29.0	36.7	14.4	3.4	27.3	11.2
\$50,000 ขึ้นไป	9.7	10.4	15.7	6.0	11.9	23.1	20.9	49.3	11.9	3.7	34.3	6.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	17.2	8.6	12.7	5.0	7.4	32.8	28.4	41.1	13.9	3.3	30.5	10.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.4	4.5	11.9	9.8	6.1	32.4	25.8	31.1	12.7	3.3	29.1	12.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	16.3	9.9	11.9	11.4	7.9	29.2	30.7	44.1	17.8	4.5	20.3	9.4
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	41.7	8.3	33.3	8.3	8.3	58.3	50.0	33.3	-	16.7	41.7	8.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	9.3	13.0	18.5	5.6	9.3	29.6	35.2	40.7	22.2	3.7	16.7	9.3
แม่บ้าน	17.7	8.9	13.3	9.5	5.7	32.3	28.5	37.3	16.5	7.0	22.8	14.6
นักเรียน	16.7	9.0	14.1	5.1	8.3	27.6	25.0	34.6	18.6	3.2	35.9	11.5
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	25.0	5.6	22.2	11.1	16.7	27.8	36.1	50.0	13.9	-	19.4	5.6
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	15.0	7.4	13.1	7.8	7.4	31.1	29.9	38.8	16.3	3.9	26.6	12.6
กลุ่มศักยภาพสูง	17.0	10.1	14.3	8.3	7.7	31.8	25.3	37.5	13.4	4.2	29.2	7.7

ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	13.9	6.7	8.9	8.1	7.6	27.8	25.8	59.3	30.9	5.8	19.8	5.3
เพศ												
ชาย	16.2	6.5	9.9	8.1	7.9	28.0	25.2	57.9	32.4	6.0	19.7	4.4
หญิง	11.9	6.8	8.1	8.1	7.3	27.7	26.3	60.6	29.6	5.5	19.8	6.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	11.7	8.8	9.6	10.9	9.2	29.3	21.3	63.2	31.4	5.0	20.1	5.0
25 – 34 ปี	16.0	7.4	8.0	8.9	6.0	26.9	30.0	57.1	34.0	8.0	17.7	5.4
35 – 44 ปี	11.4	5.9	9.1	7.5	7.9	28.7	23.2	62.2	29.1	3.9	20.5	4.7
45 – 54 ปี	9.2	3.3	8.3	4.2	5.8	25.0	25.8	53.3	23.3	6.7	20.0	9.2
55 – 64 ปี	18.4	5.8	9.9	7.2	9.0	28.3	26.5	58.3	31.8	4.9	22.9	3.6
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	14.3	7.1	7.1	-	7.1	28.6	28.6	64.3	28.6	-	-	14.3
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	18.4	3.9	10.7	6.8	7.8	32.0	34.0	45.6	23.3	5.8	14.6	9.7
\$10,000 - \$19,999	14.7	8.7	8.0	9.9	8.5	28.6	30.4	62.4	31.8	6.8	20.5	3.4
\$20,000 - \$49,999	12.9	5.4	9.0	5.6	6.9	28.5	21.9	57.5	31.1	4.5	18.5	5.8
\$50,000 ขึ้นไป	11.2	6.0	10.4	11.2	6.7	19.4	15.7	64.9	32.8	6.0	25.4	7.5
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	14.5	4.4	8.6	7.1	6.5	21.9	21.9	64.5	29.3	5.6	23.1	3.6
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.3	4.1	7.0	7.4	6.1	35.7	26.2	57.8	29.1	7.0	21.7	7.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	15.8	9.9	7.9	9.9	8.4	27.2	28.7	58.4	33.7	4.5	20.8	5.0
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	41.7	-	8.3	-	-	75.0	50.0	66.7	25.0	-	25.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.8	7.4	18.5	5.6	3.7	35.2	40.7	42.6	40.7	11.1	13.0	5.6
แม่บ้าน	10.1	7.0	7.0	7.0	10.8	27.8	30.4	58.9	29.7	4.4	13.3	5.7
นักเรียน	11.5	10.9	10.9	12.2	9.0	24.4	18.6	59.0	30.8	6.4	17.9	6.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	11.1	8.3	16.7	5.6	11.1	22.2	22.2	52.8	36.1	2.8	13.9	8.3
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	14.2	7.3	8.9	8.1	7.9	27.9	29.1	58.6	31.4	6.1	19.1	5.2
กลุ่มศักยภาพสูง	13.1	5.1	8.9	8.0	6.8	27.7	17.3	61.3	29.8	4.8	21.4	5.7

ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์											
	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	28.0	7.6	15.6	7.6	26.7	73.0	43.0	22.8	15.7	4.3	18.2	0.2
เพศ												
ชาย	29.6	7.2	16.4	8.5	26.6	69.9	42.3	23.8	15.7	4.0	19.7	0.2
หญิง	26.6	7.9	14.9	6.8	26.7	75.8	43.7	21.8	15.7	4.4	16.8	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	30.5	7.9	18.4	7.5	31.8	74.5	38.5	23.8	15.9	4.6	19.2	-
25 – 34 ปี	29.1	7.4	15.4	8.6	24.6	70.9	46.0	21.7	15.1	5.1	16.3	0.6
35 – 44 ปี	22.8	7.1	14.6	5.1	24.8	74.0	39.0	21.3	16.1	2.8	15.4	-
45 – 54 ปี	31.7	9.2	14.2	6.7	24.2	80.0	43.3	19.2	15.0	1.7	14.2	-
55 – 64 ปี	26.0	7.2	15.2	9.9	26.5	69.1	46.2	26.5	17.0	5.8	24.7	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	7.1	7.1	-	50.0	85.7	64.3	28.6	-	-	28.6	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	24.3	7.8	20.4	9.7	15.5	61.2	53.4	35.9	14.6	3.9	15.5	-
\$10,000 - \$19,999	24.7	6.8	15.3	7.0	25.8	72.0	46.9	24.9	17.1	4.2	19.9	0.2
\$20,000 - \$49,999	30.0	7.3	13.3	7.7	29.0	74.2	40.6	21.2	14.8	4.5	16.5	0.2
\$50,000 ขึ้นไป	35.8	11.2	20.9	7.5	30.6	81.3	29.1	9.7	14.2	3.7	19.4	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	27.8	9.5	15.7	7.4	29.3	76.6	43.5	19.2	14.8	4.1	18.6	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	28.7	4.9	11.9	4.9	20.1	74.6	39.3	18.0	16.0	3.3	15.2	0.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	28.2	5.9	15.8	8.9	24.3	66.8	45.5	26.2	10.9	4.0	18.8	-
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	58.3	8.3	-	-	25.0	100.0	58.3	25.0	16.7	-	33.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	18.5	13.0	18.5	14.8	33.3	72.2	51.9	31.5	24.1	1.9	18.5	-
แม่บ้าน	24.1	8.9	13.3	9.5	29.1	67.7	51.9	28.5	17.1	5.7	16.5	-
นักเรียน	30.8	7.7	21.2	6.4	31.4	75.6	33.3	18.6	18.6	6.4	19.2	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	33.3	2.8	25.0	8.3	19.4	66.7	33.3	47.2	16.7	2.8	27.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	26.9	6.6	15.4	6.5	26.0	72.1	46.3	25.0	15.9	4.1	18.6	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	31.0	10.1	16.1	10.4	28.3	75.3	34.5	17.0	15.2	4.8	17.0	-

ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	21.8	9.3	16.7	7.8	15.5	37.9	43.3	68.6	32.6	5.4	12.8	0.3
เพศ												
ชาย	24.5	9.0	17.8	7.6	15.3	38.0	42.6	66.2	32.6	4.2	12.9	0.4
หญิง	19.5	9.5	15.7	8.1	15.7	37.8	43.8	70.7	32.6	6.5	12.7	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	17.6	12.1	18.4	8.8	14.6	34.3	41.4	64.9	31.4	5.4	18.0	-
25 – 34 ปี	24.9	8.0	16.0	7.1	13.7	38.3	46.3	75.1	32.0	6.3	10.9	-
35 – 44 ปี	24.8	8.7	17.3	7.5	15.7	40.6	42.5	65.7	32.7	5.5	9.1	-
45 – 54 ปี	22.5	8.3	15.8	8.3	20.8	38.3	37.5	70.0	40.0	7.5	8.3	-
55 – 64 ปี	17.0	9.9	14.8	8.5	14.3	38.6	44.4	63.7	30.5	3.1	17.5	1.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	35.7	-	28.6	-	42.9	28.6	42.9	85.7	35.7	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	14.6	8.7	16.5	5.8	11.7	35.9	56.3	67.0	20.4	2.9	5.8	-
\$10,000 - \$19,999	22.9	9.1	15.1	9.1	15.5	42.3	46.7	69.0	34.8	6.6	12.7	0.2
\$20,000 - \$49,999	20.8	8.6	17.2	7.1	16.3	34.1	39.1	66.5	30.5	4.1	13.3	0.2
\$50,000 ขึ้นไป	26.9	12.7	20.9	7.5	15.7	36.6	35.1	75.4	41.0	7.5	16.4	0.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	25.4	8.3	14.8	6.8	19.2	39.3	42.9	71.3	29.0	5.9	12.7	0.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	21.7	8.6	23.8	5.3	14.3	41.0	37.7	64.8	38.1	4.9	13.5	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	20.8	6.9	10.4	8.9	14.9	31.2	46.5	71.8	36.6	4.5	8.4	-
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	8.3	25.0	8.3	8.3	41.7	75.0	75.0	33.3	-	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	20.4	7.4	18.5	11.1	9.3	37.0	57.4	72.2	35.2	7.4	14.8	-
แม่บ้าน	20.9	8.9	14.6	11.4	13.9	45.6	44.9	69.0	30.4	6.3	11.4	0.6
นักเรียน	16.7	14.7	18.6	8.3	16.0	30.8	39.7	64.7	27.6	5.8	18.6	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	22.2	16.7	16.7	5.6	8.3	38.9	41.7	58.3	33.3	2.8	8.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	19.7	8.7	17.2	7.8	16.0	38.4	46.5	69.7	32.5	5.1	11.5	0.2
กลุ่มศักยภาพสูง	27.4	10.7	15.2	8.0	14.3	36.6	34.8	65.8	32.7	6.3	16.1	0.3

ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ											
	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	41.2	17.3	36.0	9.0	19.8	46.3	29.9	26.0	24.4	4.2	37.7	0.9
เพศ												
ชาย	42.8	17.4	36.1	8.8	21.1	45.1	30.5	25.5	25.7	3.3	36.8	0.9
หญิง	39.7	17.1	35.9	9.2	18.7	47.5	29.4	26.4	23.3	4.9	38.4	0.9
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	40.2	17.2	36.4	9.6	16.7	49.0	25.9	26.8	22.6	5.0	43.1	0.8
25 – 34 ปี	40.3	17.1	36.0	9.4	16.6	48.9	31.7	22.9	28.0	4.9	34.6	0.9
35 – 44 ปี	39.8	15.4	33.9	10.2	20.9	48.4	28.7	28.3	24.8	4.3	38.2	0.8
45 – 54 ปี	48.3	16.7	34.2	7.5	20.0	34.2	29.2	23.3	19.2	5.0	33.3	2.5
55 – 64 ปี	41.3	18.8	39.0	7.2	26.5	43.9	32.7	29.6	23.3	1.8	38.6	0.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	42.9	35.7	35.7	7.1	28.6	42.9	35.7	14.3	21.4	-	35.7	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	33.0	18.4	25.2	12.6	20.4	44.7	46.6	35.0	24.3	1.0	26.2	-
\$10,000 - \$19,999	41.2	19.5	36.8	10.1	21.7	46.9	31.4	27.8	26.6	5.2	39.2	0.4
\$20,000 - \$49,999	40.3	13.7	34.1	7.9	16.5	48.1	28.5	24.7	21.2	3.4	38.6	1.1
\$50,000 ขึ้นไป	0.5	20.1	47.8	6.0	23.9	39.6	16.4	17.2	27.6	5.2	37.3	3.0
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	44.7	20.7	35.5	7.7	21.6	45.9	28.1	24.0	22.5	5.0	39.9	1.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	46.3	12.3	34.4	11.9	19.7	47.5	19.7	22.5	26.6	3.3	38.5	0.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	39.6	18.8	37.1	8.4	23.3	50.0	37.6	31.2	30.7	4.5	31.2	1.0
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	66.7	16.7	50.0	16.7	25.0	66.7	58.3	41.7	33.3	8.3	75.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	13.0	25.9	5.6	14.8	40.7	46.3	27.8	22.2	1.9	27.8	-
แม่บ้าน	31.6	17.7	37.3	9.5	17.7	43.7	32.9	29.1	24.1	3.2	35.4	0.6
นักเรียน	45.5	17.9	37.8	9.0	14.7	44.9	25.0	20.5	17.3	5.1	45.5	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	25.0	11.1	41.7	5.6	22.2	41.7	47.2	41.7	25.0	2.8	25.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	39.8	18.5	34.5	10.0	20.3	49.0	32.9	27.9	25.0	4.3	37.3	0.7
กลุ่มศักยภาพสูง	44.6	14.0	39.9	6.5	18.8	39.6	22.3	21.1	22.9	3.9	38.7	1.5

ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันบันเทิงยามค่ำที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันบันเทิงยามค่ำที่น่าสนใจ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	13.8	12.1	37.0	14.4	13.8	38.5	28.4	23.8	54.9	8.1	12.7	0.8
เพศ												
ชาย	15.7	12.7	35.6	14.3	14.1	38.9	28.0	25.2	55.6	9.5	15.1	0.4
หญิง	12.0	11.6	38.3	14.6	13.6	38.1	28.8	22.6	54.3	6.8	10.4	1.1
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	17.2	13.0	40.2	14.6	15.1	39.3	28.0	25.1	52.7	7.5	15.1	0.8
25 – 34 ปี	14.6	14.0	36.6	12.9	14.6	38.9	30.3	26.0	62.0	9.7	12.9	0.3
35 – 44 ปี	7.1	8.3	37.0	13.8	10.2	40.2	29.9	22.8	53.1	8.3	10.6	0.8
45 – 54 ปี	11.7	12.5	37.5	18.3	13.3	40.8	20.0	17.5	50.8	9.2	6.7	3.3
55 – 64 ปี	17.5	11.7	34.1	14.3	15.7	34.5	27.8	23.3	50.7	4.9	14.8	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	14.3	21.4	35.7	28.6	14.3	28.6	42.9	28.6	50.0	14.3	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	13.6	9.7	28.2	9.7	9.7	33.0	43.7	35.9	44.7	3.9	5.8	-
\$10,000 - \$19,999	13.9	13.5	34.6	13.3	15.1	39.4	31.4	23.1	52.9	7.0	14.1	1.0
\$20,000 - \$49,999	14.2	12.2	37.8	14.2	13.5	41.2	26.0	24.7	54.9	9.0	13.7	0.6
\$50,000 ขึ้นไป	11.9	8.2	50.0	23.1	13.4	29.9	14.2	14.2	70.1	11.9	9.0	0.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	13.3	8.9	37.6	18.6	15.7	40.5	23.1	21.6	58.9	9.5	12.1	0.6
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	11.1	11.1	34.8	9.4	12.3	40.6	22.1	16.8	57.8	9.8	9.8	0.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	17.3	16.8	34.7	14.9	11.9	31.7	34.7	23.3	54.5	5.9	15.3	1.0
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	25.0	33.3	33.3	16.7	16.7	75.0	41.7	8.3	25.0	-	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.1	13.0	48.1	7.4	7.4	37.0	40.7	46.3	53.7	5.6	13.0	-
แม่บ้าน	9.5	11.4	34.8	13.3	17.1	36.1	35.4	28.5	50.6	6.3	10.1	1.3
นักเรียน	16.0	13.5	41.0	14.1	14.1	41.7	25.6	25.6	54.5	7.1	17.9	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	25.0	11.1	36.1	22.2	11.1	30.6	44.4	38.9	33.3	13.9	8.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	13.4	12.8	35.9	13.7	13.8	40.2	31.0	25.1	52.0	6.8	12.4	0.7
กลุ่มศักยภาพสูง	14.6	10.1	39.9	16.4	14.0	34.2	21.7	20.5	62.5	12.4	13.4	0.9

ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย
ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย
ภาพรวม	18.0	8.9	16.8	8.3	14.6	60.8	63.3	67.9	25.8	5.8	18.7
เพศ											
ชาย	19.2	9.2	16.9	7.2	15.5	57.6	60.6	68.3	29.6	4.2	19.4
หญิง	16.9	8.7	16.6	9.3	13.8	63.6	65.7	67.6	22.3	7.1	18.0
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	16.7	10.0	17.2	11.7	13.4	59.8	59.8	66.5	22.2	7.5	15.5
25 – 34 ปี	16.9	9.1	15.4	6.3	12.9	62.0	66.9	70.0	26.0	6.3	18.0
35 – 44 ปี	15.7	8.7	14.6	9.8	14.6	60.6	60.6	62.2	28.0	3.1	21.3
45 – 54 ปี	16.7	8.3	14.2	6.7	10.0	70.8	65.8	70.0	25.8	5.0	15.8
55 – 64 ปี	25.1	8.5	22.4	7.2	21.5	55.6	61.9	70.9	27.4	6.7	22.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	-	14.3	7.1	7.1	42.9	78.6	78.6	14.3	-	7.1
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	19.4	7.8	12.6	9.7	7.8	49.5	68.0	72.8	25.2	3.9	16.5
\$10,000 - \$19,999	17.3	9.1	14.9	9.9	13.5	62.6	63.2	68.2	27.2	6.4	14.1
\$20,000 - \$49,999	17.4	8.6	18.7	7.1	15.5	60.7	62.7	66.1	25.5	5.8	17.8
\$50,000 ขึ้นไป	21.6	10.4	20.1	6.0	20.9	62.7	61.9	69.4	21.6	4.5	40.3
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	19.2	10.7	14.8	7.7	15.1	60.7	63.0	70.4	24.3	4.7	22.8
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.4	7.4	16.4	6.1	14.8	65.6	61.5	58.6	30.7	5.3	17.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	18.8	7.4	15.3	6.9	17.8	57.9	65.8	70.3	30.2	5.4	14.9
ธุรกิจ											
แรงงานและเกษตรกร	16.7	8.3	8.3	8.3	8.3	50.0	83.3	58.3	41.7	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.8	11.1	16.7	9.3	13.0	63.0	68.5	75.9	25.9	3.7	18.5
แม่บ้าน	18.4	8.9	19.0	11.4	13.3	63.3	65.2	69.0	22.2	7.6	19.0
นักเรียน	17.9	9.0	17.9	10.9	12.8	59.0	58.3	67.9	18.6	9.0	16.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.7	8.3	33.3	11.1	8.3	41.7	61.1	80.6	22.2	2.8	22.2
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	18.1	8.0	16.3	8.4	13.2	60.1	63.8	68.9	26.6	5.4	14.5
กลุ่มศักยภาพสูง	17.9	11.3	17.9	8.0	18.2	62.5	61.9	65.5	23.5	6.5	29.5

ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคุ้มค่าของเงิน/ราคา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคุ้มค่าของเงิน/ราคา											
	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	16.7	9.2	21.0	8.8	15.8	56.7	54.3	48.9	33.5	5.5	17.6	0.2
เพศ												
ชาย	18.7	8.5	22.2	9.2	17.3	53.3	51.4	47.4	34.5	4.9	18.5	0.2
หญิง	14.9	9.8	19.9	8.5	14.6	59.7	57.0	50.3	32.6	6.0	16.8	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	14.6	10.9	20.9	10.0	15.9	54.4	49.4	46.4	33.1	7.5	18.4	-
25 – 34 ปี	19.4	8.9	22.9	9.7	14.9	58.3	56.6	48.0	40.0	5.7	17.1	0.3
35 – 44 ปี	15.0	9.4	18.9	7.5	12.2	59.8	52.4	51.2	29.1	5.1	15.0	-
45 – 54 ปี	17.5	10.0	20.0	9.2	17.5	63.3	59.2	50.0	31.7	2.5	17.5	0.8
55 – 64 ปี	16.6	7.6	21.5	8.1	20.2	51.1	56.1	49.8	29.6	4.5	20.2	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	-	14.3	-	21.4	28.6	50.0	50.0	35.7	14.3	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	18.4	6.8	14.6	9.7	8.7	45.6	63.1	61.2	23.3	4.9	12.6	-
\$10,000 - \$19,999	14.7	10.1	19.5	8.9	16.3	55.5	55.3	48.7	39.2	7.2	19.1	0.2
\$20,000 - \$49,999	17.6	7.1	22.5	8.6	14.6	57.3	51.1	47.0	32.0	3.6	17.4	-
\$50,000 ขึ้นไป	19.4	14.9	26.1	9.0	23.9	67.2	55.2	47.0	25.4	6.0	16.4	0.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	18.6	9.2	20.7	8.3	15.4	57.4	52.7	52.1	30.8	4.4	18.9	0.3
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.4	8.2	20.1	7.0	19.7	63.1	51.2	40.2	38.9	5.7	18.9	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	16.8	9.4	19.8	9.9	17.3	52.0	61.4	55.0	35.6	5.9	13.9	-
ขาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	8.3	8.3	25.0	-	-	58.3	75.0	50.0	58.3	8.3	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	18.5	-	9.3	11.1	13.0	53.7	63.0	46.3	44.4	9.3	13.0	-
แม่บ้าน	11.4	12.7	21.5	12.0	11.4	55.1	60.1	53.2	29.1	3.2	15.2	-
นักเรียน	16.7	10.9	25.6	9.6	16.0	56.4	42.9	41.7	27.6	7.1	21.2	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	22.2	5.6	30.6	2.8	13.9	44.4	55.6	61.1	30.6	8.3	19.4	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	15.7	8.2	20.8	8.3	15.5	54.4	55.8	50.1	35.6	5.4	17.5	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	19.0	11.6	21.4	10.1	16.7	62.5	50.6	45.8	28.0	5.7	17.9	0.3

ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ											
	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	13.0	7.5	14.1	7.8	16.7	59.1	53.6	40.6	21.5	6.0	12.9	0.6
เพศ												
ชาย	15.3	7.4	16.2	7.7	16.4	56.5	52.1	39.8	22.5	4.8	15.1	0.4
หญิง	10.9	7.6	12.2	7.9	16.9	61.4	54.9	41.3	20.6	7.1	10.9	0.8
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	15.9	11.3	15.9	10.5	22.6	58.2	54.0	43.5	16.7	8.8	15.1	0.4
25 – 34 ปี	12.6	7.4	11.4	7.4	11.1	64.6	55.1	40.3	26.0	5.4	12.0	0.3
35 – 44 ปี	10.6	5.5	12.6	7.9	16.5	59.8	47.2	40.6	20.9	7.1	11.8	0.8
45 – 54 ปี	10.8	9.2	17.5	4.2	20.8	61.7	50.0	36.7	20.8	3.3	8.3	0.8
55 – 64 ปี	15.2	5.4	16.6	7.6	17.0	49.8	59.6	41.3	21.5	4.5	16.6	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	7.1	7.1	14.3	50.0	57.1	21.4	7.1	-	-	14.3
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	8.7	7.8	9.7	2.9	6.8	46.6	56.3	39.8	16.5	5.8	11.7	1.0
\$10,000 - \$19,999	13.9	6.8	14.1	8.9	16.3	59.2	59.2	42.9	23.9	7.4	15.5	0.4
\$20,000 - \$49,999	12.9	7.1	14.6	7.9	16.3	58.4	50.0	38.8	19.7	4.7	11.4	0.6
\$50,000 ขึ้นไป	13.4	11.2	15.7	7.5	26.9	70.9	43.3	38.8	22.4	5.2	9.7	0.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	11.5	8.3	12.7	5.6	13.6	60.1	53.0	40.5	20.1	4.4	13.9	0.6
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.3	4.5	12.7	7.4	15.6	63.5	46.7	38.9	19.7	5.3	8.2	1.2
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	14.4	7.4	11.4	8.9	15.3	57.9	60.4	41.6	24.8	4.5	14.4	-
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	16.7	-	16.7	-	8.3	58.3	66.7	50.0	33.3	8.3	8.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	16.7	9.3	18.5	7.4	11.1	57.4	61.1	38.9	33.3	3.7	13.0	1.9
แม่บ้าน	7.6	6.3	13.9	8.9	19.0	57.6	54.4	41.8	27.2	7.6	14.6	-
นักเรียน	16.7	13.5	21.2	12.8	26.9	59.6	50.0	39.7	14.1	10.9	16.0	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	11.1	-	13.9	2.8	16.7	33.3	63.9	44.4	13.9	8.3	8.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	12.2	7.1	14.1	7.8	15.2	58.1	56.6	41.3	21.5	6.6	13.2	0.5
กลุ่มศักยภาพสูง	15.2	8.6	14.0	8.0	20.5	61.6	45.8	38.7	21.4	4.5	12.2	0.9

ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย
ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆสำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	16.7	9.2	21.0	8.8	15.8	56.7	54.3	48.9	33.5	5.5	17.6	0.2
เพศ												
ชาย	18.7	8.5	22.2	9.2	17.3	53.3	51.4	47.4	34.5	4.9	18.5	0.2
หญิง	14.9	9.8	19.9	8.5	14.6	59.7	57.0	50.3	32.6	6.0	16.8	0.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	14.6	10.9	20.9	10.0	15.9	54.4	49.4	46.4	33.1	7.5	18.4	-
25 - 34 ปี	19.4	8.9	22.9	9.7	14.9	58.3	56.6	48.0	40.0	5.7	17.1	0.3
35 - 44 ปี	15.0	9.4	18.9	7.5	12.2	59.8	52.4	51.2	29.1	5.1	15.0	-
45 - 54 ปี	17.5	10.0	20.0	9.2	17.5	63.3	59.2	50.0	31.7	2.5	17.5	0.8
55 - 64 ปี	16.6	7.6	21.5	8.1	20.2	51.1	56.1	49.8	29.6	4.5	20.2	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	-	14.3	-	21.4	28.6	50.0	50.0	35.7	14.3	21.4	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	18.4	6.8	14.6	9.7	8.7	45.6	63.1	61.2	23.3	4.9	12.6	-
\$10,000 - \$19,999	14.7	10.1	19.5	8.9	16.3	55.5	55.3	48.7	39.2	7.2	19.1	0.2
\$20,000 - \$49,999	17.6	7.1	22.5	8.6	14.6	57.3	51.1	47.0	32.0	3.6	17.4	-
\$50,000 ขึ้นไป	19.4	14.9	26.1	9.0	23.9	67.2	55.2	47.0	25.4	6.0	16.4	0.7
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	18.6	9.2	20.7	8.3	15.4	57.4	52.7	52.1	30.8	4.4	18.9	0.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.4	8.2	20.1	7.0	19.7	63.1	51.2	40.2	38.9	5.7	18.9	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	16.8	9.4	19.8	9.9	17.3	52.0	61.4	55.0	35.6	5.9	13.9	-
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	8.3	8.3	25.0	-	-	58.3	75.0	50.0	58.3	8.3	16.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	18.5	-	9.3	11.1	13.0	53.7	63.0	46.3	44.4	9.3	13.0	-
แม่บ้าน	11.4	12.7	21.5	12.0	11.4	55.1	60.1	53.2	29.1	3.2	15.2	-
นักเรียน	16.7	10.9	25.6	9.6	16.0	56.4	42.9	41.7	27.6	7.1	21.2	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	22.2	5.6	30.6	2.8	13.9	44.4	55.6	61.1	30.6	8.3	19.4	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	15.7	8.2	20.8	8.3	15.5	54.4	55.8	50.1	35.6	5.4	17.5	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	19.0	11.6	21.4	10.1	16.7	62.5	50.6	45.8	28.0	5.7	17.9	0.3

ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย								
	ทะเลและชายหาดสวยงามที่หลากหลาย	ช่างฝีมือ/ฝึกฝนช่าง	วัด/พุทธศาสนา/พระเจ้าเจดีย์	ข้อปิ้งได้คุ้มค่า/คุ้มค่า	มีกิจกรรมสถานบันเทิงยามค่ำคืน	อาหารไทย	เกย์/เพศที่ 3	การต้อนรับ/การบริการ	ไม่มีความคิดเห็น
ภาพรวม	41.3	34.8	28.5	20.8	20.4	14.7	9.4	5.5	0.3
เพศ									
ชาย	43.1	31.5	26.9	16.2	23.2	13.7	9.9	6.2	0.2
หญิง	39.6	37.7	29.9	24.8	17.9	15.5	9.0	4.9	0.5
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	40.6	33.9	25.1	22.6	20.9	9.6	14.6	7.1	0.8
25 – 34 ปี	41.7	33.4	30.0	21.4	21.7	12.0	9.4	3.1	-
35 – 44 ปี	41.3	37.8	31.1	18.1	20.5	20.5	6.7	6.7	0.8
45 – 54 ปี	46.7	35.8	35.0	22.5	19.2	13.3	4.2	4.2	-
55 – 64 ปี	38.1	33.6	23.8	19.7	18.8	18.4	10.3	6.7	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	42.9	35.7	21.4	21.4	14.3	14.3	-	7.1	-
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	37.9	39.8	27.2	20.4	14.6	20.4	2.9	4.9	-
\$10,000 - \$19,999	41.2	33.6	30.0	21.5	20.3	12.3	10.3	3.8	-
\$20,000 - \$49,999	40.1	36.3	26.4	18.7	21.5	13.9	9.2	7.5	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	47.8	29.9	31.3	25.4	21.6	21.6	11.9	5.2	1.5
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	43.5	32.8	26.6	17.8	24.0	13.9	6.5	7.1	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	43.4	30.7	27.9	20.5	20.9	16.0	10.7	4.5	0.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	39.6	34.2	30.7	24.8	17.3	16.8	8.9	5.9	-
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	33.3	58.3	16.7	25.0	33.3	16.7	-	8.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	50.0	40.7	29.6	18.5	14.8	5.6	1.9	-
แม่บ้าน	40.5	45.6	31.0	23.4	15.2	15.2	6.3	6.3	1.3
นักเรียน	44.9	28.2	24.4	17.3	23.7	8.3	18.6	3.8	0.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	33.3	33.3	30.6	16.7	8.3	25.0	13.9	2.8	-
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	42.1	34.8	28.2	21.6	19.9	13.7	8.3	5.7	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	39.0	34.5	29.2	18.5	21.7	17.3	12.2	5.1	0.9

ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ความคิดเห็นต่อประเทศไทย	ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย			
	ภาพรวม	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1 ครั้ง
ข้อป้ังคุ้มราคา/คุ้มค่า	20.8	18.5	28.2	32.6
ทะเลและชายหาด	41.3	39.4	47.2	51.2
วัด/พระเจย์ดี	28.5	28.7	28.7	23.3
อาหารไทย	14.7	12.2	20.8	37.2
ช่างเผือก/การฝีกช่าง	34.8	37.5	25.5	20.9
สถานบันเทิงยามค้าค้ิน	20.4	20.1	21.8	20.9
ความเป็นมิตร	5.5	5.5	5.6	4.7
เกย์/เพศที่สาม	9.4	9.4	10.2	7.0
ไม่มีความคิดเห็น	2.8	2.7	3.2	2.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา **	
		ไม่เคยมา	เคยมา
ภาพรวม	100.0	78.4	21.6
เพศ			
ชาย	100.0	77.3	22.7
หญิง	100.0	79.4	20.6
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	81.6	18.4
25 – 34 ปี	100.0	76.0	24.0
35 – 44 ปี	100.0	76.0	24.0
45 – 54 ปี	100.0	80.0	20.0
55 – 64 ปี	100.0	80.3	19.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	85.7	14.3
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	100.0	83.5	16.5
\$10,000 - \$19,999	100.0	82.5	17.5
\$20,000 - \$49,999	100.0	75.8	24.2
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	68.7	31.3
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	77.2	22.8
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	74.6	25.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	100.0	78.2	21.8
ธุรกิจ			
แรงงานและเกษตรกร	100.0	75.0	25.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	72.2	27.8
แม่บ้าน	100.0	82.9	17.1
นักเรียน	100.0	83.3	16.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	86.1	13.9
กลุ่ม			
กลุ่มทั่วไป	100.0	82.0	18.0
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	69.3	30.7

**หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละตามแกนแนวดิ่ง

ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย	
	ไม่เคยมา	เคยมา
เพศ		
ชาย	46.7	49.8
หญิง	53.3	50.2
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	20.7	17.0
25 – 34 ปี	28.3	32.4
35 – 44 ปี	20.5	23.6
45 – 54 ปี	10.2	9.3
55 – 64 ปี	19.0	17.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.3	0.8
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	9.1	6.6
\$10,000- \$19,999	43.6	33.6
\$20,000 - \$49,999	37.5	43.6
\$50,000 ขึ้นไป	9.8	16.2
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	27.7	29.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.3	23.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	16.8	17.0
ธุรกิจ		
แรงงานและเกษตรกร	1.0	1.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.1	5.8
แม่บ้าน	13.9	10.4
นักเรียน	13.8	10.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.3	1.9
รวม	100.0	100.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	75.0	59.8
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	40.2
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย		
	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1 ครั้ง
เพศ			
ชาย	46.7	50.0	48.8
หญิง	53.3	50.0	51.2
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	20.7	18.5	9.3
25 – 34 ปี	28.3	33.8	25.6
35 – 44 ปี	20.5	24.5	18.6
45 – 54 ปี	10.2	8.3	14.0
55 – 64 ปี	19.0	14.8	27.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.3	-	4.7
รวม	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	9.1	7.4	2.3
\$10,000- \$19,999	43.6	35.2	25.6
\$20,000 - \$49,999	37.5	43.5	44.2
\$50,000 ขึ้นไป	9.8	13.9	27.9
รวม	100.0	100.0	100.0
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	27.7	28.7	34.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.3	24.5	20.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน			
ชาย ธุรกิจ	16.8	17.1	16.3
แรงงานและเกษตรกร	1.0	0.9	2.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.1	6.0	4.7
แม่บ้าน	13.9	11.1	7.0
นักเรียน	13.8	10.6	7.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.3	0.9	7.0
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม			
กลุ่มทั่วไป	75.0	62.0	48.8
กลุ่มศักยภาพสูง	25.0	38.0	51.2
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34.3 ร้อยละความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เคยเดินทางมาประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่(จำนวนครั้ง)				
	1	2	3	5	10
ภาพรวม	83.4	11.6	3.1	1.5	0.4
เพศ					
ชาย	83.7	10.9	3.9	1.6	-
หญิง	83.1	12.3	2.3	1.5	0.8
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	90.9	9.1	-	-	-
25 – 34 ปี	86.9	8.3	3.6	1.2	-
35 – 44 ปี	86.9	6.6	1.6	3.3	1.6
45 – 54 ปี	75.0	20.8	-	4.2	-
55 – 64 ปี	72.7	20.5	6.8	-	-
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	94.1	5.9	-	-	-
\$10,000- \$19,999	87.4	8.0	1.1	2.3	1.1
\$20,000 - \$49,999	83.2	13.3	2.7	0.9	-
\$50,000 ขึ้นไป	71.4	16.7	9.5	2.4	-
อาชีพ					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ					
ด้าน	80.5	10.4	6.5	2.6	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	85.5	12.9	1.6	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน					
พนักงานขาย ธุรกิจ	84.1	11.4	-	2.3	2.3
แรงงานและเกษตรกร	66.7	33.3	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	86.7	13.3	-	-	-
แม่บ้าน	88.9	3.7	3.7	3.7	-
นักเรียน	88.5	11.5	-	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	40.0	40.0	20.0	-	-
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	86.5	9.0	2.6	1.3	0.6
กลุ่มศักยภาพสูง	78.8	15.4	3.8	1.9	-

ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า		
		ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
ภาพรวม	100.0	59.3	17.4	23.3
เพศ				
ชาย	100.0	59.7	17.3	23.1
หญิง	100.0	59.0	17.6	23.4
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	62.8	20.1	17.2
25 – 34 ปี	100.0	59.1	14.9	26.0
35 – 44 ปี	100.0	50.8	19.3	29.9
45 – 54 ปี	100.0	67.5	16.7	15.8
55 – 64 ปี	100.0	61.4	17.0	21.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	57.1	14.3	28.6
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	100.0	42.7	15.5	41.7
\$10,000 - \$19,999	100.0	54.3	18.7	27.0
\$20,000 - \$49,999	100.0	65.5	16.5	18.0
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	69.4	17.2	13.4
อาชีพ				
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	62.1	14.8	23.1
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	66.4	16.4	17.2
เสมียน/พนักงานขาย และพาณิชย์	100.0	56.9	20.8	22.3
แรงงานและเกษตรกร	100.0	58.3	8.3	33.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	66.7	11.1	22.2
แม่บ้าน	100.0	42.4	23.4	34.2
นักเรียน	100.0	63.5	16.7	19.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	44.4	19.4	36.1
กลุ่ม				
กลุ่มทั่วไป	100.0	56.6	18.1	25.3
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	66.4	15.6	18.0
ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย				
ไม่เคยมาประเทศไทย	100.0	55.4	19.9	24.8
เคยมาครั้งเดียว	100.0	71.8	9.3	19.0
เคยมามากกว่า 1 ครั้ง	100.0	83.7	4.7	11.6

ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับคำชื่นชมและคำขอบคุณถือเป็นสิ่งที่สำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.6	5.9	4.1	52.2	28.2	9.1	-	4.29	1,200
เพศ									
ชาย	0.5	5.5	4.2	53.2	27.3	9.3	-	4.29	568
หญิง	0.6	6.3	4.0	51.3	29.0	8.9	-	4.28	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.3	5.9	3.3	49.0	28.5	12.1	-	4.34	239
25 – 34 ปี	0.3	5.1	3.4	55.1	27.1	8.9	-	4.30	350
35 – 44 ปี	0.8	3.9	4.7	58.7	21.7	10.2	-	4.27	254
45 – 54 ปี	-	7.5	4.2	51.7	32.5	4.2	-	4.22	120
55 – 64 ปี	0.4	9.0	5.4	43.9	33.6	7.6	-	4.24	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	50.0	42.9	7.1	-	4.57	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	5.8	4.9	82.5	4.9	1.9	-	3.92	103
\$10,000 - \$19,999	0.2	7.2	2.8	78.1	7.4	4.2	-	3.98	497
\$20,000 - \$49,999	1.3	4.9	4.3	26.2	48.5	14.8	-	4.60	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	4.5	7.5	23.1	52.2	12.7	-	4.61	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.6	7.7	3.3	41.1	36.7	10.7	-	4.38	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.8	8.2	4.5	50.0	27.0	9.4	-	4.23	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.5	4.5	74.3	14.9	4.0	-	4.13	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	66.7	16.7	16.7	-	4.50	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	3.7	5.6	59.3	20.4	9.3	-	4.20	54
แม่บ้าน	0.6	4.4	5.7	55.1	27.8	6.3	-	4.24	158
นักเรียน	0.6	4.5	2.6	47.4	31.4	13.5	-	4.45	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	11.1	5.6	38.9	33.3	11.1	-	4.28	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.5	6.5	3.0	64.6	19.9	5.6	-	4.14	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	4.5	6.8	20.2	49.4	18.2	-	4.67	336

ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	1.6	9.3	53.8	27.8	7.3	-	4.30	1,200
เพศ									
ชาย	-	1.4	7.9	53.9	28.9	7.9	-	4.34	568
หญิง	0.2	1.7	10.6	53.8	26.9	6.8	-	4.26	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	2.5	9.6	51.9	26.8	9.2	-	4.31	239
25 – 34 ปี	0.3	1.4	8.0	56.0	27.1	7.1	-	4.30	350
35 – 44 ปี	-	1.2	8.7	58.3	24.0	7.9	-	4.29	254
45 – 54 ปี	-	0.8	12.5	45.8	35.8	5.0	-	4.32	120
55 – 64 ปี	-	0.9	9.9	52.0	30.9	6.3	-	4.32	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	14.3	50.0	14.3	7.1	-	3.86	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	3.9	15.5	75.7	3.9	1.0	-	3.83	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.8	13.5	68.4	14.5	2.8	-	4.05	497
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	5.2	39.9	41.2	12.2	-	4.58	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	3.0	3.7	31.3	49.3	11.9	-	4.61	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.1	8.3	46.2	33.4	10.1	-	4.41	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.4	1.2	7.8	51.2	32.8	6.6	-	4.34	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.5	10.4	69.3	17.3	2.5	-	4.11	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	66.7	8.3	16.7	-	4.33	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	11.1	55.6	25.9	7.4	-	4.30	54
แม่บ้าน	-	2.5	12.0	55.7	23.4	6.3	-	4.19	158
นักเรียน	-	1.9	8.3	50.0	30.1	9.6	-	4.37	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	13.9	58.3	19.4	5.6	-	4.11	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	1.4	10.6	63.9	20.6	3.5	-	4.14	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.3	2.1	6.0	28.0	46.4	17.3	-	4.70	336

ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้องคำนึงถึงสายตาของผู้อื่น
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.2	12.5	20.4	24.4	32.8	7.7	-	3.96	1,200
เพศ									
ชาย	1.8	12.0	18.7	25.0	33.5	9.2	-	4.04	568
หญิง	2.5	13.0	22.0	23.9	32.3	6.3	-	3.89	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.5	11.7	19.2	25.5	33.9	7.1	-	3.98	239
25 – 34 ปี	2.0	14.6	23.4	23.4	30.6	6.0	-	3.84	350
35 – 44 ปี	2.0	12.2	20.9	26.4	29.9	8.7	-	3.96	254
45 – 54 ปี	0.8	16.7	17.5	25.0	33.3	6.7	-	3.93	120
55 – 64 ปี	3.1	8.5	18.4	22.4	37.2	10.3	-	4.13	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	14.3	21.4	50.0	7.1	-	4.36	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	4.9	19.4	21.4	43.7	10.7	-	4.36	103
\$10,000 - \$19,999	2.0	11.3	19.3	22.1	35.2	10.1	-	4.07	497
\$20,000 - \$49,999	2.8	13.9	20.4	25.8	30.9	6.2	-	3.87	466
\$50,000 ขึ้นไป	2.2	17.9	25.4	30.6	22.4	1.5	-	3.57	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.0	13.6	22.5	22.2	31.1	7.7	-	3.88	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.6	12.7	24.2	23.0	32.8	5.7	-	3.90	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.0	11.9	18.8	26.2	33.2	7.9	-	4.00	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	16.7	16.7	58.3	8.3	-	4.58	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	20.4	13.0	24.1	37.0	5.6	-	3.94	54
แม่บ้าน	2.5	10.8	17.1	22.8	38.0	8.9	-	4.09	158
นักเรียน	2.6	12.2	17.3	30.1	30.1	7.7	-	3.96	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	5.6	25.0	30.6	22.2	16.7	-	4.19	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.0	11.0	20.4	21.5	35.8	9.4	-	4.06	864
กลุ่มศักยภาพสูง	2.7	16.4	20.5	31.8	25.3	3.3	-	3.71	336

ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	6.6	7.0	40.2	38.3	7.8	-	4.34	1,200
เพศ									
ชาย	-	6.9	7.4	41.2	36.1	8.5	-	4.32	568
หญิง	0.2	6.3	6.6	39.2	40.3	7.3	-	4.35	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	6.3	7.5	40.6	36.8	8.8	-	4.34	239
25 – 34 ปี	-	7.7	9.1	36.3	38.6	8.3	-	4.31	350
35 – 44 ปี	-	5.5	5.5	42.1	40.2	6.7	-	4.37	254
45 – 54 ปี	-	9.2	4.2	33.3	44.2	9.2	-	4.40	120
55 – 64 ปี	0.4	4.9	5.8	48.9	33.2	6.7	-	4.30	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	14.3	14.3	57.1	7.1	-	4.43	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	1.9	3.9	26.2	56.3	11.7	-	4.72	103
\$10,000 - \$19,999	-	2.6	6.0	28.0	52.5	10.9	-	4.63	497
\$20,000 - \$49,999	0.2	5.4	7.9	53.6	27.0	5.8	-	4.19	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	29.1	9.7	49.3	11.2	0.7	-	3.45	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	11.2	6.8	42.3	34.0	5.6	-	4.16	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	8.6	6.6	40.2	36.9	7.8	-	4.29	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	3.5	6.4	30.2	49.0	10.9	-	4.57	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	41.7	50.0	8.3	-	4.67	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	9.3	48.1	35.2	3.7	-	4.26	54
แม่บ้าน	0.6	2.5	5.1	42.4	39.9	9.5	-	4.47	158
นักเรียน	-	4.5	9.6	41.0	35.9	9.0	-	4.35	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	11.1	50.0	33.3	5.6	-	4.33	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	2.9	6.1	27.5	52.5	10.9	-	4.62	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.3	16.1	9.2	72.6	1.8	-	-	3.60	336

ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	0.7	4.2	25.6	49.8	19.8	-	4.84	1,200
เพศ									
ชาย	-	0.5	4.0	28.0	48.1	19.4	-	4.82	568
หญิง	-	0.8	4.3	23.4	51.3	20.3	-	4.86	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.8	4.2	25.9	51.0	18.0	-	4.81	239
25 – 34 ปี	-	0.3	5.4	24.6	47.7	22.0	-	4.86	350
35 – 44 ปี	-	0.4	3.1	24.8	53.1	18.5	-	4.86	254
45 – 54 ปี	-	2.5	2.5	21.7	51.7	21.7	-	4.88	120
55 – 64 ปี	-	0.4	4.5	30.0	46.6	18.4	-	4.78	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	21.4	50.0	28.6	-	5.07	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	2.9	24.3	46.6	26.2	-	4.96	103
\$10,000 - \$19,999	-	1.0	3.4	25.6	51.7	18.3	-	4.83	497
\$20,000 - \$49,999	-	0.4	5.2	24.7	48.5	21.2	-	4.85	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	0.7	4.5	29.9	49.3	15.7	-	4.75	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	0.3	4.7	22.8	47.9	24.3	-	4.91	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	0.8	4.1	23.8	52.9	18.4	-	4.84	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	3.5	25.7	51.5	19.3	-	4.87	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	16.7	33.3	33.3	8.3	-	4.17	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	1.9	9.3	33.3	38.9	16.7	-	4.59	54
แม่บ้าน	-	0.6	4.4	25.9	51.3	17.7	-	4.81	158
นักเรียน	-	1.3	1.3	29.5	49.4	18.6	-	4.83	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	2.8	30.6	52.8	13.9	-	4.78	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	0.6	3.4	22.8	50.0	23.3	-	4.92	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	0.9	6.3	32.7	49.1	11.0	-	4.63	336

ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	3.3	10.7	23.5	51.7	10.8	-	4.56	1,200
เพศ									
ชาย	-	1.8	10.6	24.5	52.8	10.4	-	4.60	568
หญิง	-	4.7	10.8	22.6	50.6	11.2	-	4.53	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	4.6	10.0	23.8	50.2	11.3	-	4.54	239
25 – 34 ปี	-	3.1	14.0	22.6	50.6	9.7	-	4.50	350
35 – 44 ปี	-	3.5	9.8	23.6	50.0	13.0	-	4.59	254
45 – 54 ปี	-	3.3	5.0	20.0	59.2	12.5	-	4.72	120
55 – 64 ปี	-	1.8	9.9	26.5	52.5	9.4	-	4.58	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	14.3	21.4	57.1	-	-	4.29	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	30.1	52.4	11.7	5.8	-	-	2.93	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.8	8.5	25.4	54.7	10.7	-	4.66	497
\$20,000 - \$49,999	-	0.6	4.9	24.5	56.2	13.7	-	4.77	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	1.5	6.7	22.4	59.7	9.7	-	4.69	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	1.5	12.1	18.0	57.7	10.7	-	4.64	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	3.3	7.8	25.0	51.6	12.3	-	4.62	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	4.5	7.9	27.7	51.0	8.9	-	4.52	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	16.7	25.0	33.3	25.0	-	4.67	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	14.8	24.1	48.1	9.3	-	4.44	54
แม่บ้าน	-	5.7	15.8	23.4	44.9	10.1	-	4.38	158
นักเรียน	-	4.5	7.7	26.9	48.7	12.2	-	4.56	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	13.9	25.0	52.8	8.3	-	4.56	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	4.4	12.6	22.2	50.3	10.4	-	4.50	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	0.6	5.7	26.8	55.1	11.9	-	4.72	336

ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ยากในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	1.3	5.4	25.3	51.8	16.2	-	4.76	1,200
เพศ									
ชาย	-	0.9	4.4	28.2	50.7	15.8	-	4.76	568
หญิง	-	1.7	6.3	22.6	52.8	16.5	-	4.76	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.7	4.2	27.2	50.6	16.3	-	4.76	239
25 – 34 ปี	-	1.1	4.9	23.4	54.9	15.7	-	4.79	350
35 – 44 ปี	-	1.6	5.9	22.8	49.2	20.5	-	4.81	254
45 – 54 ปี	-	0.8	5.8	24.2	54.2	15.0	-	4.77	120
55 – 64 ปี	-	0.4	6.3	30.0	51.1	12.1	-	4.68	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	14.3	14.3	35.7	21.4	-	4.36	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	3.9	5.8	26.2	50.5	13.6	-	4.64	103
\$10,000 - \$19,999	-	1.0	4.6	23.3	51.7	19.3	-	4.84	497
\$20,000 - \$49,999	-	0.9	4.7	26.6	53.4	14.4	-	4.76	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	2.2	10.4	26.9	47.8	12.7	-	4.58	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	1.5	3.3	23.7	54.4	17.2	-	4.83	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	1.2	4.9	22.1	55.3	16.4	-	4.81	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.5	5.0	27.2	50.0	17.3	-	4.79	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	16.7	8.3	41.7	33.3	-	4.92	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	1.9	9.3	31.5	48.1	9.3	-	4.54	54
แม่บ้าน	-	1.9	8.9	21.5	52.5	15.2	-	4.70	158
นักเรียน	-	1.9	5.1	31.4	47.4	14.1	-	4.67	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	8.3	36.1	38.9	16.7	-	4.64	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	1.4	4.7	22.9	52.1	18.9	-	4.82	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.2	7.1	31.3	51.2	9.2	-	4.60	336

ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบางครั้งที่มีการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมาย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	9.4	24.8	13.8	23.4	23.2	5.4	-	3.42	1,200
เพศ									
ชาย	8.6	23.2	12.9	25.0	24.5	5.8	-	3.51	568
หญิง	10.1	26.3	14.6	22.0	22.0	5.1	-	3.35	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	11.3	23.4	10.5	27.6	23.0	4.2	-	3.40	239
25 – 34 ปี	10.0	21.4	17.1	22.0	24.3	5.1	-	3.45	350
35 – 44 ปี	5.5	24.4	17.7	24.0	21.3	7.1	-	3.52	254
45 – 54 ปี	11.7	30.0	11.7	19.2	24.2	3.3	-	3.24	120
55 – 64 ปี	9.4	29.1	9.0	23.8	22.0	6.7	-	3.40	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	14.3	28.6	7.1	7.1	42.9	-	-	3.36	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.9	20.4	12.6	28.2	29.1	6.8	-	3.81	103
\$10,000 - \$19,999	8.0	21.7	11.9	23.9	27.0	7.4	-	3.62	497
\$20,000 - \$49,999	10.3	27.3	14.4	23.0	20.8	4.3	-	3.30	466
\$50,000 ขึ้นไป	16.4	31.3	19.4	19.4	12.7	0.7	-	2.83	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	8.0	29.3	14.5	20.7	21.3	6.2	-	3.37	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	11.5	20.9	17.2	25.0	19.3	6.1	-	3.38	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	7.9	27.7	11.9	20.3	27.2	5.0	-	3.46	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	8.3	25.0	58.3	-	-	4.33	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.1	18.5	14.8	29.6	22.2	3.7	-	3.44	54
แม่บ้าน	7.6	21.5	11.4	22.8	29.1	7.6	-	3.67	158
นักเรียน	12.2	23.1	10.9	28.8	22.4	2.6	-	3.34	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	13.9	30.6	16.7	25.0	11.1	2.8	-	2.97	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	8.7	21.8	11.8	23.3	27.1	7.4	-	3.61	864
กลุ่มศักยภาพสูง	11.3	32.7	18.8	23.8	13.1	0.3	-	2.96	336

ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัดเสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	5.5	19.7	19.2	24.3	27.3	4.2	-	3.61	1,200
เพศ									
ชาย	5.8	18.7	19.7	24.1	28.3	3.3	-	3.61	568
หญิง	5.2	20.6	18.7	24.4	26.3	4.9	-	3.61	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	7.1	16.3	14.2	29.7	27.6	5.0	-	3.69	239
25 - 34 ปี	4.6	17.1	22.0	25.1	26.9	4.3	-	3.65	350
35 - 44 ปี	3.5	19.3	22.0	24.8	26.0	4.3	-	3.63	254
45 - 54 ปี	4.2	28.3	20.8	16.7	28.3	1.7	-	3.42	120
55 - 64 ปี	7.6	22.4	16.6	21.1	27.8	4.5	-	3.52	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	14.3	28.6	7.1	14.3	35.7	-	-	3.29	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.9	13.6	19.4	22.3	36.9	5.8	-	3.96	103
\$10,000 - \$19,999	4.4	16.9	16.5	23.9	33.2	5.0	-	3.80	497
\$20,000 - \$49,999	6.9	22.7	19.1	25.5	21.9	3.9	-	3.44	466
\$50,000 ขึ้นไป	7.5	23.9	29.1	22.4	16.4	0.7	-	3.19	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	6.5	23.7	20.4	19.8	25.7	3.8	-	3.46	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.5	19.7	22.1	23.0	29.9	2.9	-	3.67	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	5.4	15.3	19.8	26.7	27.2	5.4	-	3.71	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	16.7	50.0	16.7	8.3	-	4.00	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	25.9	16.7	22.2	25.9	1.9	-	3.39	54
แม่บ้าน	4.4	19.6	16.5	20.3	31.6	7.6	-	3.78	158
นักเรียน	9.0	14.7	14.7	33.3	25.0	3.2	-	3.60	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.6	22.2	19.4	33.3	19.4	-	-	3.39	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	5.7	16.7	16.9	23.3	31.9	5.6	-	3.76	864
กลุ่มศักยภาพสูง	5.1	27.4	25.0	26.8	15.2	0.6	-	3.21	336

ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่าการใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.2	2.8	10.0	30.3	47.5	9.3	-	4.50	1,200
เพศ									
ชาย	0.2	3.3	9.9	31.7	46.1	8.8	-	4.47	568
หญิง	0.2	2.2	10.1	29.1	48.7	9.7	-	4.53	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.4	4.2	10.5	28.9	46.9	9.2	-	4.45	239
25 – 34 ปี	0.3	2.9	10.3	30.9	44.9	10.9	-	4.50	350
35 – 44 ปี	-	2.0	10.6	31.5	46.9	9.1	-	4.50	254
45 – 54 ปี	-	3.3	6.7	25.8	55.0	9.2	-	4.60	120
55 – 64 ปี	-	1.3	10.8	31.8	48.4	7.6	-	4.50	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	-	35.7	57.1	-	-	4.43	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	6.8	6.8	24.3	49.5	11.7	-	4.50	103
\$10,000 - \$19,999	-	2.4	11.3	24.7	49.3	12.3	-	4.58	497
\$20,000 - \$49,999	0.2	2.1	8.8	34.5	46.6	7.7	-	4.48	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	3.0	11.9	41.0	42.5	1.5	-	4.28	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	3.0	8.6	30.8	49.4	8.3	-	4.51	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.4	2.9	7.8	30.3	49.2	9.4	-	4.53	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.0	10.4	32.7	45.0	9.9	-	4.50	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	16.7	8.3	58.3	16.7	-	4.75	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	1.9	13.0	25.9	51.9	7.4	-	4.50	54
แม่บ้าน	-	1.9	12.7	31.0	42.4	12.0	-	4.50	158
นักเรียน	0.6	4.5	12.8	28.2	46.2	7.7	-	4.38	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	5.6	33.3	50.0	8.3	-	4.56	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.2	2.7	10.8	25.2	49.0	12.2	-	4.56	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.0	8.0	43.5	43.8	1.8	-	4.33	336

ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นชอบการอัพเดทในเรื่องของความทันสมัยและแฟชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเรามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.3	2.2	5.9	28.0	51.5	12.2	-	4.65	1,200
เพศ									
ชาย	0.4	2.5	7.0	33.5	46.5	10.2	-	4.54	568
หญิง	0.2	1.9	4.9	23.1	56.0	13.9	-	4.75	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	2.9	29.7	54.8	12.6	-	4.77	239
25 – 34 ปี	-	1.7	5.7	23.1	55.7	13.7	-	4.74	350
35 – 44 ปี	0.4	2.0	7.9	30.3	46.9	12.6	-	4.59	254
45 – 54 ปี	-	3.3	5.8	26.7	50.8	13.3	-	4.65	120
55 – 64 ปี	0.9	4.0	7.2	32.3	46.6	9.0	-	4.47	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	7.1	21.4	57.1	-	-	4.21	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	5.8	6.8	22.3	50.5	14.6	-	4.77	239
\$10,000 - \$19,999	0.2	2.6	5.8	27.4	50.1	13.9	-	4.74	350
\$20,000 - \$49,999	-	0.9	5.8	30.3	51.5	11.6	-	4.59	254
\$50,000 ขึ้นไป	1.5	2.2	6.0	26.9	57.5	6.0	-	4.65	120
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.3	3.6	8.0	27.8	48.5	11.8	-	4.56	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.4	1.2	4.1	25.4	54.5	14.3	-	4.75	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.5	2.5	4.5	27.2	53.5	11.9	-	4.66	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	41.7	41.7	16.7	-	4.75	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	1.9	9.3	35.2	42.6	11.1	-	4.52	54
แม่บ้าน	-	1.9	8.2	26.6	53.8	9.5	-	4.61	158
นักเรียน	-	-	2.6	28.2	55.8	13.5	-	4.80	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	5.6	8.3	41.7	36.1	8.3	-	4.33	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.1	2.5	5.6	25.2	51.4	15.2	-	4.71	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.6	1.2	6.8	35.1	51.8	4.5	-	4.50	336

ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเรามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	0.4	2.3	19.5	54.0	23.7	-	4.98	1,200
เพศ									
ชาย	0.2	0.2	1.9	22.0	57.4	18.3	-	4.91	568
หญิง	-	0.6	2.7	17.2	50.9	28.5	-	5.04	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.8	2.1	21.3	50.6	25.1	-	4.97	239
25 – 34 ปี	-	-	2.0	18.9	51.4	27.7	-	5.05	350
35 – 44 ปี	-	0.4	3.1	18.5	58.3	19.7	-	4.94	254
45 – 54 ปี	0.8	0.8	0.8	14.2	58.3	25.0	-	5.03	120
55 – 64 ปี	-	0.4	3.1	22.4	54.3	19.7	-	4.90	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	21.4	57.1	21.4	-	5.00	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	1.0	2.9	18.4	50.5	27.2	-	5.00	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.4	1.4	18.5	56.3	23.3	-	5.01	497
\$20,000 - \$49,999	0.2	0.4	3.0	21.2	51.1	24.0	-	4.95	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	3.0	17.9	58.2	20.9	-	4.97	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	-	1.8	18.3	59.8	20.1	-	4.98	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	2.5	18.4	52.0	27.0	-	5.04	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	1.0	18.8	56.4	23.8	-	5.03	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	16.7	66.7	8.3	-	4.75	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	-	5.6	22.2	50.0	20.4	-	4.80	54
แม่บ้าน	-	1.3	3.2	14.6	54.4	26.6	-	5.02	158
นักเรียน	-	1.3	3.2	24.4	44.9	26.3	-	4.92	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	-	38.9	38.9	19.4	-	4.72	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	0.3	2.1	17.0	53.5	27.1	-	5.05	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.3	0.6	3.0	25.9	55.4	14.9	-	4.80	336

ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถมีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.2	0.1	2.6	17.4	54.7	25.1	-	5.02	1,200
เพศ									
ชาย	0.2	-	2.1	19.0	54.6	24.1	-	5.00	568
หญิง	0.2	0.2	3.0	16.0	54.7	25.9	-	5.03	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.4	1.7	19.7	56.9	21.3	-	4.97	239
25 – 34 ปี	-	-	2.9	16.3	51.7	29.1	-	5.07	350
35 – 44 ปี	0.4	-	3.5	16.5	53.5	26.0	-	5.01	254
45 – 54 ปี	0.8	-	1.7	12.5	65.0	20.0	-	5.01	120
55 – 64 ปี	-	-	2.7	20.6	52.5	24.2	-	4.98	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	14.3	57.1	28.6	-	5.14	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	3.9	17.5	50.5	28.2	-	5.03	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.2	2.2	15.3	55.5	26.8	-	5.06	497
\$20,000 - \$49,999	0.2	-	1.7	21.0	53.9	23.2	-	4.98	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	-	6.0	12.7	57.5	23.1	-	4.96	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.3	-	2.1	15.7	55.6	26.3	-	5.05	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	4.1	12.3	54.9	28.7	-	5.08	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.5	1.0	18.3	55.9	24.3	-	5.02	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	33.3	33.3	33.3	-	5.00	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	-	5.6	22.2	59.3	11.1	-	4.70	54
แม่บ้าน	-	-	3.8	18.4	52.5	25.3	-	4.99	158
นักเรียน	-	-	1.3	21.2	56.4	21.2	-	4.97	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	2.8	30.6	38.9	27.8	-	4.92	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	0.1	2.3	14.8	53.9	28.8	-	5.09	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.6	-	3.3	24.1	56.5	15.5	-	4.82	336

ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมากจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	0.2	2.2	16.6	48.3	32.8	-	5.11	1,200
เพศ									
ชาย	-	-	1.8	18.7	47.4	32.2	-	5.10	568
หญิง	-	0.3	2.5	14.7	49.2	33.2	-	5.13	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.4	1.7	16.7	52.3	28.9	-	5.08	239
25 – 34 ปี	-	0.3	3.4	16.6	46.3	33.4	-	5.09	350
35 – 44 ปี	-	-	2.0	15.7	51.2	31.1	-	5.11	254
45 – 54 ปี	-	-	0.8	10.8	52.5	35.8	-	5.23	120
55 – 64 ปี	-	-	1.8	20.2	43.0	35.0	-	5.11	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	21.4	28.6	50.0	-	5.29	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	3.9	19.4	44.7	32.0	-	5.05	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.2	1.2	15.5	48.1	35.0	-	5.16	497
\$20,000 - \$49,999	-	0.2	2.4	18.0	48.7	30.7	-	5.07	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	3.7	13.4	50.7	32.1	-	5.11	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	0.3	1.8	15.1	51.2	31.7	-	5.12	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	1.6	18.4	47.1	32.8	-	5.11	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	1.5	12.9	47.5	38.1	-	5.22	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	33.3	25.0	33.3	-	4.83	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	9.3	18.5	40.7	31.5	-	4.94	54
แม่บ้าน	-	0.6	3.2	17.1	44.3	34.8	-	5.09	158
นักเรียน	-	-	0.6	18.6	52.6	28.2	-	5.08	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	2.8	19.4	52.8	25.0	-	5.00	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	0.1	1.6	14.7	48.1	35.4	-	5.17	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	0.3	3.6	21.4	48.8	25.9	-	4.96	336

ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความเห็น		
ภาพรวม	0.2	1.8	14.9	22.8	49.3	11.0	-	4.52	1,200
เพศ									
ชาย	0.2	1.6	12.5	23.8	49.8	12.1	-	4.58	568
หญิง	0.2	2.1	17.1	21.8	48.9	10.0	-	4.47	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	0.4	11.7	25.9	52.3	8.8	-	4.55	239
25 – 34 ปี	-	2.6	21.1	21.1	42.9	12.3	-	4.41	350
35 – 44 ปี	-	1.6	16.1	18.9	53.1	10.2	-	4.54	254
45 – 54 ปี	-	1.7	5.8	23.3	55.8	13.3	-	4.73	120
55 – 64 ปี	-	2.7	11.7	25.1	50.2	10.3	-	4.54	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	21.4	35.7	21.4	21.4	-	4.43	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	74.8	20.4	3.9	1.0	-	3.31	103
\$10,000 - \$19,999	0.2	2.6	14.3	19.3	52.7	10.9	-	4.54	497
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	4.7	25.5	55.2	13.1	-	4.74	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	1.5	6.7	27.6	51.5	11.9	-	4.63	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.7	13.0	22.8	48.5	13.0	-	4.56	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.0	16.0	19.7	51.6	10.7	-	4.53	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	1.5	16.8	22.3	47.0	12.4	-	4.52	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	33.3	50.0	8.3	-	4.58	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	18.5	25.9	48.1	7.4	-	4.44	54
แม่บ้าน	-	2.5	20.9	20.3	47.5	8.9	-	4.39	158
นักเรียน	1.3	-	8.3	25.0	57.7	7.7	-	4.61	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	13.9	38.9	27.8	16.7	-	4.42	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.2	2.0	18.3	19.6	48.3	11.7	-	4.49	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.5	6.3	31.0	52.1	9.2	-	4.61	336

ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกอยากปล่อยวาง หรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.3	21.5	19.1	22.0	28.7	5.5	-	3.68	1,200
เพศ									
ชาย	3.3	18.7	19.5	22.0	30.5	6.0	-	3.76	568
หญิง	3.2	24.1	18.7	22.0	27.1	5.1	-	3.61	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	5.4	21.8	15.5	22.2	28.9	6.3	-	3.66	239
25 – 34 ปี	2.9	23.7	18.0	22.6	27.1	5.7	-	3.65	350
35 – 44 ปี	2.4	22.0	24.0	22.8	22.8	5.9	-	3.59	254
45 – 54 ปี	2.5	29.2	26.7	12.5	24.2	5.0	-	3.42	120
55 – 64 ปี	3.1	13.5	15.2	25.1	39.0	4.0	-	3.96	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	14.3	21.4	42.9	7.1	-	4.14	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.9	16.5	13.6	24.3	37.9	5.8	-	3.97	103
\$10,000 - \$19,999	3.0	18.5	17.9	23.3	31.4	5.8	-	3.79	497
\$20,000 - \$49,999	3.6	20.6	19.5	20.6	29.4	6.2	-	3.70	466
\$50,000 ขึ้นไป	3.7	39.6	26.1	20.1	9.0	1.5	-	2.96	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	4.4	23.1	18.3	19.8	26.9	7.4	-	3.64	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.5	24.2	22.1	17.2	29.9	4.1	-	3.60	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.0	21.3	23.8	19.8	27.2	5.9	-	3.67	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	16.7	33.3	41.7	-	-	4.08	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	20.4	14.8	29.6	31.5	1.9	-	3.74	54
แม่บ้าน	1.9	16.5	17.1	26.6	34.2	3.8	-	3.86	158
นักเรียน	5.1	22.4	15.4	27.6	23.1	6.4	-	3.60	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.6	13.9	11.1	27.8	36.1	5.6	-	3.92	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	3.4	20.1	16.3	22.0	31.4	6.8	-	3.78	864
กลุ่มศักยภาพสูง	3.0	25.0	26.2	22.0	21.7	2.1	-	3.41	336

ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำอะไรบนความหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.2	20.3	16.3	27.0	28.1	5.2	-	3.72	1,200
เพศ									
ชาย	2.8	17.1	16.7	28.0	29.4	6.0	-	3.82	568
หญิง	3.5	23.3	15.8	26.1	26.9	4.4	-	3.63	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.3	20.9	13.4	27.6	28.0	6.7	-	3.76	239
25 – 34 ปี	2.3	18.0	20.0	26.0	27.4	6.3	-	3.77	350
35 – 44 ปี	1.6	23.2	15.0	28.3	27.2	4.7	-	3.70	254
45 – 54 ปี	5.8	27.5	14.2	24.2	28.3	-	-	3.42	120
55 – 64 ปี	4.9	15.7	15.7	27.8	30.9	4.9	-	3.79	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	28.6	21.4	28.6	14.3	7.1	-	3.50	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.9	12.6	14.6	24.3	34.0	11.7	-	4.09	103
\$10,000 - \$19,999	2.2	17.9	15.7	26.2	32.0	6.0	-	3.86	497
\$20,000 - \$49,999	4.7	20.6	16.5	27.5	26.6	4.1	-	3.63	466
\$50,000 ขึ้นไป	1.5	34.3	18.7	30.6	14.2	0.7	-	3.24	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.8	22.5	16.6	24.3	29.3	3.6	-	3.63	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.6	20.5	21.7	23.0	25.8	7.4	-	3.73	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	3.0	23.3	15.3	27.2	23.8	7.4	-	3.68	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	8.3	8.3	33.3	25.0	25.0	-	-	3.50	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	5.6	13.0	5.6	38.9	37.0	-	-	3.89	54
แม่บ้าน	3.2	17.7	12.7	27.8	34.8	3.8	-	3.85	158
นักเรียน	3.2	19.9	12.8	32.7	25.6	5.8	-	3.75	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.8	11.1	22.2	33.3	25.0	5.6	-	3.83	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.5	18.8	16.9	23.7	31.6	6.5	-	3.83	864
กลุ่มศักยภาพสูง	4.8	24.4	14.6	35.4	19.0	1.8	-	3.45	336

ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.5	17.5	29.3	19.4	23.8	6.6	-	3.62	1,200
เพศ									
ชาย	2.6	15.1	31.5	21.5	22.4	6.9	-	3.66	568
หญิง	4.3	19.6	27.2	17.6	25.0	6.3	-	3.58	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.3	17.6	28.0	24.3	20.1	6.7	-	3.60	239
25 – 34 ปี	2.3	20.3	27.4	17.7	23.4	8.9	-	3.66	350
35 – 44 ปี	3.5	14.6	31.9	18.5	25.2	6.3	-	3.66	254
45 – 54 ปี	5.0	24.2	27.5	14.2	25.0	4.2	-	3.42	120
55 – 64 ปี	4.9	13.0	30.9	21.5	24.7	4.9	-	3.63	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	35.7	7.1	42.9	-	-	3.79	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	10.7	20.4	22.3	41.7	3.9	-	4.05	103
\$10,000 - \$19,999	2.8	16.7	15.3	22.7	32.8	9.7	-	3.95	497
\$20,000 - \$49,999	5.2	18.7	36.1	19.5	15.5	5.2	-	3.37	466
\$50,000 ขึ้นไป	2.2	21.6	64.2	4.5	5.2	2.2	-	2.96	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	5.3	19.2	29.0	17.2	21.6	7.7	-	3.54	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.0	17.2	33.2	19.3	23.8	4.5	-	3.59	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.5	18.3	27.7	15.3	28.7	8.4	-	3.77	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	8.3	-	16.7	16.7	50.0	8.3	-	4.25	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	16.7	33.3	22.2	18.5	5.6	-	3.52	54
แม่บ้าน	3.8	13.9	24.7	19.6	30.4	7.6	-	3.82	158
นักเรียน	3.2	19.2	28.8	27.6	15.4	5.8	-	3.50	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.6	13.9	33.3	25.0	22.2	-	-	3.44	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.8	16.1	17.7	22.1	32.2	9.1	-	3.92	864
กลุ่มศักยภาพสูง	5.4	21.1	58.9	12.5	2.1	-	-	2.85	336

ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับราชการทหารเป็นเรื่องที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.3	12.9	15.8	27.1	34.4	6.6	-	3.96	1,200
เพศ									
ชาย	3.9	12.1	15.0	28.2	35.2	5.6	-	3.96	568
หญิง	2.7	13.6	16.5	26.1	33.7	7.4	-	3.97	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	4.6	14.2	10.5	26.4	38.1	6.3	-	3.98	239
25 – 34 ปี	2.3	12.6	18.6	27.1	30.3	9.1	-	3.98	350
35 – 44 ปี	2.0	13.8	17.3	27.2	35.8	3.9	-	3.93	254
45 – 54 ปี	3.3	14.2	19.2	20.8	38.3	4.2	-	3.89	120
55 – 64 ปี	4.5	10.3	13.5	31.4	33.6	6.7	-	4.00	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	14.3	14.3	21.4	28.6	14.3	-	3.93	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	8.7	20.4	23.3	35.9	10.7	-	4.17	103
\$10,000 - \$19,999	3.4	12.5	14.7	23.5	38.0	7.8	-	4.04	497
\$20,000 - \$49,999	4.1	14.2	13.7	27.3	35.0	5.8	-	3.92	466
\$50,000 ขึ้นไป	1.5	13.4	23.1	42.5	17.9	1.5	-	3.66	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.4	17.5	15.4	27.2	32.2	5.3	-	3.86	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.9	12.7	16.0	27.9	34.8	5.7	-	3.96	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	3.0	9.4	18.3	26.7	35.1	7.4	-	4.04	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	8.3	-	16.7	25.0	41.7	8.3	-	4.17	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	7.4	11.1	31.5	44.4	3.7	-	4.20	54
แม่บ้าน	3.2	10.1	19.6	23.4	32.9	10.8	-	4.05	158
นักเรียน	5.8	13.5	8.3	28.2	38.5	5.8	-	3.97	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.6	13.9	25.0	27.8	19.4	8.3	-	3.67	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.8	13.0	14.6	23.4	37.8	8.4	-	4.06	864
กลุ่มศักยภาพสูง	4.5	12.8	18.8	36.6	25.6	1.8	-	3.71	336

ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชีวิตที่ดีที่สุดของความสำเริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.3	5.0	10.6	28.8	43.3	10.1	-	3.36	1,200
เพศ									
ชาย	2.1	4.0	9.2	26.4	48.8	9.5	-	4.44	568
หญิง	2.4	5.9	11.9	30.9	38.4	10.6	-	4.29	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.4	4.6	8.4	31.8	41.8	13.0	-	4.49	239
25 – 34 ปี	3.1	3.4	13.7	25.7	44.0	10.0	-	4.34	350
35 – 44 ปี	3.1	5.1	12.6	27.6	42.9	8.7	-	4.28	254
45 – 54 ปี	4.2	10.8	10.0	25.8	40.0	9.2	-	4.14	120
55 – 64 ปี	0.9	3.6	6.7	33.6	45.7	9.4	-	4.48	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	21.4	-	21.4	50.0	7.1	-	4.21	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.9	6.8	9.7	30.1	39.8	10.7	-	4.29	103
\$10,000 - \$19,999	1.0	4.6	9.9	26.0	47.3	11.3	-	4.48	497
\$20,000 - \$49,999	1.9	4.1	9.2	31.3	43.6	9.9	-	4.40	466
\$50,000 ขึ้นไป	7.5	8.2	18.7	29.1	30.6	6.0	-	3.85	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.3	5.9	10.4	26.0	46.4	8.0	-	4.30	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.9	5.7	11.9	26.6	42.2	10.7	-	4.32	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.5	4.0	9.9	25.2	45.0	14.4	-	4.51	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	33.3	50.0	8.3	-	4.58	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	5.6	11.1	35.2	38.9	7.4	-	4.26	54
แม่บ้าน	3.2	3.2	10.8	34.8	36.7	11.4	-	4.33	158
นักเรียน	-	4.5	9.0	33.3	42.9	10.3	-	4.46	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.3	13.9	30.6	47.2	-	-	4.17	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.4	4.7	8.4	25.2	47.2	13.0	-	4.51	864
กลุ่มศักยภาพสูง	4.5	5.7	16.1	37.8	33.3	2.7	-	3.98	336

ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.4	1.6	4.7	31.2	51.9	10.3	-	4.63	1,200
เพศ									
ชาย	0.7	1.9	4.9	31.7	50.4	10.4	-	4.60	568
หญิง	0.2	1.3	4.4	30.7	53.3	10.1	-	4.66	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.4	1.7	3.8	32.2	52.7	9.2	-	4.63	239
25 – 34 ปี	-	1.4	8.0	29.1	50.3	11.1	-	4.62	350
35 – 44 ปี	0.4	1.2	3.5	35.4	51.2	8.3	-	4.61	254
45 – 54 ปี	0.8	3.3	2.5	25.8	59.2	8.3	-	4.64	120
55 – 64 ปี	0.9	0.4	2.7	32.3	50.7	13.0	-	4.70	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	7.1	14.3	50.0	14.3	-	4.43	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	2.9	4.9	34.0	47.6	9.7	-	4.53	103
\$10,000 - \$19,999	-	1.4	3.6	28.0	54.3	12.7	-	4.73	497
\$20,000 - \$49,999	0.9	0.9	5.4	33.7	49.6	9.7	-	4.59	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	3.7	6.0	32.1	54.5	3.7	-	4.49	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.6	2.7	4.4	25.1	57.7	9.5	-	4.65	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	1.6	4.5	33.6	50.4	9.8	-	4.62	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	4.5	33.2	51.0	11.4	-	4.69	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	41.7	50.0	-	-	4.42	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	1.9	7.4	37.0	48.1	3.7	-	4.39	54
แม่บ้าน	-	1.3	5.7	30.4	48.7	13.9	-	4.68	158
นักเรียน	-	1.9	3.8	32.7	51.9	9.0	-	4.60	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.8	-	2.8	44.4	33.3	16.7	-	4.56	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.3	1.9	3.8	28.6	53.1	12.3	-	4.69	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.6	0.9	6.8	37.8	48.8	5.1	-	4.49	336

ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	4.9	13.8	28.0	46.7	6.6	-	4.36	1,200
เพศ									
ชาย	-	4.2	13.4	28.7	47.5	6.2	-	4.38	568
หญิง	-	5.5	14.2	27.4	45.9	7.0	-	4.34	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	4.6	14.2	29.7	43.1	8.4	-	4.36	239
25 – 34 ปี	-	5.1	15.4	28.3	44.6	6.6	-	4.32	350
35 – 44 ปี	-	5.1	14.2	28.7	48.4	3.5	-	4.31	254
45 – 54 ปี	-	6.7	11.7	29.2	42.5	10.0	-	4.38	120
55 – 64 ปี	-	4.0	11.7	24.7	52.9	6.7	-	4.47	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	14.3	21.4	64.3	-	-	4.50	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	7.8	20.4	28.2	41.7	1.9	-	4.10	103
\$10,000 - \$19,999	-	7.2	17.5	23.9	44.3	7.0	-	4.26	497
\$20,000 - \$49,999	-	2.8	9.2	31.3	49.4	7.3	-	4.49	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	1.5	11.2	31.3	50.0	6.0	-	4.48	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	3.8	10.9	25.7	53.3	6.2	-	4.47	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	4.9	12.3	29.9	45.9	7.0	-	4.38	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	3.5	19.3	31.2	40.6	5.4	-	4.25	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	25.0	58.3	8.3	-	4.67	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	20.4	25.9	40.7	5.6	-	4.17	54
แม่บ้าน	-	8.2	13.9	25.3	46.2	6.3	-	4.28	158
นักเรียน	-	4.5	15.4	30.1	41.7	8.3	-	4.34	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.3	5.6	25.0	52.8	8.3	-	4.47	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	6.1	15.5	25.5	45.1	7.8	-	4.33	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.8	9.5	34.5	50.6	3.6	-	4.45	336

ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.3	2.0	30.2	33.7	28.4	5.4	-	4.04	1,200
เพศ									
ชาย	0.7	2.5	31.9	31.9	26.8	6.3	-	4.01	568
หญิง	-	1.6	28.6	35.3	29.9	4.6	-	4.07	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.4	2.1	25.9	39.7	25.5	6.3	-	4.07	239
25 – 34 ปี	0.3	2.0	31.4	31.4	28.6	6.3	-	4.05	350
35 – 44 ปี	0.8	1.6	35.0	33.1	24.0	5.5	-	3.94	254
45 – 54 ปี	-	2.5	22.5	31.7	40.8	2.5	-	4.18	120
55 – 64 ปี	-	1.8	30.0	33.6	30.5	4.0	-	4.05	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	50.0	14.3	14.3	14.3	-	3.79	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.9	2.9	78.6	16.5	-	-	-	3.10	103
\$10,000 - \$19,999	-	2.6	26.2	31.6	31.6	8.0	-	4.16	497
\$20,000 - \$49,999	0.4	1.1	24.0	39.1	30.7	4.7	-	4.13	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	2.2	29.1	35.8	30.6	2.2	-	4.01	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.2	1.5	28.7	34.9	29.3	4.4	-	4.03	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	4.1	29.9	32.0	27.9	6.1	-	4.02	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	1.0	30.2	29.7	30.2	8.9	-	4.16	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	58.3	33.3	-	-	4.25	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	40.7	31.5	24.1	-	-	3.76	54
แม่บ้าน	-	1.9	35.4	33.5	24.7	4.4	-	3.94	158
นักเรียน	-	0.6	23.7	39.1	31.4	5.1	-	4.17	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	41.7	27.8	22.2	5.6	-	3.86	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.5	2.3	29.1	30.6	30.6	7.1	-	4.10	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.2	33.0	41.7	22.9	1.2	-	3.90	336

ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการผลิตเพลินไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	1.0	3.1	23.8	60.0	12.0	-	4.79	1,200
เพศ									
ชาย	0.2	0.9	3.5	25.5	58.5	11.4	-	4.76	568
หญิง	-	1.1	2.7	22.3	61.4	12.5	-	4.81	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.8	3.3	25.9	58.2	11.7	-	4.77	239
25 – 34 ปี	-	1.1	3.1	22.3	62.3	11.1	-	4.79	350
35 – 44 ปี	-	1.2	4.3	23.2	60.6	10.6	-	4.75	254
45 – 54 ปี	0.8	1.7	0.8	19.2	59.2	18.3	-	4.89	120
55 – 64 ปี	-	0.4	2.2	26.5	59.6	11.2	-	4.79	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	7.1	35.7	35.7	21.4	-	4.71	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	3.9	3.9	23.3	58.3	10.7	-	4.68	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.8	2.4	20.9	63.4	12.5	-	4.84	497
\$20,000 - \$49,999	0.2	0.6	3.2	26.0	57.5	12.4	-	4.77	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	0.7	4.5	27.6	57.5	9.7	-	4.71	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	0.9	2.1	21.0	63.0	13.0	-	4.85	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	1.6	6.1	24.2	54.5	13.5	-	4.72	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.5	2.5	22.8	60.9	13.4	-	4.84	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	33.3	58.3	8.3	-	4.75	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	-	9.3	20.4	64.8	3.7	-	4.57	54
แม่บ้าน	-	1.9	0.6	24.1	62.0	11.4	-	4.80	158
นักเรียน	-	0.6	1.9	26.9	59.6	10.9	-	4.78	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	2.8	41.7	50.0	5.6	-	4.58	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	1.0	2.9	21.1	62.4	12.6	-	4.83	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.3	0.9	3.6	31.0	53.9	10.4	-	4.68	336

ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.3	1.9	4.6	25.0	54.5	13.8	-	4.73	1,200
เพศ									
ชาย	0.4	1.8	6.0	27.3	50.0	14.6	-	4.69	568
หญิง	0.2	2.1	3.3	22.9	58.5	13.0	-	4.77	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	3.8	5.0	25.5	52.7	12.1	-	4.62	239
25 – 34 ปี	0.3	1.7	5.7	24.9	55.1	12.3	-	4.70	350
35 – 44 ปี	-	0.8	2.8	28.0	53.5	15.0	-	4.79	254
45 – 54 ปี	-	2.5	4.2	15.0	63.3	15.0	-	4.84	120
55 – 64 ปี	-	1.3	4.9	26.9	52.0	14.8	-	4.74	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	21.4	50.0	28.6	-	5.07	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	1.9	4.9	22.3	60.2	9.7	-	4.68	103
\$10,000 - \$19,999	0.2	1.6	2.4	22.5	59.0	14.3	-	4.81	497
\$20,000 - \$49,999	-	1.7	5.4	26.8	50.4	15.7	-	4.73	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	3.7	9.7	29.9	47.8	8.2	-	4.45	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.1	4.1	26.0	53.8	13.9	-	4.73	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.4	2.9	4.9	21.3	56.6	13.9	-	4.73	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	3.5	20.3	60.4	15.8	-	4.89	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	41.7	41.7	8.3	-	4.50	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	3.7	33.3	51.9	11.1	-	4.70	54
แม่บ้าน	-	2.5	5.1	23.4	55.7	13.3	-	4.72	158
นักเรียน	1.3	2.6	6.4	28.8	49.4	11.5	-	4.57	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	2.8	38.9	38.9	16.7	-	4.64	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.3	1.4	3.1	22.1	57.9	15.2	-	4.81	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.3	8.3	32.4	45.8	10.1	-	4.51	336

ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตนนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยิ่งดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.1	7.3	12.1	34.5	37.7	7.4	-	4.23	1,200
เพศ									
ชาย	0.9	7.7	12.5	36.4	35.2	7.2	-	4.19	568
หญิง	1.3	6.8	11.7	32.8	39.9	7.6	-	4.26	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	7.5	10.0	39.3	34.7	8.4	-	4.26	239
25 – 34 ปี	1.7	4.9	13.1	30.6	42.0	7.7	-	4.29	350
35 – 44 ปี	1.2	9.1	11.4	37.8	34.3	6.3	-	4.14	254
45 – 54 ปี	1.7	9.2	15.0	28.3	41.7	4.2	-	4.12	120
55 – 64 ปี	0.9	7.2	12.6	35.4	35.0	9.0	-	4.23	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	-	28.6	50.0	7.1	-	4.36	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	6.8	10.7	37.9	35.9	8.7	-	4.29	103
\$10,000 - \$19,999	1.4	8.2	10.7	31.0	41.9	6.8	-	4.24	497
\$20,000 - \$49,999	0.4	6.4	12.4	34.8	37.1	8.8	-	4.28	466
\$50,000 ขึ้นไป	3.0	6.7	17.2	44.0	25.4	3.7	-	3.93	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.4	8.0	16.0	27.8	38.2	7.7	-	4.14	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.8	5.3	12.7	34.0	39.8	7.4	-	4.29	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.5	5.0	10.4	40.1	36.6	7.4	-	4.30	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	-	41.7	50.0	-	-	4.33	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	7.4	7.4	42.6	37.0	3.7	-	4.17	54
แม่บ้าน	0.6	10.1	10.8	25.9	41.8	10.8	-	4.30	158
นักเรียน	-	8.3	7.1	46.2	33.3	5.1	-	4.20	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.3	19.4	41.7	22.2	8.3	-	4.03	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.0	7.6	11.1	31.8	39.4	9.0	-	4.28	864
กลุ่มศักยภาพสูง	1.2	6.3	14.6	41.4	33.3	3.3	-	4.09	336

ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.8	7.9	9.7	24.4	42.3	14.9	-	4.44	1,200
เพศ									
ชาย	1.2	7.7	9.5	26.1	42.3	13.2	-	4.40	568
หญิง	0.5	8.1	9.8	22.9	42.2	16.5	-	4.48	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	12.6	9.2	24.7	38.9	13.8	-	4.30	239
25 – 34 ปี	1.1	7.7	14.3	20.3	41.4	15.1	-	4.39	350
35 – 44 ปี	1.2	6.7	7.5	26.8	43.7	14.2	-	4.48	254
45 – 54 ปี	0.8	5.8	9.2	21.7	45.8	16.7	-	4.56	120
55 – 64 ปี	-	5.4	5.4	30.0	43.9	15.2	-	4.58	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	14.3	14.3	35.7	21.4	-	4.36	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	5.8	8.7	25.2	41.7	18.4	-	4.58	103
\$10,000 - \$19,999	1.0	6.2	11.3	24.9	41.6	14.9	-	4.45	497
\$20,000 - \$49,999	0.9	8.6	8.2	26.0	43.3	13.1	-	4.42	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	13.4	9.7	16.4	41.0	18.7	-	4.40	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.9	7.4	11.2	20.1	47.3	13.0	-	4.45	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.2	9.8	8.2	23.8	34.4	22.5	-	4.48	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.5	5.0	9.4	25.2	45.0	13.9	-	4.49	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	16.7	16.7	50.0	8.3	-	4.33	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	9.3	33.3	42.6	7.4	-	4.33	54
แม่บ้าน	-	2.5	8.9	25.3	43.7	19.6	-	4.69	158
นักเรียน	0.6	16.0	9.0	28.8	37.8	7.7	-	4.10	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	5.6	11.1	30.6	41.7	11.1	-	4.42	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.7	7.1	9.6	24.7	42.5	15.5	-	4.48	864
กลุ่มศักยภาพสูง	1.2	10.1	9.8	23.8	41.7	13.4	-	4.35	336

ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุมีผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	0.3	14.7	19.9	57.3	7.8	-	4.57	1,200
เพศ									
ชาย	0.2	0.4	14.6	19.5	58.5	6.9	-	4.56	568
หญิง	-	0.2	14.7	20.3	56.3	8.5	-	4.58	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.4	15.1	15.9	61.9	6.7	-	4.59	239
25 - 34 ปี	-	-	13.7	21.7	56.0	8.6	-	4.59	350
35 - 44 ปี	-	0.4	13.0	20.9	57.5	8.3	-	4.60	254
45 - 54 ปี	0.8	0.8	12.5	25.0	55.8	5.0	-	4.49	120
55 - 64 ปี	-	-	18.4	15.7	57.4	8.5	-	4.56	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	21.4	50.0	21.4	7.1	-	4.14	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	1.0	22.3	28.2	46.6	1.9	-	4.26	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.2	19.7	21.3	52.5	6.2	-	4.45	497
\$20,000 - \$49,999	0.2	0.2	9.0	17.8	62.4	10.3	-	4.73	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.7	15.7	65.7	9.0	-	4.74	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	0.3	13.0	18.0	59.8	8.9	-	4.64	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	0.4	15.2	20.1	57.4	7.0	-	4.55	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	14.4	24.3	52.0	9.4	-	4.56	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	16.7	-	83.3	-	-	4.67	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	-	16.7	20.4	55.6	5.6	-	4.44	54
แม่บ้าน	-	-	17.1	22.2	53.2	7.6	-	4.51	158
นักเรียน	-	0.6	14.1	14.7	64.7	5.8	-	4.61	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	16.7	30.6	44.4	8.3	-	4.44	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	0.2	17.9	21.6	51.5	8.7	-	4.50	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.3	0.3	6.3	15.5	72.3	5.4	-	4.75	336

ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสภกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	3.0	25.7	24.9	37.1	9.3	-	4.24	1,200
เพศ									
ชาย	-	2.6	26.9	23.8	37.5	9.2	-	4.24	568
หญิง	0.2	3.3	24.5	25.9	36.7	9.3	-	4.24	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.7	26.4	23.8	39.7	8.4	-	4.27	239
25 – 34 ปี	0.3	2.3	25.1	28.9	35.7	7.7	-	4.21	350
35 – 44 ปี	-	2.8	27.2	25.2	35.0	9.8	-	4.22	254
45 – 54 ปี	-	6.7	25.0	20.8	38.3	9.2	-	4.18	120
55 – 64 ปี	-	3.1	23.8	22.4	38.1	12.6	-	4.33	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	14.3	35.7	14.3	35.7	-	-	3.71	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	6.8	35.9	35.0	18.4	3.9	-	3.77	103
\$10,000 - \$19,999	-	4.2	35.4	30.2	25.8	4.4	-	3.91	497
\$20,000 - \$49,999	-	0.9	16.5	19.7	48.3	14.6	-	4.59	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	3.0	13.4	15.7	54.5	12.7	-	4.58	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.7	21.9	18.6	45.0	11.8	-	4.41	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.4	2.5	25.8	23.0	39.8	8.6	-	4.25	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.5	31.2	31.2	30.2	5.0	-	4.04	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	25.0	33.3	25.0	16.7	-	4.33	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	27.8	24.1	35.2	5.6	-	4.04	54
แม่บ้าน	-	5.7	25.3	30.4	29.7	8.9	-	4.11	158
นักเรียน	-	1.3	25.6	25.6	37.2	10.3	-	4.29	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	27.8	33.3	22.2	13.9	-	4.17	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	3.7	31.6	28.9	29.3	6.5	-	4.03	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.3	1.2	10.4	14.6	57.1	16.4	-	4.76	336

ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	2.5	9.5	36.1	43.9	8.0	-	4.45	1,200
เพศ									
ชาย	-	2.5	9.3	37.5	43.5	7.2	-	4.44	568
หญิง	-	2.5	9.7	34.8	44.3	8.7	-	4.47	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	3.8	8.8	36.8	43.5	7.1	-	4.41	239
25 – 34 ปี	-	2.0	8.0	36.9	44.0	9.1	-	4.50	350
35 – 44 ปี	-	2.8	13.8	32.3	44.5	6.7	-	4.39	254
45 – 54 ปี	-	1.7	10.0	37.5	44.2	6.7	-	4.44	120
55 – 64 ปี	-	0.9	8.1	37.7	43.9	9.4	-	4.53	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	21.4	-	35.7	35.7	7.1	-	4.07	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	3.9	10.7	43.7	35.0	6.8	-	4.30	103
\$10,000 - \$19,999	-	2.6	13.5	33.2	42.5	8.2	-	4.40	497
\$20,000 - \$49,999	-	2.4	6.7	37.3	45.3	8.4	-	4.51	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	1.5	3.7	36.6	51.5	6.7	-	4.58	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.7	8.0	33.4	49.1	6.8	-	4.49	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.5	9.8	35.7	44.7	7.4	-	4.45	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	1.5	13.4	36.6	40.6	7.9	-	4.40	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	.0	75.0	8.3	16.7	-	4.42	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	9.3	38.9	44.4	3.7	-	4.35	54
แม่บ้าน	-	2.5	10.1	32.3	44.3	10.8	-	4.51	158
นักเรียน	-	3.8	8.3	37.2	42.3	8.3	-	4.43	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	5.6	55.6	25.0	13.9	-	4.47	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	2.5	11.7	33.0	43.8	9.0	-	4.45	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	2.4	3.9	44.0	44.3	5.4	-	4.46	336

ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	1.6	10.4	26.8	51.8	9.4	-	4.57	1,200
เพศ									
ชาย	-	1.2	10.4	28.3	49.6	10.4	-	4.58	568
หญิง	-	1.9	10.4	25.3	53.8	8.5	-	4.57	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.8	10.0	28.0	46.9	14.2	-	4.64	239
25 – 34 ปี	-	1.7	9.1	26.6	52.9	9.7	-	4.60	350
35 – 44 ปี	-	2.0	9.8	26.8	54.3	7.1	-	4.55	254
45 – 54 ปี	-	2.5	7.5	30.0	48.3	11.7	-	4.59	120
55 – 64 ปี	-	0.9	15.7	23.8	54.3	5.4	-	4.48	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.1	-	28.6	57.1	7.1	-	4.57	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	3.9	10.7	37.9	41.7	5.8	-	4.35	103
\$10,000 - \$19,999	-	1.6	14.1	27.6	45.9	10.9	-	4.50	497
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	7.5	24.0	56.7	10.3	-	4.67	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	6.7	24.6	64.9	3.7	-	4.66	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	1.2	8.9	25.4	57.7	6.8	-	4.60	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	1.6	14.3	23.0	52.0	9.0	-	4.52	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	2.0	8.4	28.7	51.0	9.9	-	4.58	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	-	25.0	58.3	8.3	-	4.58	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	9.3	35.2	46.3	5.6	-	4.41	54
แม่บ้าน	-	1.9	12.0	26.6	48.7	10.8	-	4.54	158
นักเรียน	-	0.6	8.3	29.5	46.2	15.4	-	4.67	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	16.7	30.6	44.4	8.3	-	4.44	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	1.7	12.5	26.3	48.4	11.1	-	4.55	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.2	5.1	28.0	60.7	5.1	-	4.63	336

ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.8	7.9	12.5	33.2	37.9	7.7	-	4.22	1,200
เพศ									
ชาย	1.4	6.5	12.5	35.9	35.6	8.1	-	4.22	568
หญิง	0.3	9.2	12.5	30.7	40.0	7.3	-	4.23	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	7.5	10.5	33.9	41.8	5.4	-	4.25	239
25 – 34 ปี	0.9	8.6	15.4	31.1	36.0	8.0	-	4.17	350
35 – 44 ปี	-	5.1	12.2	40.2	37.8	4.7	-	4.25	254
45 – 54 ปี	1.7	14.2	12.5	25.8	40.0	5.8	-	4.06	120
55 – 64 ปี	0.9	6.7	10.3	30.5	37.2	14.3	-	4.39	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.1	14.3	14.3	50.0	14.3	-	-	3.50	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	6.8	17.5	30.1	38.8	6.8	-	4.21	103
\$10,000 - \$19,999	0.8	8.2	11.1	30.0	41.4	8.5	-	4.28	497
\$20,000 - \$49,999	0.9	7.3	12.9	33.5	37.6	7.9	-	4.23	466
\$50,000 ขึ้นไป	1.5	9.7	12.7	46.3	25.4	4.5	-	3.98	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.3	6.8	11.2	32.5	41.7	7.4	-	4.31	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.8	8.2	15.2	34.0	33.2	8.6	-	4.16	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.5	5.4	13.9	30.7	42.1	6.4	-	4.26	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	8.3	16.7	33.3	41.7	-	-	4.08	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	11.1	13.0	37.0	29.6	5.6	-	3.94	54
แม่บ้าน	-	10.1	14.6	27.2	36.7	11.4	-	4.25	158
นักเรียน	0.6	10.9	6.4	39.1	39.1	3.8	-	4.17	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.8	2.8	13.9	41.7	22.2	16.7	-	4.28	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.8	7.8	12.4	29.5	40.4	9.1	-	4.28	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.9	8.3	12.8	42.6	31.5	3.9	-	4.07	336

ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.2	3.8	10.3	26.4	49.3	10.1	-	4.51	1,200
เพศ									
ชาย	-	4.6	7.9	30.1	47.7	9.7	-	4.50	568
หญิง	0.3	3.0	12.5	23.1	50.6	10.4	-	4.52	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	5.9	10.5	25.9	46.4	11.3	-	4.47	239
25 – 34 ปี	-	4.3	10.3	25.7	48.6	11.1	-	4.52	350
35 – 44 ปี	0.4	2.8	12.2	28.3	47.6	8.7	-	4.46	254
45 – 54 ปี	0.8	3.3	12.5	21.7	55.8	5.8	-	4.46	120
55 – 64 ปี	-	2.2	7.6	29.1	49.8	11.2	-	4.60	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	14.3	78.6	7.1	-	4.93	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	1.0	12.6	24.3	52.4	9.7	-	4.57	103
\$10,000 - \$19,999	0.4	3.4	10.1	22.7	51.9	11.5	-	4.57	497
\$20,000 - \$49,999	-	4.7	9.7	29.2	46.1	10.3	-	4.48	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	3.7	11.9	32.1	47.8	4.5	-	4.37	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.3	3.8	10.7	26.0	48.5	10.7	-	4.51	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	3.7	12.3	25.4	50.0	8.6	-	4.48	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.5	2.5	11.9	21.8	49.5	13.9	-	4.59	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	41.7	58.3	-	-	4.58	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	1.9	1.9	40.7	46.3	9.3	-	4.59	54
แม่บ้าน	-	3.2	12.0	20.9	57.6	6.3	-	4.52	158
นักเรียน	-	7.1	8.3	28.8	44.2	11.5	-	4.45	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	2.8	2.8	50.0	36.1	8.3	-	4.44	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.2	3.5	10.0	23.6	51.0	11.7	-	4.57	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	4.5	11.3	33.6	44.6	6.0	-	4.36	336

ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	0.6	3.2	20.8	55.8	19.6	-	4.90	1,200
เพศ									
ชาย	-	0.5	3.9	24.1	53.3	18.1	-	4.85	568
หญิง	0.2	0.6	2.5	17.7	58.1	20.9	-	4.96	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.4	3.3	22.6	55.6	18.0	-	4.87	239
25 – 34 ปี	-	0.9	2.9	23.7	52.0	20.6	-	4.89	350
35 – 44 ปี	0.4	0.8	4.7	18.5	57.5	18.1	-	4.86	254
45 – 54 ปี	-	0.8	2.5	17.5	61.7	17.5	-	4.92	120
55 – 64 ปี	-	-	2.2	19.3	56.1	22.4	-	4.99	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	7.1	71.4	21.4	-	5.14	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	-	1.9	24.3	59.2	13.6	-	4.82	103
\$10,000 - \$19,999	-	0.4	3.2	20.9	53.9	21.5	-	4.93	497
\$20,000 - \$49,999	-	1.1	3.4	20.8	55.8	18.9	-	4.88	466
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	3.0	17.2	60.4	19.4	-	4.96	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	1.5	2.7	21.3	55.3	19.2	-	4.88	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	-	3.3	16.4	57.8	22.5	-	5.00	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	3.0	22.8	54.5	19.8	-	4.91	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	8.3	8.3	50.0	33.3	-	5.08	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	5.6	33.3	50.0	11.1	-	4.67	54
แม่บ้าน	0.6	0.6	1.9	18.4	57.6	20.9	-	4.94	158
นักเรียน	-	0.6	4.5	24.4	56.4	14.1	-	4.79	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	2.8	13.9	55.6	27.8	-	5.08	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.1	0.6	2.5	20.1	55.3	21.3	-	4.94	864
กลุ่มศักยภาพสูง	-	0.6	4.8	22.3	57.1	15.2	-	4.82	336

ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.3	1.5	4.1	27.2	55.8	11.2	-	4.70	1,200
เพศ									
ชาย	0.5	1.2	4.2	27.5	53.9	12.7	-	4.71	568
หญิง	0.2	1.7	4.0	26.9	57.4	9.8	-	4.69	632
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.4	1.3	5.0	25.5	54.0	13.8	-	4.73	239
25 – 34 ปี	0.3	1.1	4.0	28.0	54.9	11.7	-	4.71	350
35 – 44 ปี	-	2.8	4.7	26.8	55.5	10.2	-	4.66	254
45 – 54 ปี	0.8	2.5	2.5	21.7	65.8	6.7	-	4.69	120
55 – 64 ปี	0.4	0.4	3.6	30.5	53.8	11.2	-	4.70	223
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	35.7	57.1	7.1	-	4.71	14
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	1.0	4.9	30.1	57.3	5.8	-	4.59	103
\$10,000 - \$19,999	-	1.4	3.6	21.7	62.0	11.3	-	4.78	497
\$20,000 - \$49,999	0.4	0.6	3.9	29.6	52.1	13.3	-	4.72	466
\$50,000 ขึ้นไป	0.7	5.2	6.0	36.6	44.0	7.5	-	4.40	134
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.3	2.4	2.7	25.1	56.5	13.0	-	4.74	338
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.4	1.6	4.5	27.5	57.8	8.2	-	4.65	244
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.5	4.5	27.2	56.9	10.9	-	4.73	202
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	33.3	41.7	25.0	-	4.92	12
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1.9	-	5.6	38.9	46.3	7.4	-	4.50	54
แม่บ้าน	-	1.9	4.4	23.4	62.7	7.6	-	4.70	158
นักเรียน	0.6	1.3	5.1	30.1	48.7	14.1	-	4.67	156
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	5.6	27.8	47.2	19.4	-	4.81	36
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.2	1.0	3.1	22.5	60.4	12.7	-	4.80	864
กลุ่มศักยภาพสูง	0.6	2.7	6.5	39.3	43.8	7.1	-	4.44	336

ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	568	47.3
หญิง	632	52.7
รวม	1,200	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	239	19.9
25 – 34 ปี	350	29.2
35 – 44 ปี	254	21.2
45 – 54 ปี	120	10.0
55 – 64 ปี	223	18.6
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	14	1.2
รวม	1,200	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	338	28.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	244	20.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	202	16.8
แรงงานและเกษตรกร	12	1.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	54	4.5
แม่บ้าน	158	13.2
นักเรียน	156	13.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	36	3.0
รวม	1,200	100.0
สถานภาพการสมรส		
โสด	374	31.2
สมรสแล้วและมีบุตร	724	60.3
สมรสแล้วและยังไม่มีบุตร	71	5.9
หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง	31	2.6
รวม	1,200	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	103	8.6
\$10,000- \$19,999	497	41.4
\$20,000 - \$49,999	466	38.8
\$50,000 ขึ้นไป	134	11.2
รวม	1,200	100.0
ศาสนา		
พุทธศาสนา	47	3.9
ศาสนาอิสลาม	831	69.3
ศาสนาฮินดู	7	0.6
ศาสนาคริสต์	251	20.9
คาทอลิก	61	5.1
ศาสนาอื่น ๆ	3	0.3
รวม	1,200	100.0

ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทนักท่องเที่ยว	
	กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง
ภาพรวม	71.8	28.3
เพศ		
ชาย	70.8	29.2
หญิง	72.6	27.4
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	73.2	26.8
25 – 34 ปี	75.4	24.6
35 – 44 ปี	72.0	28.0
45 – 54 ปี	68.3	31.7
55 – 64 ปี	65.5	34.5
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	78.6	21.4
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	99.0	1.0
\$10,000- \$19,999	99.6	0.4
\$20,000 - \$49,999	49.4	50.6
\$50,000 ขึ้นไป	25.4	74.6
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	61.8	38.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	72.1	27.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	89.1	10.9
แรงงานและเกษตรกร	75.0	25.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	70.4	29.6
แม่บ้าน	74.1	25.9
นักเรียน	69.2	30.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	66.7	33.3
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	100.0	-
กลุ่มศักยภาพสูง	-	100.0

ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทของนักท่องเที่ยว	
	กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง
เพศ		
ชาย	46.7	49.0
หญิง	53.3	51.0
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	4.2	2.9
20-24 ปี	16.1	15.9
25-29 ปี	12.9	8.3
30-34 ปี	17.8	17.1
35-39 ปี	11.7	7.4
40-44 ปี	9.5	13.6
45-49 ปี	6.4	8.0
50-54 ปี	3.1	3.2
55-59 ปี	14.6	19.8
60-64 ปี	2.3	2.9
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	1.3	0.9
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	11.8	0.3
\$10,000- \$19,999	57.5	0.6
\$20,000 - \$49,999	26.7	69.6
\$50,000 ขึ้นไป	3.9	29.5
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	24.3	38.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	20.4	20.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	20.9	6.5
แรงงานและเกษตรกร	1.0	0.9
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.4	4.7
แม่บ้าน	13.6	12.1
นักเรียน	12.5	14.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.8	3.5
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
ภาพรวม	15.9	2.5	10.9	44.8	6.3	12.5	7.1
เพศ							
ชาย	18.8	2.5	10.0	42.8	6.0	12.9	7.0
หญิง	13.3	2.5	11.7	46.7	6.5	12.2	7.1
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	8.4	2.9	12.1	45.6	5.9	16.3	8.8
25 – 34 ปี	8.9	1.4	8.6	51.7	5.7	15.7	8.0
35 – 44 ปี	11.0	3.5	9.4	53.1	7.9	8.7	6.3
45 – 54 ปี	24.2	4.2	14.2	41.7	4.2	6.7	5.0
55 – 64 ปี	34.5	1.8	13.9	26.0	6.7	10.8	6.3
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	42.9	-	-	35.7	7.1	14.3	-
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	1.0	-	14.6	57.3	10.7	1.9	14.6
\$10,000- \$19,999	8.0	4.6	15.5	52.3	8.7	3.6	7.2
\$20,000 - \$49,999	23.8	1.3	8.2	33.9	4.1	22.1	6.7
\$50,000 ขึ้นไป	29.1	0.7	0.7	45.5	1.5	20.1	2.2
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการ							
วิชาชีพเฉพาะด้าน	20.7	1.2	8.9	43.2	4.7	15.1	6.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.3	1.6	9.8	48.0	6.1	12.3	7.8
พนักงาน							
บริษัทเอกชน							
พนักงานขาย ธุรกิจ	13.9	4.0	13.9	49.0	8.9	5.4	5.0
แรงงานและเกษตรกร	16.7	8.3	8.3	33.3	8.3	16.7	8.3
บุคลากรรัฐบาลและ							
ทหาร	14.8	3.7	7.4	37.0	7.4	16.7	13.0
แม่บ้าน	12.0	3.2	13.9	43.0	8.2	10.8	8.9
นักเรียน	9.0	2.6	11.5	48.1	3.8	17.9	7.1
บุคคลที่เกษียณอายุ							
แล้ว	41.7	5.6	11.1	25.0	5.6	5.6	5.6
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	10.8	3.5	14.1	49.8	8.2	5.6	8.0
กลุ่มศักยภาพสูง	28.9	0.0	2.9	32.2	1.2	30.1	4.7

ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
เพศ							
ชาย	55.6	46.7	43.5	46.0	45.3	48.7	55.6
หญิง	44.4	53.3	56.5	54.0	54.7	51.3	44.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 20 ปี	5.2	10.0	3.8	2.8	2.7	5.3	5.2
20-24 ปี	11.8	13.3	18.3	15.1	16.0	20.7	11.8
25-29 ปี	7.8	10.0	11.5	12.3	13.3	13.3	7.8
30-34 ปี	12.4	6.7	11.5	19.1	13.3	23.3	12.4
35-39 ปี	8.5	20.0	7.6	11.6	13.3	7.3	8.5
40-44 ปี	9.8	10.0	10.7	11.8	13.3	7.3	9.8
45-49 ปี	5.9	13.3	12.2	6.4	5.3	5.3	5.9
50-54 ปี	7.2	3.3	0.8	3.8	1.3	-	7.2
55-59 ปี	26.1	10.0	19.1	13.4	17.3	14.7	26.1
60-64 ปี	4.6	3.3	4.6	1.9	2.7	1.3	4.6
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	0.7	-	-	1.7	1.3	1.3	0.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	1.3	-	11.5	10.1	14.7	1.3	1.3
\$10,000 - \$19,999	29.4	76.7	58.8	44.3	57.3	12.0	29.4
\$20,000 - \$49,999	49.7	20.0	29.0	33.5	25.3	68.7	49.7
\$50,000 ขึ้นไป	19.6	3.3	0.8	12.2	2.7	18.0	19.6
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	34.0	13.3	22.9	28.5	21.3	34.0	34.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	20.9	13.3	18.3	20.8	20.0	20.0	20.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	15.0	26.7	21.4	18.1	24.0	7.3	15.0
แรงงานและเกษตรกร	1.3	3.3	0.8	0.7	1.3	1.3	1.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.9	6.7	3.1	3.8	5.3	6.0	3.9
แม่บ้าน	7.2	16.7	16.8	13.2	17.3	11.3	7.2
นักเรียน	11.1	13.3	13.7	12.5	8.0	18.7	11.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	6.5	6.7	3.1	2.4	2.7	1.3	6.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 74 ร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายาสูงชาวอินโดนีเซียจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)		
	Reformer	Succeeder	Mainstream
ภาพรวม	32.7	27.7	39.5
เพศ			
ชาย	50.0	61.3	44.7
หญิง	50.0	38.7	55.3
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี	-	3.6	5.3
20-24 ปี	21.1	8.1	24.5
25-29 ปี	23.7	6.3	12.8
30-34 ปี	13.2	6.3	25.5
35-39 ปี	5.3	4.5	6.4
40-44 ปี	15.8	8.1	8.5
45-49 ปี	10.5	9.9	6.4
50-54 ปี	2.6	5.4	-
55-59 ปี	7.9	39.6	8.5
60-64 ปี	-	7.2	1.1
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	-	0.9	1.1
รวม	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	10.5	0.9	-
\$10,000 - \$19,999	21.1	0.9	1.1
\$20,000 - \$49,999	42.1	66.7	77.7
\$50,000 ขึ้นไป	26.3	31.5	21.3
รวม	100.0	100.0	100.0
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	47.4	39.6	41.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	10.5	18.9	14.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	18.4	5.4	5.3
แรงงานและเกษตรกร	7.9	1.8	1.1
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	10.5	5.4	6.4
แม่บ้าน	2.6	9.0	9.6
นักเรียน	-	10.8	21.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.6	9.0	-
รวม	100.0	100.0	100.0

อินโดนีเซีย

ข.1 การคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

จำนวนประชากร	คน ^a	สัดส่วนอายุ มากกว่า 18 ปี ^b	จำนวนเป้าหมาย อายุตั้งแต่ 18 ปี	สัดส่วนเดินทาง ต่างประเทศ	จำนวนคนเดินทาง ต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
ประชากรทั้งหมด	248,645,008	66.2	164,602,995		
เขตชนบท ^c	ร้อยละ	56	92,177,677	1.39	1,277,253
เขตเมือง ^d	ร้อยละ	44	72,425,318	10.02	7,254,623
รวมจำนวนคนที่เคยเดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา					8,531,876
คิดเป็นร้อยละต่อประชากรทั้งหมด					3.43

	จำนวน ประชากร เฉพาะในเขต เทศบาล ^e	ประมาณการ กลุ่มเป้าหมายที่ อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทาง ต่างประเทศ ในช่วง 5 ปีที่ผ่าน มา ^{**}	สัดส่วนกลุ่ม ศักยภาพสูง (ผล การศึกษา) [*]	ประมาณการจำนวน นักท่องเที่ยวกลุ่ม ศักยภาพสูง	Airport	Model City Type ⁺⁺	List of Prime Area
Jakarta****	4,013,240	1,960,958	42.8	839,290	International	a	
Bandung	1,061,280	518,565	20.5	106,306	International	c	
Semarang	570,240	278,632	20.5	57,120	International	c	
Yogyakarta	170,759	83,437	20.5	17,105	International	c	
Surabaya	1,103,960	539,419	20.8	112,199	International	b	
Medan	937,640	458,152	20.5	93,921	International	c	
Padang	668,863	326,821	20.5	66,998	International	c	
Makassar	587,000	286,821	20.5	58,798	International	c	
Samarinda	319,538	156,133	20.5	32,007	International and Dome	c	
Palembang	3,280,816	1,603,080	20.5	328,631	Domestic	c	
Pekanbaru	484,000	236,493	20.5	48,481	Domestic	c	
Banjarmasin	275,174	134,456	20.5	27,564	Domestic	c	
รวม		6,582,967		1,788,420			

a ประมาณการจำนวนประชากร Source:

http://www.indexmundi.com/indonesia/demographics_profile.html

b ประมาณการสัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี Source:

http://www.indexmundi.com/indonesia/demographics_profile.html

c ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตชนบทปี 2010 Source:

http://www.indexmundi.com/indonesia/demographics_profile.html

d ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:

http://www.indexmundi.com/indonesia/demographics_profile.html

e ประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:<http://www.citypopulation.de/Indonesia-CU.html>

* ประมาณการรายได้เพื่อจัดสัดส่วนกลุ่มศักยภาพ ปี 2011 Source:

http://www.gbgingonesia.com/en/main/useful_resources/information_by_province/information_by_province.php

**** ประยุกต์ใช้สัดส่วนของเขตเมืองหลวง และเมืองศูนย์กลางภาค

ข.2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวจากสัดส่วนที่พบระหว่างการสำรวจ	ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	สัดส่วนการเดินทางจากการศึกษา	ค่าสัมประสิทธิ์จากการศึกษา	จำนวนคน
8,531,876	เดินทาง 1-2 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	72.7	1.07	6,622,178
	เดินทาง 3-4 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	20.5	0.85	1,494,547
	เดินทางประมาณปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	4.4	0.71	268,330
	เดินทางมากกว่าปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	2.4	0.71	146,822

บรรณานุกรม

- กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: สาธารณรัฐอินโดนีเซีย”. (online). จาก <http://www.mfa.go.th/main/th/world/70/10260-%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8B%E0%B8%B5%E0%B8%A2.html> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “โครงการการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก”. 2556
- index mundi. “Indonesia Demographics Profile”. (online). จาก http://www.indexmundi.com/indonesia/demographics_profile.html สืบค้นวันที่ 15 กันยายน 2556
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศอินโดนีเซีย”. ปี 2556. (Online). จาก http://en.wikipedia.org/wiki/Demographics_of_Indonesia. 2013 สืบค้นวันที่ 17 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 - Indonesia”. (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=ID> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556
- Immigration Bureau. “Police Department”. 2013. (Online). จาก <http://www.immigration.go.th/nov2004/base.php?page=stat> สืบค้นวันที่ 15 กันยายน 2556