รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการสำรวจพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2566

(ข้อมูลไตรมาส 1 – ไตรมาส 3 ปี 2566)



นำเสนอต่อ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย





จัดพิมพ์ : กันยายน 2566

จัดทำโดย
บริษัท แบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด



สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 รายละเอียดโครงการ 1

1.1 หลักการและเหตุผล 2

1.2 วัตถุประสงค์ 2

1.3 ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา 2

1.4 การส่งมอบงาน 4

บทที่ 2 ระเบียบวิธีวิจัย 5

2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง 6

2.2 การกำหนดพื้นที่งานภาคสนาม 6

2.3 การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 6

2.4 โครงสร้างแบบสอบถาม 7

2.5 การทำงานภาคสนาม 9

2.6 ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน 10

บทที่ 3 ผลการศึกษา 15

3.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 16

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย 21

3.2.1 วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว 21

3.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว 23

3.2.3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว 25

3.2.3.1 ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทาง 25

3.2.3.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว 25

3.2.4 ความชอบและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 27

3.2.4.1 จังหวัดที่อยากไปท่องเที่ยว แต่ยังไม่เคยไป 27

3.2.4.2 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ 28

3.2.4.3 กิจกรรมที่ชื่นชอบ 29

3.2.4.4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 32

3.2.5 การหาข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย 33

3.2.5.1 ช่วงเวลาก่อนเดินทาง 33

3.2.5.2 ช่วงเวลาระหว่างการเดินทาง 35

สารบัญ

หน้า

3.2.6 การบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยว 37
3.2.6.1 ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ 37
3.2.6.2 หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์ 38
3.2.6.3 ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์ 39
3.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย 40
3.3.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ปี 2566 40
3.3.1.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย (ภาพรวม) ปี 2566 40
3.3.1.2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนกรุงเทพมหานคร ปี 2566 44
3.3.1.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคเหนือ ปี 2566 48
3.3.1.4 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2566 52
3.3.1.5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคกลาง ปี 2566 56
3.3.1.6 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออก ปี 2566 60
3.3.1.7 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคใต้ ปี 2566 64
3.3.1.8 ตารางข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย จำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย 68
3.3.2 ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ 74
3.3.3 ความคาดหวังจากการท่องเที่ยว 76
3.3.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว 79
3.4 การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (Mapping analysis) 80

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์ของ ททท. 85
4.1 นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) 87
4.2 นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) 95
4.3 นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) 103
4.4 นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) 111
4.5 นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) 119
4.6 นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) 127

บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นที่ ททท. สนใจ 135
5.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา 136
5.2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง 145
5.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค 156
5.4 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค 166

สารบัญ

หน้า

บทที่ 6 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค 175

6.1 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคเหนือ 176

6.2 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 183

6.3 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคกลาง 190

6.4 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออก 197

6.5 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคใต้ 204

บทที่ 7 การเปรียบเทียบข้อมูลในประเด็นที่น่าสนใจ 211

7.1 การเปรียบเทียบข้อมูลไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2566 กับ ไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2565 212

7.2 การเปรียบเทียบข้อมูล ระหว่างไตรมาส 1 ไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ปี 2566 221

7.3 การเปรียบเทียบข้อมูล ระหว่างไตรมาส 3 ปี 2566 กับ ไตรมาส 3 ปี 2565 228

บทที่ 8 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว 237

8.1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว
จากข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว 238

8.2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว
จากความชอบที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว 242

8.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว
จากประสบการณ์ที่ได้รับ 250

บทที่ 9 อัตราการเปลี่ยนใจ (ที่มีต่อแผนการท่องเที่ยว) 255

9.1 รายละเอียดของกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1 257

9.2 รายละเอียดของกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1 259

ภาคผนวก 263

ก จังหวัดยอดนิยม (จำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย) 264

ข จังหวัดยอดนิยมตามภูมิภาค (จำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย) 265

ค แบบสอบถาม 266

ง โชว์การ์ด 275

01

รายละเอียดโครงการ

1.1 หลักการและเหตุผล

ด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีภารกิจหลักในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยการทำงานด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับติดตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอยู่ในสภาวะค่อนข้างผันผวน ประสบกับวิกฤติการณ์ต่างๆ จากทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น ภัยธรรมชาติ สถานการณ์โรคระบาด สถานการณ์การเมือง สภาวะเศรษฐกิจถดถอย รวมถึงความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวไทยซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ล้วนส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น ททท. จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีฐานข้อมูลที่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างมีศักยภาพและทันสมัย สำหรับนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ และวางแผนปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

- เพื่อสำรวจและจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย
- เพื่อให้ ททท. มีข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยวของชาวไทย นำไปใช้วางแผน กำหนดกลยุทธ์หรือการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.3 ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา

1.3.1 แนวทางการศึกษา ประกอบด้วย

- การวิจัยเอกสาร: การศึกษาเอกสารเป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากงานวิจัย สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลจากเว็บไซต์/Social Media เทรนด์ท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พฤติกรรมผู้บริโภค และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางในการวิจัยภาคสนามต่อไป
- การสำรวจข้อมูลภาคสนาม: การสำรวจข้อมูลเป็นรายเดือนแบบ Face-to-face ร่วมกับแบบออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ทั้งนี้ จะต้องกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างตามหลักวิชาการทางสถิติที่เหมาะสม และมีค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อยร้อยละ 95 (รายไตรมาส)

1.3.2 จำนวนหน่วยตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา

กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาไม่น้อยกว่า 61,600 หน่วย โดยกลุ่มเป้าหมายคือ ชาวไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดต่างๆ ซึ่งหน่วยตัวอย่างเป้าหมายต้องกระจายครอบคลุมทั้ง 5 ภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อให้สามารถเป็นตัวแทนทั้งในระดับภาคและระดับประเทศ

1.3.3 พื้นที่ดำเนินการ

เก็บข้อมูลจากชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยทั้ง 77 จังหวัด โดยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งภาคตามพื้นที่ของ ททท.

1.3.4 ประเด็นการสำรวจและจัดเก็บข้อมูล

- ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ (รายได้ต่อหัวและรายได้ครัวเรือน) และสถานภาพสมรส เป็นต้น
- ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น
  - วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - ความชอบและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - ผู้ตัดสินใจหลักและการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว
  - ช่องทางในการหาข้อมูล
  - กิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว
  - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว
  - การบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยว
  - งบประมาณในการท่องเที่ยว
- การสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
  - จำนวนครั้งในการเดินทางในแต่ละเดือน
  - จำนวนวันในการเดินทาง/พักค้าง-ไม่พักค้าง/ช่วงวันที่เดินทาง/ผู้ร่วมเดินทาง
  - พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การจัดการเดินทาง (เดินทางเองหรือเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว)
  - จังหวัด/วัตถุประสงค์/กิจกรรมที่ทำในจังหวัดที่เดินทางไป/ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว/ช่วงวัน-เวลาที่เดินทาง
  - ประเภทของสถานพักแรม/ที่พัก/รูปแบบการจองที่พัก
  - พฤติกรรมการแนะนำ/การบอกต่อไปยังบุคคลอื่น เช่น การแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก หรือวิธีการเดินทาง
  - พฤติกรรมการทำกิจกรรมเพื่อรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
  - การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวเมือหลัก-เมืองรอง/ภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค
- การสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจที่มีต่อการเดินทางภายในประเทศไทย ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ รวมถึงความคาดหวัง/ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างคุณค่า และยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

1.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

- สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจเป็นรายไตรมาส (ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของจำนวนตัวอย่างที่ที่ปรึกษาจัดเก็บได้) ดังนี้
  - ภาพรวมของประเทศ ภูมิภาค และจังหวัดที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว โดยจะต้องเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2565 ในประเด็นที่น่าสนใจ
  - กลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์ของ ททท.
  - พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา
  - พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองรอง
  - พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค/ข้ามภูมิภาค
- สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมความต้องการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปหรือพฤติกรรมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

1.4 การส่งมอบงาน

1.4.1 รายงานขั้นต้น (Inception Report) ประกอบด้วย

ขอบเขตการดำเนินงานซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมในข้อ 4 (ตามที่กำหนดไว้ใน ToR) โดยเกี่ยวกับแนวทางการศึกษา ผลการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตัวอย่างแบบสอบถาม การกำหนดจำนวนตัวอย่างการกำหนดพื้นที่ในการสุ่มตัวอย่าง แนวทางการวิเคราะห์และนำเสนอผลการสำรวจ การกำหนดระยะเวลาและขั้นตอนการทำงาน โดยจะต้องส่งมอบงานภายใน 20 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายการที่ส่งมอบงานเสนอต่อ ททท. คือ รายงานขั้นต้น พิมพ์สีและเข้าเล่ม จำนวน 10 ชุด และ Flash drive ที่บรรจุข้อมูลรายงานขั้นต้น จำนวน 1 ชุด

1.4.2 รายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1 (Progress Report I) ประกอบด้วย

ขอบเขตการดำเนินงานซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับผลการสำรวจข้อมูล การแปรผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นตามประเด็นข้อ 4.4 (ตามที่กำหนดไว้ใน ToR) โดยจะต้องส่งมอบงานภายใน 70 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายการที่ส่งมอบงานเสนอต่อ ททท. คือ รายงานความก้าวหน้า พิมพ์สีและเข้าเล่ม จำนวน 10 ชุด ตารางสถิติแสดงผลข้อมูลจากการสำรวจจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูล 4.5 (ตามที่กำหนดไว้ใน ToR) และ Flash drive ที่บรรจุข้อมูลดิบ (Raw data) ที่ได้จากการสำรวจข้อมูลในรูปแบบ Soft file พร้อมคู่มือลงรหัส จำนวน 1 ชุด

1.4.3 รายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 2 (Progress Report II) ประกอบด้วย

ขอบเขตการดำเนินงานซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับผลการสำรวจข้อมูล การแปรผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นตามประเด็นข้อ 4.4 (ตามที่กำหนดไว้ใน ToR) โดยจะต้องส่งมอบงานภายใน 163 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายการที่ส่งมอบงานเสนอต่อ ททท. คือ รายงานความก้าวหน้า พิมพ์สีและเข้าเล่ม จำนวน 10 ชุด ตารางสถิติแสดงผลข้อมูลจากการสำรวจจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูล 4.5 (ตามที่กำหนดไว้ใน ToR) และ Flash drive ที่บรรจุข้อมูลดิบ (Raw data) ที่ได้จากการสำรวจข้อมูลในรูปแบบ Soft file พร้อมคู่มือลงรหัส จำนวน 1 ชุด

1.4.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย

ขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมตามประเด็นการศึกษาทุกข้อที่กำหนดไว้เกี่ยวกับการสำรวจข้อมูล การแปรผลและการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำบทสรุปตามประเด็นข้อมูลสำคัญที่ได้จากการสำรวจ จัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์และรายงานสรุปฉบับผู้บริหาร ทั้งนี้ ไฟล์ภาพและ Infographic ที่ใช้ในงานทั้งหมดต้องมีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง ซึ่ง ททท. สามารถแก้ไข/ตัดต่อ/ปรับเปลี่ยนเพื่อนำไปใช้ในสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลได้ โดยจะต้องส่งมอบงานภายใน 220 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายการที่ส่งมอบงานเสนอต่อ ททท. คือ รายงานฉบับสมบูรณ์ พร้อมสรุปตารางสถิติ พิมพ์สีและเข้าเล่ม จำนวน 40 ชุด รายงานบทสรุปผู้บริหาร พิมพ์สีและเข้าเล่ม จำนวน 50 ชุด และ External Drive ที่บรรจุข้อมูลดิบ (Raw data) ที่ได้จากการสำรวจข้อมูลในรูปแบบ Soft file พร้อมคู่มือลงรหัส จำนวน 1 ชุด

02

ระเบียบวิธีวิจัย

2 ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายทุกคนที่จะผ่านการคัดกรองเพื่อไปให้ข้อมูล ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- ต้องอาศัยหรือมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเป้าหมายที่ทำการสัมภาษณ์ และมีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี
- ต้องมีการเดินทางข้ามจังหวัดในเดือนที่ผ่านมา ต้องมีการเดินทางข้ามจังหวัดในเดือนที่ทำการสัมภาษณ์ หรือมีแผนที่จะเดินทางข้ามจังหวัดในเดือนหน้า **(โดยการเดินทางข้ามจังหวัดต้องเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว/เพื่อการพักผ่อน/เพื่อเยี่ยมครอบครัว ญาติ เพื่อน/เพื่อชมกีฬา/เพื่อทำบุญไหว้พระ)**
- ต้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนการเดินทางข้ามจังหวัดภายในประเทศไทย
- ต้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามจังหวัดภายในประเทศไทย

2.2 การกำหนดพื้นที่งานภาคสนาม

พื้นที่ในการทำงานภาคสนามครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด โดยจะมีพื้นที่ในการสำรวจข้อมูลภาคสนามดังนี้

- สำหรับพื้นที่งานภาคสนามในแต่ละจังหวัด (ยกเว้น กรุงเทพฯ) จะกำหนดพื้นที่งานภาคสนามไว้ 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ในอำเภอเมืองและพื้นที่นอกอำเภอเมือง
- สำหรับพื้นที่งานภาคสนามของกรุงเทพฯ กำหนดการทำงานภาคสนามครอบคลุมตามความสำคัญของพื้นที่ เช่น เขตพื้นที่เศรษฐกิจ เขตพื้นที่การศึกษา (มหาวิทยาลัยต่างๆ) และศูนย์ราชการต่างๆ เป็นต้น

2.3 การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลสำหรับโครงการฯ มีจำนวน 61,600 ตัวอย่าง (77 X 800) โดยสัดส่วนที่ทำการเก็บข้อมูลทั้ง 77 จังหวัดมีจำนวนเท่ากันที่ 800 ตัวอย่าง ซึ่งทำให้ผลการศึกษาในภาพรวมของแต่ละจังหวัดมีค่าความเชื่อมั่นเกินร้อยละ 95 ตามสูตรของ Yamane

นอกจากจำนวนตัวอย่างดังกล่าว ที่ปรึกษาจะทำการสอบถามข้อมูลครั้งที่ 2 กับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มเดิมจำนวน 9,240 ตัวอย่าง เพื่อสอบถามอัตราการเปลี่ยนใจ (ที่มีต่อแผนการท่องเที่ยวที่วางไว้)

ดังนั้น **<u>จำนวนตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 70,840 ตัวอย่าง (61,600 + 9,240)</u>** โดยที่ปรึกษาได้กำหนด Soft quota ของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนการกระจายตัวตามข้อมูลประชากรจริงของประเทศไทยในภาพรวม ดังนี้

ตารางที่ 2.3: การกำหนดขนาดและการกระจายตัวของประชากรประเทศไทย ในแต่ละช่วงอายุ

	สัดส่วนประชากร* (ร้อยละ)			จำนวนตัวอย่าง** (คน)		
อายุ	**ชาย**	**หญิง**	**รวม**	**ชาย**	**หญิง**	**รวม**
15-24	7.71	7.35	**15.06**	4,752	4,528	**9,280**
25-34	8.82	8.56	**17.38**	5,432	5,272	**10,704**
35-44	8.82	8.74	**17.56**	5,432	5,384	**10,816**
45-54	8.94	9.57	**18.51**	5,504	5,896	**11,400**
55-64	7.60	8.73	**16.33**	4,680	5,376	**10,056**
65+	6.62	8.55	**15.17**	4,080	5,264	**9,344**
รวม	**48.51**	**51.49**	**100.00**	**29,880**	**31,720**	**61,600**

หมายเหตุ:
*ข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2566
**จำนวนตัวอย่างที่จัดเก็บได้จริง อาจมีความคลาดเคลื่อนจากตารางที่ 2.3 เล็กน้อย (ความแตกต่างไม่เกินร้อยละ 3 ในแต่ละช่อง) ทั้งนี้จำนวนตัวอย่างรวม ยังคงเท่ากับ 61,600 ตัวอย่าง

ถึงแม้ว่าการกำหนดขนาดและการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ จะมีขนาดหรือจำนวนที่แตกต่างกัน แต่บริษัทฯ ยังคงสามารถวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มได้ (หากมองในระดับของจังหวัด หรือจำแนกตามเพศ) และนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ข้อมูลที่ได้ยังสามารถปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อดูพฤติกรรมเฉพาะของช่วงอายุได้อีกด้วย เช่น การปรับเปลี่ยนช่วงอายุเป็น 20-37 ปี (Gen-Y) หรือการปรับเปลี่ยนระยะห่างของช่วงอายุเป็น 36-40 ปี เป็นต้น เนื่องจากแบบสอบถามจะมีการสอบถามถึงอายุจริง นอกเหนือไปจากการสอบถามถึงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการทำงานภาคสนามของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี อาจต้องมีการผ่อนปรนหรือลดเกณฑ์ในการคัดกรอง 2 ข้อ คือ

- ต้องเป็นผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย
- ต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หรือมีส่วนร่วมในการออกค่าใช้จ่าย

2.4 โครงสร้างแบบสอบถาม

โครงสร้างแบบสอบถามจะครอบคลุมข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ใน ToR แต่จะมีการเรียงลำดับหรือจัดวางชุดคำถามที่มีความเหมาะสมในการสัมภาษณ์ โดยจะมีลำดับของชุดคำถาม (โครงสร้างของแบบสอบถาม) ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้

- **General travel behavior**
  สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมโดยทั่วไปในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้า ความครบถ้วนของแผนการเดินทาง กิจกรรมที่มักทำระหว่างทริป แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการข้อมูลทั้งก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และพฤติกรรมในการแนะนำหรือการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นหลังจากจบทริป เป็นต้น
- **Travel attitude and expectation**
  สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ต้องการ อยากให้มีหรืออยากเห็นในประเทศไทย รวมไปถึงความคาดหวังต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

- **Objective/Psychological factor**

  สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์/ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายเดินทางโดยจะเน้นในการสอบถามถึงปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเดินทางข้ามจังหวัด เช่น เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน เพื่อค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต เพื่อเรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ เพื่อทดลองรับประทานอาหารใหม่ๆ เพื่อทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อถ่ายรูป เป็นต้น

- **Deciding factor**

  สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกจังหวัด/ภูมิภาค/แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม ของกลุ่มเป้าหมายเมื่อต้องการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ ความปลอดภัยของพื้นที่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังพื้นที่ ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่ หรือการประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

- **Travel experience, travel behavior and travel plan**

  คำถามในส่วนนี้ จะจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาได้แก่
  - ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเดือนที่แล้ว (Past; T-1; **Travel experience and travel itinerary from previous moth**)
  - พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเดือนนี้ (Present; T; **Travel behavior and travel itinerary during this moth**)
  - แผนการท่องเที่ยวในเดือนหน้า (Future; T+1; **Travel plan and travel itinerary for next moth**)

  เหตุผลหลักที่มีการสอบถามข้อมูลใน 3 ช่วงเวลา เพราะที่ปรึกษาจะใช้ข้อมูลดังกล่าวในการวิเคราะห์ความแม่นยำของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย (ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันหรือคล้ายคลึงกัน) โดยในแต่หัวข้อที่จะทำการรวบรวมข้อมูล ได้แก่
  - จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว
  - สัดส่วนของจำนวนครั้งจำแนกตามการท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือการใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว
  - สัดส่วนของจำนวนครั้งจำแนกตามการท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดาหรือในช่วงวันหยุด
  - สัดส่วนของจำนวนครั้งจำแนกตามการเดินทางแบบไม่พักค้างคืนหรือการเดินทางแบบพักค้างคืน
  - จังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางหลัก
  - จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทาง (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - บุคคลที่เดินทางด้วย (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - กิจกรรมที่ทำระหว่างทริป (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - ประโยชน์ที่ได้รับจากการเดินทาง (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - พฤติกรรมการทำกิจกรรมเพื่อรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (เฉพาะช่วงเวลา T)
  - ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเดินทาง (เฉพาะช่วงเวลา T)

    เป็นต้น

- **Demographic**
  สอบถามข้อมูลส่วนตัวที่จะเป็นประโยชน์กับ ททท. ในการจัดกลุ่มหรือแบ่งกลุ่มโดยจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายรับส่วนตัวต่อเดือน รายรับครอบครัวต่อเดือน สถานภาพสมรส และช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

2.5 การทำงานภาคสนาม

โครงการฯ มีระยะเวลางานภาคสนามตั้งแต่เดือน มี.ค. – ก.ย. รวม 7 เดือน ดังนั้น จำนวนและการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเดือนในแต่ละจังหวัด สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

	เดือนตามปฏิทิน	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	จำนวน (ตัวอย่าง)
	เดือนงานภาคสนาม	1	2	3	4	5	6	7	
กลุ่มตัวอย่าง: กลุ่มใหม่	จำนวนตัวอย่าง	7,700/7,700	7,700	7,700	7,700	7,700	7,700	7,700	61,600
	ต้องท่องเที่ยวในเดือน ➔	ม.ค. / ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	
กลุ่มเดิม	จำนวนตัวอย่าง			9,240					9,240
							รวม		**70,840 ตัวอย่าง**

จากตารางด้านบน มีการจำแนกกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหม่ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ทำการ Recruit ใหม่ในเดือนนั้นๆ
- กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิม หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่เคยได้ทำการสัมภาษณ์ไปแล้วในเดือนที่ผ่านมา

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหม่จะใช้ Face-To-Face interview ในการสัมภาษณ์เก็บรวมรวมข้อมูลและบันทึกผ่านระบบ Online survey บน Website ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

- เดือนที่ 1 (มี.ค.) ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ (Rd) ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 + 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยจำแนกเป็นข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเดือน ม.ค. (ใช้เป็นช่วงเวลา T) จำนวน 7,700 ราย และข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเดือน ก.พ. (ใช้เป็นช่วงเวลา T) จำนวน 7,700 ราย
- เดือนที่ 2 (เม.ย.) Rd ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเดือน ก.พ. (T-1) เดือน มี.ค. (T) และเดือน เม.ย. (T+1)
- เดือนที่ 3 (พ.ค.) Rd ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเดือน (T-1) เดือน (T) และเดือน (T+1) กล่าวคือในเดือนที่ 3 (พ.ค.) ➔ เดือน T-1 คือ เดือน มี.ค., เดือน T คือ เดือน เม.ย. และเดือน T+1 คือ เดือน พ.ค.
- เดือนที่ 4 (มิ.ย.) Rd ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเดือน (T-1) เดือน (T) และเดือน (T+1) กล่าวคือในเดือนที่ 4 (มิ.ย.) ➔ เดือน T-1 คือ เดือน เม.ย., เดือน T คือ เดือน พ.ค. และเดือน T+1 คือ เดือน มิ.ย.

- เดือนที่ 5 (ก.ค.) Rd ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเดือน (T-1) เดือน (T) และเดือน (T+1) กล่าวคือในเดือนที่ 5 (ก.ค.) ➔ เดือน T-1 คือ เดือน พ.ค., เดือน T คือ เดือน มิ.ย. และเดือน T+1 คือ เดือน ก.ค.
- เดือนที่ 6 (ส.ค.) Rd ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเดือน (T-1) เดือน (T) และเดือน (T+1) กล่าวคือในเดือนที่ 6 (ส.ค.) ➔ เดือน T-1 คือ เดือน มิ.ย., เดือน T คือ เดือน ก.ค. และเดือน T+1 คือ เดือน ส.ค.
- เดือนที่ 7 (ก.ย.) Rd ทุกคนเป็นกลุ่มใหม่ จำนวนตัวอย่าง 7,700 ราย สัมภาษณ์ด้วย Face-To-Face interview ทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเดือน (T-1) เดือน (T) และเดือน (T+1) กล่าวคือในเดือนที่ 7 (ก.ค.) ➔ (T-1) เดือน ส.ค. (T) และเดือน ก.ย. (T+1)

และทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติม Rd กลุ่มเดิม เดือนที่ 3 - 6 (พ.ค. - ส.ค.) จำนวน 9,240 ราย สัมภาษณ์ด้วย Telephone interview และบันทึกข้อมูลผ่านระบบ Online survey บน Website โดยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะปัญหาหรือปัจจัยที่ทำให้แผนการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นไปตามที่วางไว้เท่านั้น

2.6 ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน

2.6.1 การพัฒนาแบบสอบถาม

เพื่อการศึกษาเป็นไปด้วยความเป็นธรรมและมีอคติต่อการวิเคราะห์ข้อมูลน้อยที่สุด ที่ปรึกษามีวิธีในการพัฒนาแบบสอบถามดังนี้

- ที่ปรึกษาจะพัฒนาแบบสอบถามชนิดโครงสร้าง (Structure Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-To-Face interview) ทั้งนี้ จะใช้แบบสอบถามที่พัฒนาร่วมกับคณะทำงานของ ททท. ซึ่งที่ปรึกษาจะมีการจัดเตรียมและพัฒนาไว้ล่วงหน้า
- ก่อนการดำเนินการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามนั้น จะมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อน เมื่อทดสอบ และทำการปรับปรุงแบบสอบถามจนมีความน่าเชื่อถือตามวิธีการทางสถิติแล้ว จึงจะทำการสำรวจเก็บข้อมูลภาคสนามเต็มรูปแบบต่อไป

2.6.2 แผนการควบคุมกำกับคุณภาพการสำรวจ

ขั้นการเก็บรวบรวม	– ความครบถ้วนของข้อมูล – ความถูกต้องของข้อมูล
ขั้นการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล	– Manual Editing – Machine Editing – ความถูกต้องของการประมวลผลข้อมูล – ความถูกต้องของการวิเคราะห์ข้อมูล
ขั้นการนำเสนอ	ความถูกต้องของการนำเสนอข้อมูลและการจัดทำรายงาน

<u>แผนภาพที่ 2.6.2</u>: การควบคุมคุณภาพการจัดเก็บข้อมูลในแต่ละขั้นตอน

การควบคุมคุณภาพในการจัดเก็บข้อมูล จะดำเนินการในแต่ละขั้นตอนของการสำรวจฯ ดังนี้

- ขั้นการเก็บรวบรวมข้อมูล: เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญและส่งผลต่อคุณภาพของข้อมูลที่ได้ ดังนั้น การควบคุมคุณภาพในขั้นนี้จะดำเนินการอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากที่สุด สำหรับนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป โดยพิจารณาจาก
  - ความครบถ้วนของข้อมูล โดยการตรวจสอบรายการต่างๆ ในแบบสอบถามว่าได้มีการบันทึกครบถ้วนทุกรายการที่กำหนดหรือไม่
  - ความถูกต้องของข้อมูล โดยตรวจสอบข้อมูลที่บันทึกในแบบสอบถามว่ามีความถูกต้องหรือไม่ และมีขั้นตอนในการทำงานดังนี้
  - พนักงานสัมภาษณ์ทุกคนจะต้องได้รับการอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการสำรวจและมีทักษะของการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี
  - ก่อนการลงงานเก็บข้อมูลภาคสนาม พนักงานสัมภาษณ์ทุกคนจะต้องได้รับการชี้แจงรายละเอียดของคำถามในแต่ละข้อ ว่าข้อมูลที่ต้องการจากกลุ่มเป้าหมายคืออะไร เพื่อกำหนดมาตรฐานการสัมภาษณ์ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และให้สามารถตอบข้อซักถามหรืออธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมในแบบสอบถามได้
  - การดำเนินการสัมภาษณ์จะมีเจ้าหน้าที่ระดับอาวุโส (Supervisor) อยู่ประจำพื้นที่การสัมภาษณ์เพื่อช่วยเหลือพนักงานสัมภาษณ์ในกรณีที่มีปัญหาที่ต้องการการแก้ไขเร่งด่วน
  - หลังจบการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ระดับอาวุโส (Supervisor) จะทำการตรวจเช็คแบบสอบถามทุกชุดหรือร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด เพื่อตรวจดูความครบถ้วน สมบูรณ์ และความสัมพันธ์ของคำตอบ
- ขั้นการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล: ในการประมวลผลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติจะมีการควบคุมคุณภาพของข้อมูล ดังนี้
  - ในส่วนของขั้นตอนการบันทึกข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์ ได้กำหนดการควบคุมเพื่อการตรวจสอบคุณภาพ โดยร้อยละ 80 ของข้อมูล จะถูกบันทึกอีกครั้งเพื่อการตรวจสอบในลักษณะ Parallel Run หากพบว่า มีความแตกต่างกันเกินกว่าร้อยละ 5.0 จะทำการบันทึกข้อมูลใหม่ทั้งหมด แต่ถ้าน้อยกว่าร้อยละ 5.0 จะทำการแก้เฉพาะที่มีความแตกต่างกัน

- การตรวจสอบด้วยมือ (Manual Editing) โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้บันทึกเข้าไปในระบบ Website สำหรับสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และถูกต้อง
- การตรวจสอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine editing) เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของการลงรหัส (Coding) ความสัมพันธ์ของข้อมูล และการตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อมูล (Possible Code)
- ความถูกต้องของการประมวลผลข้อมูล โดยเป็นการตรวจสอบอย่างละเอียดรอบคอบว่าได้มีการคำนวณค่าผิดหรือไม่ รวมทั้งต้องมีการตรวจสอบโปรแกรมการประมวลผลให้ถูกต้อง
- ความถูกต้องการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลมาทำการวิเคราะห์ โดยจะต้องเลือกค่าสถิติที่จะนำมาใช้ให้เหมาะสมถูกต้อง และตรวจสอบดูว่าค่าที่คำนวณมาได้นั้นถูกต้องหรือไม่

2.6.3 เครื่องมือและระบบที่ใช้ในการพัฒนาแบบสอบถามออนไลน์

การสำรวจจะบันทึกข้อมูลผ่านระบบ Online Server ที่ปรึกษาจะจัดทำ Website สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลและจะใช้ Server แบบ SSD เพื่อให้เกิดความลื่นไหลของระบบ และ Server ดังกล่าว จะใช้สำหรับโครงการนี้เท่านั้น เพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดระหว่างการปฏิบัติงานภาคสนาม

2.6.4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลนั้น ที่ปรึกษาจะใช้ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย และวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอ ในรูปแบบตารางหรือแผนภูมิ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบเลือกตอบความพึงพอใจ 5 ระดับ ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวจะทำได้โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางเพื่อสรุปผลคะแนนการประเมินระดับความพึงพอใจ

ทั้งนี้ ข้อมูลและข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย จะถูกวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตารางหรือสรุปผลจากการวิเคราะห์ โดยนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความพึงพอใจ มานำเสนอในรูปแบบรายงาน ตาราง แผนภูมิ พร้อมด้วยรายละเอียดเชิงลึกของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

2.6.5 ระยะเวลาการศึกษาโครงการ

ในภาพรวม การศึกษาโครงการฯ มีระยะเวลารวม 220 วัน และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ขั้นตอน/ระยะเวลา	20	40	60	80	100	120	140	160	180	200	220
Desk research	X										
F2F Qnaire development	X										
ส่งมอบงวดงานที่ 1	X										
F2F fieldwork	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Data QC and data entry		X	X	X	X	X	X	X	X		
ส่งมอบงวดงานที่ 2				X							
Revise report				X	X						
ส่งมอบงวดงานที่ 3								X			
Revise report								X	X	X	
ส่งมอบงวดงานที่ 4											X



03

ผลการศึกษา

ข้อมูลไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2566

3 ผลการศึกษา

โดยสำรวจข้อมูลไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2566 ระหว่างเดือน ม.ค. - ส.ค. ปี 2566

3.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

3.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (ภาพรวม)

แผนภาพที่ 3.1.1: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (ภาพรวม)

เพศ

เพศชาย	เพศหญิง
48.78	51.22

ช่วงอายุ

15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ขึ้นไป
15.28	17.53	17.63	18.47	16.36	14.74

สถานภาพสมรส

โสด	คู่รัก (ยังไม่ได้แต่งงาน)	หย่าร้าง	แต่งงาน (ไม่มีบุตร)	แต่งงานและมีบุตร
19.64	12.57	1.21	7.98	58.60

ระดับการศึกษา

	ร้อยละ
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	11.94
มัธยมปลาย/ปวช.	20.14
อนุปริญญา/ปวส.	17.11
ปริญญาตรี	48.09
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.72

จำนวนบุตร

1 คน	2 คน	3 คน	≥4 คน
28.59	49.43	17.20	4.78

รายได้ (ต่อเดือน)

	ส่วนตัว ร้อยละ	ครอบครัว ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5.88	0.15
10,001 - 15,000 บาท	12.87	1.01
15,001 - 30,000 บาท	29.75	5.88
30,001 - 45,000 บาท	32.56	20.08
45,001 - 60,000 บาท	11.04	31.44
60,001 - 75,000 บาท	2.44	22.68
75,001 - 90,000 บาท	0.67	10.94
มากกว่า 90,000 บาท	0.55	7.62
ไม่ระบุ/ไม่ตอบ	4.23	0.20

อาชีพหลัก

	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	9.93
ข้าราชการ	11.03
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6.49
พนักงานบริษัทเอกชน	17.97
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (จดทะเบียนการค้า)	10.53
ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เจ้าของกิจการ)	13.23
ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เป็นลูกจ้าง)	3.58
ฟรีแลนซ์/งานอิสระ	4.79
รับจ้างทั่วไป (เช่น ช่างต่างๆ วินมอเตอร์ไซต์)	2.22
เกษตรกร/ชาวสวน/ชาวนา/ชาวไร่	8.85
แม่บ้าน/พ่อบ้าน (ดูแลครอบครัวไม่มีรายได้)	3.81
เกษียณ	6.71
ว่างงาน/ตกงาน	0.70
ไม่ระบุ/ไม่ตอบ	0.16

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

จากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (ภาพรวม) สามารถอธิบายได้ดังนี้

- **จำแนกตามเพศ:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศชาย (ร้อยละ 48.78) และเพศหญิง (ร้อยละ 51.22)

- **สถานภาพสมรส:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยแต่งงานและมีบุตร (ร้อยละ 58.60) ส่วนใหญ่จำนวนบุตร 2 คน

- **จำแนกตามช่วงอายุ:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 18.47) รองลงมา 35-44 ปี (ร้อยละ 17.63) และ 25-34 ปี (ร้อยละ 17.53) ตามลำดับ

- **อาชีพหลัก:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 17.97) รองลงมา ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เจ้าของกิจการ) (ร้อยละ 13.23) และข้าราชการ (ร้อยละ 11.03) ตามลำดับ

- **ระดับการศึกษา:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 48.09)

- **รายได้<u>ครอบครัว</u>ต่อเดือน:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 45,001 - 60,000 บาท (ร้อยละ 31.44) รองลงมา 60,001 - 75,000 บาท (ร้อยละ 22.68) และ 30,001 - 45,000 บาท (ร้อยละ 20.08) ตามลำดับ

- **รายได้<u>ส่วนตัว</u>ต่อเดือน:**
  นักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท (ร้อยละ 32.56) รองลงมา 15,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 29.75) และ 10,001 - 15,000 บาท (ร้อยละ 12.87) ตามลำดับ

3.1.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (จำแนกตามภูมิภาค)

ตารางที่ 3.1.2: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (จำแนกตามภูมิภาค)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพศ							
ชาย	48.78	46.50	48.86	49.43	47.92	48.71	48.85
หญิง	51.22	53.50	51.14	50.58	52.08	51.29	51.15
สถานภาพสมรส							
โสด	19.64	21.75	18.64	18.74	20.71	16.47	22.88
มีคู่รัก (ยังไม่ได้แต่งงาน)	12.57	12.13	13.17	11.48	12.71	16.06	11.02
แต่งงาน ไม่มีบุตร	7.98	8.00	9.90	6.18	8.78	6.72	8.04
แต่งงาน มีบุตร	58.60	57.25	57.12	62.01	56.89	60.31	56.48
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	1.21	0.88	1.17	1.59	0.91	0.44	1.58
ช่วงอายุ							
15-24 ปี	15.28	13.88	14.25	15.14	14.45	15.22	17.76
25-34 ปี	17.53	17.38	16.84	17.28	17.12	17.96	18.93
35-44 ปี	17.63	18.13	16.47	17.86	17.43	18.32	18.47
45-54 ปี	18.47	18.38	17.68	19.89	18.15	18.51	17.77
55-64 ปี	16.36	15.63	18.38	15.84	16.92	15.90	14.26
65 ขึ้นไป	14.74	16.63	16.38	13.98	15.93	14.08	12.81

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.1.2: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (จำแนกตามภูมิภาค)

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	รวมทั้งหมด	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
อาชีพหลัก							
นักเรียน/นักศึกษา	9.93	10.00	10.38	10.78	10.18	6.92	9.81
ข้าราชการ	11.03	8.13	12.21	11.12	12.94	7.61	9.32
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6.49	4.63	7.23	6.90	7.26	3.90	5.71
พนักงานบริษัทเอกชน	17.97	25.25	15.56	15.53	19.34	30.64	14.58
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (จดทะเบียนการค้า)	10.53	14.38	11.51	11.13	12.15	6.43	9.18
ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เจ้าของกิจการ)	13.23	10.13	11.32	13.68	11.63	17.28	14.24
ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เป็นลูกจ้าง)	3.58	1.88	4.35	3.38	2.18	4.50	4.01
ฟรีแลนซ์/งานอิสระ	4.79	6.00	5.66	4.17	3.88	3.90	6.29
รับจ้างทั่วไป (เช่น ช่างต่างๆ วินมอเตอร์ไซต์)	2.22	2.13	2.38	2.44	1.59	1.79	2.75
เกษตรกร/ชาวสวน/ชาวนา/ชาวไร่	8.85	1.75	7.48	10.48	4.79	6.81	14.46
แม่บ้าน/พ่อบ้าน (ดูแลครอบครัวไม่มีรายได้)	3.81	1.88	3.45	3.74	4.29	3.14	4.21
เกษียณ	6.71	12.88	7.54	6.13	8.58	6.60	4.33
ว่างงาน/ตกงาน	0.70	0.75	0.79	0.44	0.94	0.40	0.87
ไม่ระบุ/ไม่ตอบ	0.16	0.25	0.15	0.08	0.25	0.08	0.25
ระดับการศึกษา							
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	11.94	4.75	10.20	13.01	8.85	10.19	17.38
มัธยมปลาย/ปวช.	20.14	12.63	18.38	22.13	15.60	22.29	23.57
อนุปริญญา/ปวส.	17.11	11.50	15.72	18.48	15.91	18.39	17.45
ปริญญาตรี	48.09	67.13	52.57	43.54	56.78	46.14	39.87
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.72	4.00	3.13	2.84	2.86	2.99	1.73

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.1.2: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (จำแนกตามภูมิภาค)

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	รวมทุกภาค	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
รายได้ครอบครัวต่อเดือน							
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.15	0.00	0.07	0.04	0.30	0.06	0.29
10,001 - 15,000 บาท	1.01	0.25	0.97	0.93	1.09	0.51	1.41
15,001 - 30,000 บาท	5.88	3.00	4.88	6.23	5.23	4.04	8.55
30,001 - 45,000 บาท	20.08	17.50	21.85	22.39	17.04	11.86	23.63
45,001 - 60,000 บาท	31.44	25.75	32.85	33.18	29.33	29.64	30.95
60,001 - 75,000 บาท	22.68	19.13	20.10	24.51	24.65	26.24	18.51
75,001 - 90,000 บาท	10.94	12.25	10.56	8.48	12.39	15.33	10.35
มากกว่า 90,000 บาท	7.62	21.13	8.67	4.21	9.32	12.31	6.16
ไม่ระบุ/ไม่ตอบ	0.20	1.00	0.06	0.05	0.66	0.01	0.16
รายได้ส่วนตัวต่อเดือน							
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5.88	2.13	6.46	6.50	5.65	3.75	5.96
10,001 - 15,000 บาท	12.87	9.00	13.83	13.47	10.91	9.72	15.24
15,001 - 30,000 บาท	29.75	30.25	34.48	30.41	26.76	24.25	30.25
30,001 - 45,000 บาท	32.56	34.50	28.43	32.01	35.07	39.53	30.84
45,001 - 60,000 บาท	11.04	14.38	9.47	9.55	13.07	15.90	9.48
60,001 - 75,000 บาท	2.44	4.75	1.90	1.80	3.33	3.49	2.28
75,001 - 90,000 บาท	0.67	1.75	0.74	0.34	0.90	0.88	0.64
มากกว่า 90,000 บาท	0.55	0.50	0.90	0.42	0.42	0.38	0.58
ไม่ระบุ/ไม่ตอบ	4.23	2.75	3.79	5.49	3.89	2.11	4.72

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

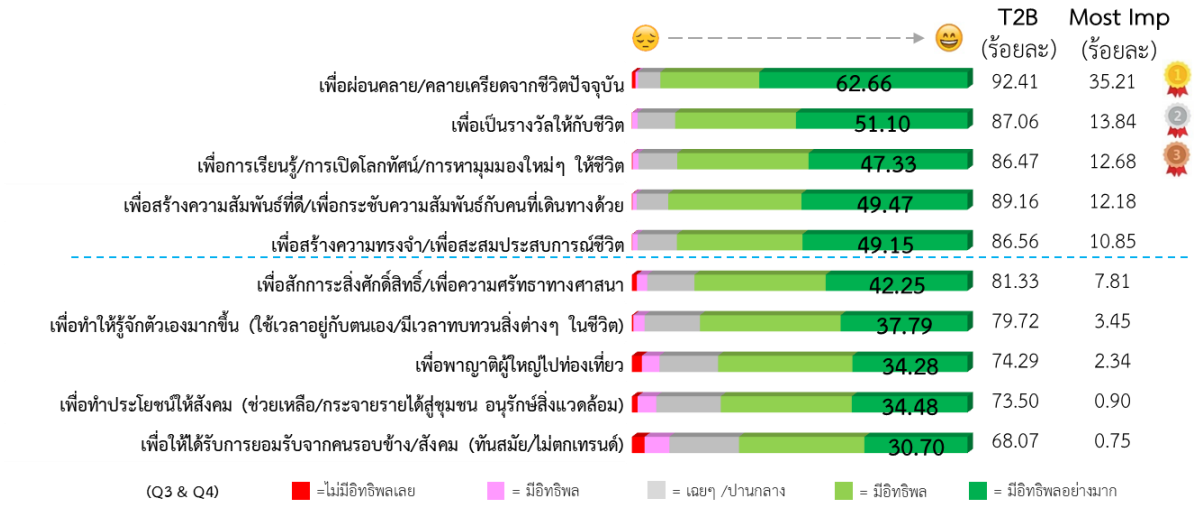
3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

3.2.1 วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว

3.2.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย (ภาพรวม)

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พิจารณาจากปัจจัยที่มีอิทธิพล/กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

<u>แผนภาพที่ 3.2.1.1</u>: วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ภาพรวม)



แผนภาพ 3.2.1.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- หากพิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ทั้ง 10 ข้อ มีค่าทัศนคติเชิงบวกเกินร้อยละ 50.00 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกัน น้ำหนักหรืออิทธิพลของแต่ละวัตถุประสงค์จะไม่เท่ากัน โดยประเด็นที่ได้รับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก (พิจารณาจาก Most Important) ได้แก่
  - อันดับ 1: เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 35.21)
  - อันดับ 2: เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต (ร้อยละ 13.84)
  - อันดับ 3: เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต (ร้อยละ 12.68)
- สำหรับวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) ถึงแม้ว่า จะอยู่ในอันดับท้ายๆ แต่จะเห็นได้ว่า ถ้าพิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) จะมีค่าเท่ากับ (ร้อยละ 73.50) ซึ่งอนุมานได้ว่า นักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (รายละเอียดอยู่ในตาราง 3.2.4.3C และตาราง 3.2.4.3D หน้า 31)

3.2.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามภูมิภาค

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พิจารณาจากปัจจัยที่มีอิทธิพล/กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.2: วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย
(จำแนกตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่)

วัตถุประสงค์	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	35.21	48.13	35.32	26.66	36.79	46.58	38.07
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	13.84	6.88	15.34	15.63	11.01	9.82	15.49
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	12.68	6.38	16.96	12.10	12.66	5.61	12.87
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	12.18	17.75	9.48	12.23	14.22	10.46	14.01
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	10.85	11.00	10.04	14.05	10.29	10.06	8.44
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	7.81	5.13	7.50	8.51	8.29	11.24	4.38
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	3.45	2.75	2.31	5.08	3.10	2.46	3.60
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	2.34	1.50	2.03	3.30	2.28	2.18	1.51
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	0.90	0.25	0.43	1.41	0.76	0.79	0.98
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)	0.75	0.25	0.60	1.04	0.60	0.81	0.65

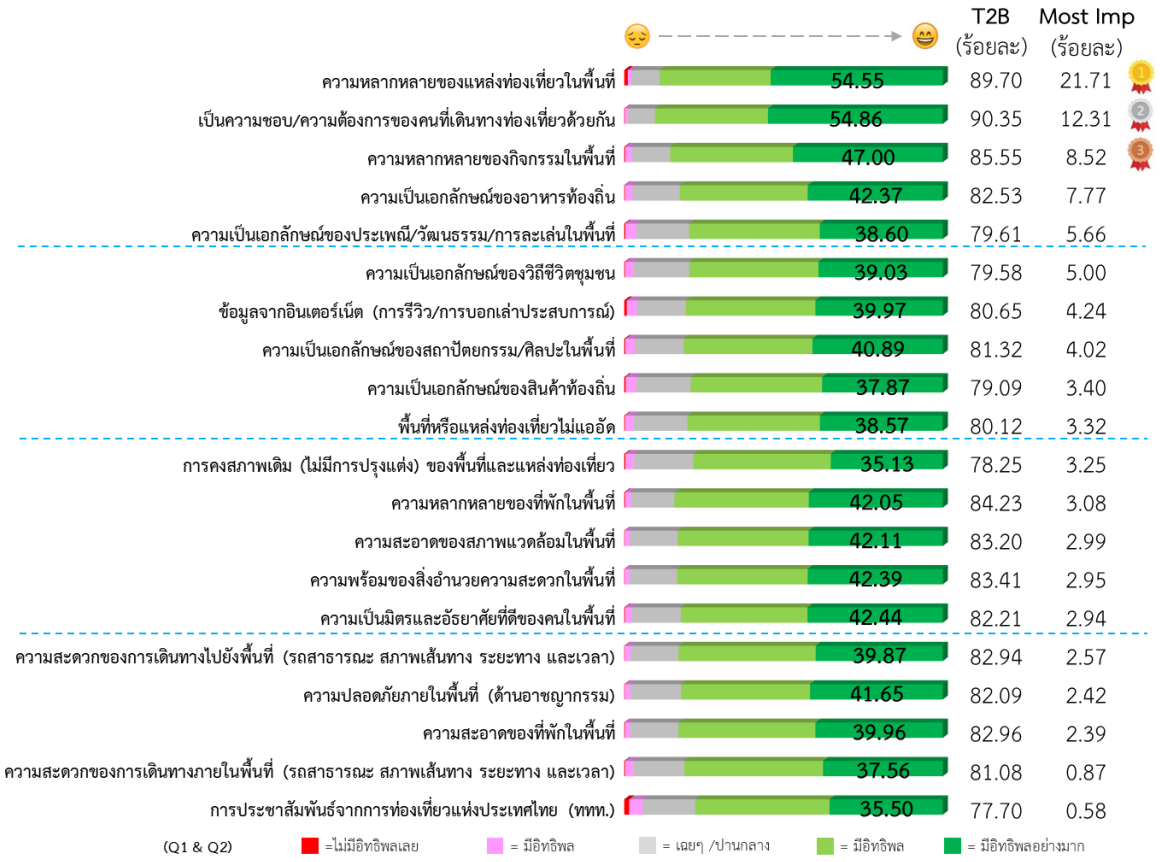
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว

3.2.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย (ภาพรวม)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม พิจารณาจากปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

<u>แผนภาพที่ 3.2.2.1</u>: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว (ภาพรวม)



แผนภาพ 3.2.2.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- หากพิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้ง 20 ข้อ มีค่าทัศนคติเชิงบวกเกินร้อยละ 70.00 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ปัจจัยต่างๆ มีความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกัน น้ำหนักหรืออิทธิพลของแต่ละปัจจัยจะไม่เท่ากัน โดยประเด็นที่ได้รับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก (พิจารณาจาก Most Important) ได้แก่
  - อันดับ 1: ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 21.71)
  - อันดับ 2: เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน (ร้อยละ 12.31)
  - อันดับ 3: ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ (ร้อยละ 8.52)

3.2.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พิจารณาจากปัจจัยที่มีอิทธิพล/กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.2.2: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว (จำแนกตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	21.71	25.50	26.26	18.43	21.47	14.06	26.10
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.31	12.63	11.61	11.38	12.10	13.76	13.82
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.52	8.25	9.65	6.58	5.25	18.89	7.21
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	7.77	6.38	7.04	6.64	9.13	6.32	9.54
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	5.66	3.50	6.14	6.33	5.53	3.89	5.39
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	5.00	4.50	7.10	3.85	4.77	3.22	5.54
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	4.24	2.88	4.31	1.51	8.50	4.97	2.43
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	4.02	6.88	4.14	4.54	4.41	3.68	2.89
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	3.40	1.63	3.74	3.09	3.51	3.18	3.43
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	3.32	3.38	2.29	4.98	2.93	1.83	3.61
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	3.25	2.38	3.63	3.50	2.43	3.28	3.40
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	3.08	2.75	2.46	4.17	3.10	2.29	2.77
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	2.99	2.50	1.68	4.51	2.58	3.65	2.48
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	2.95	2.50	2.34	4.32	2.01	5.35	1.35
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	2.94	3.00	2.42	3.89	2.71	1.44	3.46
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	2.57	5.13	1.38	2.27	3.73	5.04	1.44
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	2.42	2.75	1.16	4.83	1.74	1.75	1.78
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	2.39	1.50	1.40	3.39	2.54	2.15	2.14
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.87	2.00	0.82	1.01	1.12	0.44	0.69
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.58	0.00	0.40	0.78	0.44	0.79	0.54

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.2.3 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

3.2.3.1 ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทาง

บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.3.1: บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ประเด็นความสำคัญ	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ครอบครัว/ญาติ	35.91	30.25	38.48	35.07	36.70	29.83	36.92
คู่สมรส/แฟน	33.55	38.88	39.71	28.73	30.63	45.01	29.14
ตัวเอง	18.50	19.50	8.79	27.30	18.76	15.71	19.20
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	9.33	9.50	10.65	6.42	9.97	8.64	11.56

ตาราง 3.2.3.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- โดยทั่วไป บุคลที่เป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีอยู่ 3 กลุ่ม ได้แก่ ครอบครัว/ญาติ คู่สมรส/แฟน และตัวเอง โดยกลุ่มครอบครัว/ญาติ และคู่สมรส/แฟน จะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่อาจสลับอันดับกันไปมาขึ้นอยู่กับภูมิภาค (พิจารณาจากค่าร้อยละ ในตารางด้านบน)

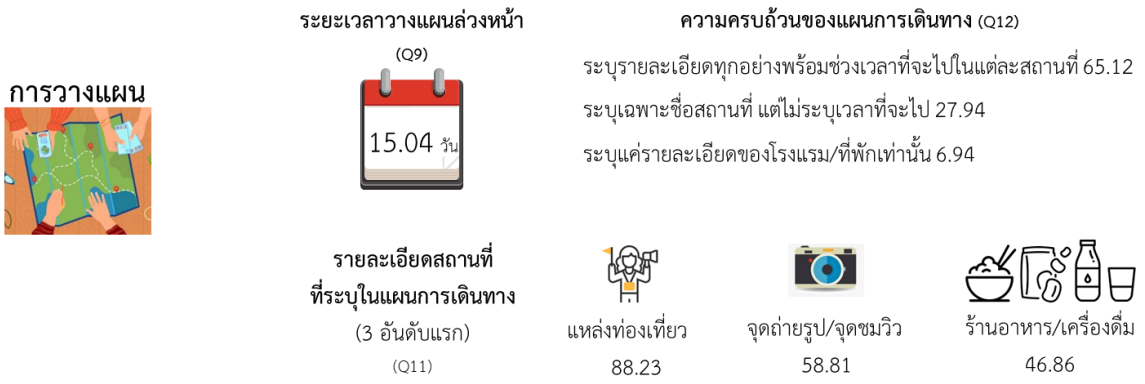
  อย่างไรก็ตาม คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้ตัดสินใจหลัก คือ ตัวเอง (ร้อยละ 27.30) ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ (ระหว่างร้อยละ 8.79 – 19.50)

3.2.3.2 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

3.2.3.2A นักท่องเที่ยวชาวไทย (ภาพรวม)

การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาพรวม ประกอบด้วยระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า ความครบถ้วนของแผนการการเดินทาง และรายละเอียดสถานที่ที่ระบุในแผนการเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 3.2.3.2A: การวางแผนการท่องเที่ยว (ภาพรวม)



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.2.3.2A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 15.04 วัน โดยนักท่องเที่ยวจะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ (ร้อยละ 65.12) และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.23)

3.2.3.2B นักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค (ที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่)

การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามภูมิภาค (ที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่) ประกอบด้วยระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า ความครบถ้วนของแผนการการเดินทาง และรายละเอียดสถานที่ที่ระบุในแผนการเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.3.2B: การวางแผนการท่องเที่ยว (จำแนกตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่)

หัวข้อ	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (จำนวนวัน)	15.04	14.44	14.86	14.98	15.00	19.07	12.82
ความครบถ้วนของแผนการการเดินทาง							
ระบุรายละเอียดทุกอย่าง พร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่	65.12	56.38	70.55	62.46	54.10	73.11	70.54
ระบุเฉพาะชื่อสถานที่ แต่ไม่ระบุเวลาที่จะไป	27.94	37.38	21.63	32.15	36.59	21.18	23.44
ระบุแค่รายละเอียดของโรงแรม/ที่พักเท่านั้น	6.94	6.25	7.82	5.39	9.32	5.71	6.02
รายละเอียดสถานที่ที่ระบุในแผนการเดินทาง							
แหล่งท่องเที่ยว	88.23	90.00	87.61	86.49	89.59	92.53	87.06
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	58.81	63.13	63.41	60.43	56.03	59.38	53.92
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	46.86	54.25	50.49	46.64	43.95	57.68	39.38
โรงแรม/ที่พัก	38.04	51.13	29.76	34.65	40.08	60.25	36.19
กิจกรรมในพื้นที่	35.61	35.13	30.85	38.18	30.59	45.61	37.41
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	32.35	40.13	24.56	27.36	33.51	57.07	31.63
เส้นทางในการเดินทาง	31.38	44.88	28.08	35.41	26.43	40.97	29.46
แหล่งชอปปิง	29.41	26.25	36.75	34.88	23.93	21.03	24.74
งานเทศกาล/ประเพณี	27.43	22.88	29.99	30.91	18.03	28.01	30.40
พาหนะในการเดินทาง	24.31	38.50	16.36	28.40	22.39	30.36	26.57
ตั๋วเดินทางต่างๆ	7.31	18.25	5.35	8.68	6.21	8.11	8.57

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.2.4 ความชอบและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.2.4.1 จังหวัดที่อยากไปท่องเที่ยว แต่ยังไม่เคยไป

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากไปท่องเที่ยว (ยังไม่เคยไป) 5 อันดับ และประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.4.1: จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากไปท่องเที่ยว (ยังไม่เคยไป) 5 อันดับ

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
ภาพรวม	กระบี่ 16.37	เชียงใหม่ 15.25	ภูเก็ต 10.72	เชียงราย 10.30	กาญจนบุรี 9.67
คนกรุงเทพมหานคร	กระบี่ 20.00	เชียงราย 13.38	กาญจนบุรี 13.13	พังงา 12.13	เชียงใหม่ 11.50
คนภาคเหนือ	กระบี่ 20.05	ขอนแก่น 14.10	ภูเก็ต 12.74	ตราด 10.28	กาญจนบุรี 9.88
คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เชียงใหม่ 17.41	กระบี่ 16.33	ภูเก็ต 13.07	เชียงราย 11.26	กาญจนบุรี 9.35
คนภาคกลาง	กระบี่ 19.75	เชียงใหม่ 16.60	เชียงราย 11.86	ภูเก็ต 10.66	ขอนแก่น 10.59
คนภาคตะวันออก	กระบี่ 20.71	เชียงใหม่ 12.60	ภูเก็ต 11.64	เชียงราย 9.33	น่าน 8.61
คนภาคใต้	เชียงใหม่ 22.95	กาญจนบุรี 15.99	เชียงราย 13.87	ขอนแก่น 10.32	กรุงเทพมหานคร 9.88

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.2.4.2 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.4.2: ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	47.24	41.25	50.12	50.14	48.68	58.71	30.45
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	45.83	48.50	45.65	41.24	48.32	56.46	42.75
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	41.14	37.50	41.38	42.74	42.04	39.69	38.41
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	40.48	33.63	36.79	45.06	36.33	39.50	44.06
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)	38.00	45.25	25.68	31.06	39.59	43.67	57.33
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	32.49	26.50	32.24	37.50	29.49	32.56	29.24
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	23.68	22.75	24.68	29.73	20.25	19.88	20.44
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	20.09	16.50	19.37	27.09	17.65	12.83	18.58
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	16.81	14.50	18.48	20.53	17.21	14.97	10.21
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	16.47	11.63	13.01	19.57	15.69	14.89	18.22
สวนสนุก/สวนสัตว์	12.34	15.25	12.06	15.18	12.74	10.69	9.21
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	8.61	10.13	5.97	10.66	8.36	8.90	9.02
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	6.95	3.38	7.47	9.68	5.57	3.56	6.27
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	6.33	2.63	5.86	7.36	6.13	5.64	6.12

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.2.4.3 กิจกรรมที่ชอบ

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบทำระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.4.3A: กิจกรรมที่ชอบทำระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่

กิจกรรม	ภาพรวม	กรุงเทพมหานครฯ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
ถ่ายรูป	75.60	76.88	78.35	73.44	77.33	78.96	71.10
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	62.61	67.50	59.88	64.31	60.58	69.11	61.78
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	60.65	58.63	54.73	63.56	60.88	62.78	62.03
ชอปปิง	56.54	59.50	55.70	60.66	51.63	58.01	56.67
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	50.16	45.75	50.13	52.45	52.54	67.90	32.63
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	38.13	44.38	31.89	34.72	41.89	54.92	35.20
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	26.89	29.88	20.03	26.68	24.10	30.08	36.84
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	26.09	32.75	22.69	29.33	28.67	22.31	24.89
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	19.11	31.63	16.62	20.24	18.34	24.25	18.13
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	17.79	22.00	13.92	23.08	12.37	22.79	18.32
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	17.72	19.75	16.28	22.54	16.26	17.67	14.39
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	17.35	22.25	14.80	23.16	13.60	14.44	18.59
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	14.43	17.25	10.43	13.68	12.20	18.76	20.29
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	11.78	16.38	9.99	13.27	8.97	17.61	11.51
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	11.30	14.38	8.82	14.10	9.36	11.04	12.83
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	11.28	11.63	11.07	13.79	9.69	8.10	11.92
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่	9.26	14.13	8.33	9.89	6.99	7.58	13.30
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	5.55	12.38	3.41	7.31	4.59	5.04	7.13

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.4.3A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในภาพรวม การถ่ายรูป การชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น การชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า การชอปปิง และการนมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร) ยังคงเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกภูมิภาคชอบที่จะทำเหมือนกันเป็นอันดับต้นๆ

ถึงแม้ว่า การทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน (ร้อยละ 11.30) และการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 5.55) จะไม่ได้เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมเลือกที่จะทำมากนักระหว่างการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะเห็นได้ว่า สัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคที่ทำการเลือกกิจกรรมภายใต้ 2 หัวข้อนี้ มีสัดส่วนที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

ตารางที่ 3.2.4.3B: กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

กิจกรรม	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	11.30	14.38	8.82	14.10	9.36	11.04	12.83
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	5.55	12.38	3.41	7.31	4.59	5.04	7.13

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.4.3B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จากตาราง 3.2.4.3B จะเห็นได้ว่า คนกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมทั้ง 2 หัวข้อมากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ รองลงมาเป็นคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในขณะที่คนภาคเหนือให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมทั้ง 2 หัวข้อน้อยกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบระหว่าง 2 หัวข้อ พบว่า การทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชนได้รับความสนใจมากกว่าการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกภูมิภาค เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ง่ายกว่า และสามารถแสดงรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2.4.3C: รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน

กิจกรรมการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
อุดหนุนร้านค้า/สินค้าท้องถิ่น	92.69	91.30	94.25	91.49	93.56	99.12	88.94
เข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น	33.86	8.70	44.12	36.44	25.92	24.15	33.68
ทำกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น	21.57	10.43	34.03	15.34	20.58	23.65	20.67
ใช้ชีวิตและทำกิจกรรมประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่น	11.42	9.57	7.84	10.06	12.65	14.34	13.85

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.4.3C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จากตาราง 3.2.4.3C จะเห็นได้ว่า คนทุกภูมิภาคให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมอุดหนุนร้านค้า/สินค้าท้องถิ่นมากกว่ากิจกรรมอื่น สำหรับการทำกิจกรรมเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่นเป็นกิจกรรมที่คนภาคเหนือให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ในขณะที่คนภาคตะวันออกให้ความสำคัญกับใช้ชีวิตและทำกิจกรรมประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่นมากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ

ตารางที่ 3.2.4.3D: รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ	89.09	90.91	90.30	85.46	88.30	94.77	91.74
ลดการใช้พลาสติกหรือสิ่งย่อยสลายยากในพื้นที่	41.83	13.13	61.85	41.23	27.24	58.68	34.79
ใช้บริการที่พัก/ร้านค้าที่ให้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม	26.70	7.07	29.74	29.17	25.80	20.11	25.03
เดินทางด้วยพาหนะประหยัดพลังงาน/ช่วยลดมลภาวะ	14.07	6.06	16.38	14.46	13.94	13.77	12.39
เข้าร่วมกิจกรรม/เป็นอาสาสมัครอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	10.56	3.03	12.72	10.35	8.81	9.64	11.39

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.4.3D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จากตาราง 3.2.4.3D จะเห็นได้ว่า คนทุกภูมิภาคให้ความสำคัญกับกิจกรรมการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมเรื่องการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศมากที่สุด และลดการใช้พลาสติกหรือสิ่งย่อยสลายยากในพื้นที่ การใช้บริการที่พัก/ร้านค้าที่ให้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมคนภาคเหนือให้ความสำคัญมากกว่าภูมิภาคอื่น ในขณะที่คนกรุงเทพมหานครจะให้ความสำคัญน้อยที่สุดในเรื่องการใช้บริการที่พัก/ร้านค้าที่ให้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม และเข้าร่วมกิจกรรม/เป็นอาสาสมัครอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.2.4.4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พิจารณาจากความชอบที่มีต่อความแปลกใหม่หรือความคุ้นเคย ผ่านการจับคู่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.4.4: แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมใหม่ๆ	64.71	71.38	65.20	69.59	61.70	48.96	70.92
ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ แต่ทำกิจกรรมเดิมๆ	21.64	19.38	22.35	20.43	25.15	22.03	18.02
ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และทำกิจกรรมเดิมๆ	7.00	3.88	4.18	2.59	7.71	23.40	5.31
ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ แต่ทำกิจกรรมใหม่ๆ	6.65	5.38	8.26	7.40	5.44	5.61	5.75

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.4.4 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบความแปลกใหม่ ดังนั้น การนำเสนอสิ่งใหม่ๆ (ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และกิจกรรมใหม่ๆ) จะเป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลกับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยพิจารณาจากร้อยละของนักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคที่เลือก "ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมใหม่ๆ" เป็นอันดับแรก

  อย่างไรก็ตาม คนภาคกลางมีความแตกต่างจากคนในภูมิภาคอื่นๆ ในเรื่องความคุ้นเคยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยคนภาคกลาง "ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ แต่ทำกิจกรรมเดิมๆ" มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ ในขณะเดียวกัน คนภาคตะวันออก "ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และทำกิจกรรมเดิมๆ" มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ

3.2.5 การหาข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.2.5.1 ช่วงเวลาก่อนเดินทาง

หัวข้อและช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้หาข้อมูลช่วงเวลาก่อนเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.5.1A: หัวข้อในการหาข้อมูล

ช่วงเวลาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว หัวข้อที่หาข้อมูล	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	90.67	95.38	92.19	90.28	89.05	91.28	90.96
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	73.34	76.50	78.58	64.88	76.41	75.99	73.65
โรงแรม/ที่พัก	70.31	82.13	69.49	66.76	69.03	79.78	71.84
เส้นทางในการเดินทาง	68.99	83.63	65.54	66.88	69.03	77.65	70.60
กิจกรรมในพื้นที่	55.56	60.00	49.93	52.98	58.38	55.49	62.68
งานเทศกาล/ประเพณี	55.31	44.75	51.30	59.15	48.77	58.74	60.43
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	46.39	50.88	45.74	48.99	46.67	44.31	44.50

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.2.5.1B: ช่องทางในการหาข้อมูล

ช่วงเวลาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ช่องทางในการหาข้อมูล	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน)	**70.11**	**51.00**	**65.81**	**73.60**	**68.06**	**71.24**	**72.13**
Search engine	**61.43**	**83.63**	**56.57**	**59.08**	**62.76**	**69.76**	**63.71**
โซเชี่ยลมีเดีย	**51.53**	**53.13**	**52.68**	**46.66**	**52.66**	**53.21**	**54.66**
Facebook	48.04	41.25	51.53	42.87	48.24	45.65	52.50
Tiktok	11.85	21.75	8.71	11.89	10.92	15.71	14.27
Youtube	8.97	26.75	6.04	8.90	12.24	13.19	5.95
Instagram	8.25	17.50	6.30	5.58	9.08	10.86	11.74
Line	1.72	1.13	1.07	1.10	1.22	1.74	3.97
Twitter	0.97	1.88	0.67	0.46	0.93	2.42	1.20

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.2.5.1B: ช่องทางในการหาข้อมูล (ต่อ)

ช่วงเวลาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว / ช่องทางในการหาข้อมูล	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
เว็บไซต์เอกชน	**36.64**	**50.50**	**39.44**	**28.34**	**39.87**	**42.83**	**37.21**
Agoda	20.24	32.75	18.11	14.77	26.77	26.56	18.65
เว็บไซต์ที่พัก	15.04	18.13	17.08	12.84	14.18	16.75	15.63
Traveloka	8.46	16.38	9.36	4.58	11.66	6.81	10.12
Wongnai	4.89	2.75	3.72	3.11	9.46	5.28	3.07
Booking	4.70	5.13	4.10	3.68	5.82	8.93	2.85
เว็บไซต์สายการบิน	4.64	14.75	2.05	3.34	4.99	13.61	3.45
เว็บไซต์รถทัวร์	4.57	9.25	3.42	4.11	3.75	12.46	2.57
Pantip.com	2.14	2.63	1.54	0.34	3.80	3.53	2.51
Hotels.com	1.65	1.38	2.13	0.94	3.27	0.76	0.68
Trip.com	1.27	2.75	1.54	1.56	1.47	0.65	0.69
Expedia	0.78	1.50	0.57	0.34	1.90	0.38	0.53
Trivago	0.74	0.88	1.04	0.68	0.91	0.46	0.42
Tripadvisor	0.45	1.25	0.34	0.22	0.82	0.67	0.31
Skyscanner	0.36	1.25	0.38	0.14	0.57	0.54	0.30
คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน)	**31.42**	**23.13**	**31.79**	**28.71**	**27.88**	**23.49**	**44.22**
หน่วยงานภาครัฐ	**9.33**	**6.50**	**7.18**	**7.91**	**7.82**	**11.17**	**14.62**
สื่อทั่วไป	**8.69**	**4.38**	**7.71**	**10.50**	**7.29**	**2.31**	**13.13**
บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว	**2.77**	**1.75**	**2.70**	**2.77**	**2.62**	**1.54**	**3.84**

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.5.1A และตาราง 3.2.5.1B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับหัวข้อที่หาข้อมูลก่อนการเดินทางในภาพรวม คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว เป็นหัวข้อที่นักท่องเที่ยว ในทุกภูมิภาคทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรก
- สำหรับช่องทางในการหาข้อมูลก่อนการเดินทาง คือ คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) เป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรก ยกเว้นคนกรุงเทพมหานครจะใช้ช่องทางหาข้อมูล Search engine เป็นอันดับแรก

3.2.5.2 ช่วงเวลาระหว่างเดินทาง

หัวข้อและช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้หาข้อมูลช่วงเวลาระหว่างเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2.5.2A: หัวข้อในการหาข้อมูล

ช่วงเวลาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หัวข้อที่หาข้อมูล	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	60.25	75.50	70.26	56.94	60.26	48.29	60.49
เส้นทางในการเดินทาง	58.99	80.88	62.94	57.30	61.66	51.19	58.38
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	56.72	77.25	72.07	49.68	57.76	45.93	53.82
กิจกรรมในพื้นที่	44.05	54.13	43.29	44.27	50.46	27.93	47.23
โรงแรม/ที่พัก	40.35	53.63	52.29	36.31	38.82	21.15	45.82
งานเทศกาล/ประเพณี	37.96	37.00	41.57	38.65	36.00	23.11	44.54
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	26.16	28.50	34.05	26.88	23.84	12.79	26.95

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.2.5.2B: ช่องทางในการหาข้อมูล

ช่วงเวลาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ช่องทางในการหาข้อมูล	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
Search engine	50.16	67.13	57.48	45.24	50.64	48.36	48.88
คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน)	**49.10**	**58.25**	**46.67**	**52.20**	**49.56**	**37.01**	**54.83**
คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน)	**37.44**	**34.38**	**38.86**	**37.07**	**35.01**	**28.29**	**45.10**
โซเชี่ยลมีเดีย	**26.17**	**19.13**	**39.84**	**21.36**	**17.24**	**22.13**	**29.87**
Facebook	24.06	14.88	38.35	19.74	15.44	16.19	28.39
Tiktok	4.74	8.00	4.75	3.18	3.80	8.99	5.38
Instagram	3.53	6.38	3.75	2.39	3.15	5.26	4.21
Youtube	3.23	6.13	3.29	4.54	2.93	3.18	1.67
Line	0.88	0.13	0.77	0.78	0.80	0.63	1.38
Twitter	0.32	1.00	0.34	0.21	0.54	0.18	0.29

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.2.5.2B: ช่วงเวลาระหว่างการเดินทางและช่องทางในการหาข้อมูล

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่

ช่วงเวลาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ช่องทางในการหาข้อมูล	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เว็บไซต์เอกชน	**14.85**	**17.25**	**25.76**	**10.94**	**10.63**	**5.28**	**18.46**
Agoda	6.91	12.75	10.78	5.46	6.11	3.24	7.60
เว็บไซต์ที่พัก	5.87	3.88	10.66	4.98	3.66	0.71	7.34
Traveloka	2.68	4.25	4.24	1.26	2.49	1.03	4.11
Wongnai	1.25	0.50	1.63	1.26	0.86	1.21	1.28
Booking	1.13	0.88	1.51	1.02	1.23	0.83	0.93
เว็บไซต์รถทัวร์	1.13	0.25	2.31	1.43	0.43	0.22	0.73
เว็บไซต์สายการบิน	0.96	0.50	1.13	1.13	0.46	0.21	1.60
Pantip.com	0.70	0.13	0.65	0.14	0.49	0.96	1.67
Hotels.com	0.35	0.00	1.03	0.25	0.12	0.07	0.13
Trip.com	0.31	0.25	0.62	0.33	0.22	0.15	0.13
Trivago	0.20	0.00	0.43	0.21	0.15	0.08	0.08
Expedia	0.16	0.00	0.30	0.15	0.15	0.04	0.11
Skyscanner	0.15	0.00	0.32	0.17	0.07	0.04	0.10
Tripadvisor	0.15	0.25	0.24	0.13	0.07	0.32	0.04
หน่วยงานภาครัฐ	**3.87**	**0.63**	**3.48**	**3.10**	**1.86**	**1.10**	**9.65**
สื่อทั่วไป	**2.94**	**2.25**	**3.99**	**2.66**	**1.82**	**0.33**	**5.09**
บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว	**1.56**	**0.63**	**2.15**	**1.54**	**1.38**	**0.67**	**1.64**

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.5.2A และตาราง 3.2.5.2B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับหัวข้อที่หาข้อมูลระหว่างการเดินทางในภาพรวม ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ แหล่งชอปปิง เส้นทางในการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว นักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกภูมิภาคจะทำการหาข้อมูลระหว่างการเดินทางเหมือนกันเป็นอันดับต้นๆ
- สำหรับช่องทางในการหาข้อมูลระหว่างการเดินทาง คือ Search engine เป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคใช้ในการหาข้อมูลเป็นอันดับแรก ยกเว้นคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคใต้จะใช้ช่องทางหาข้อมูลจากคนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน) เป็นอันดับแรก

3.2.6 การบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยว

ข้อมูลด้านการบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ หัวข้อที่แบ่งประสบการณ์ และช่องทางที่แบ่งประสบการณ์ มีรายละเอียดดังนี้

3.2.6.1 ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์

ตารางที่ 3.2.6.1: ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง	96.38	96.48	98.87	97.30	94.77	97.11	93.43
แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	88.24	87.75	92.25	84.71	86.87	89.24	89.43
เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ	45.06	37.18	59.39	38.77	44.96	36.35	42.08

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.6.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟังและการแชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยร้อยละที่ได้ในแต่ละภูมิภาคนั้น เกินร้อยละ 80.00 (ทั้ง 2 ลักษณะ)
- หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่า คนภาคเหนือจะเขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ ในสื่อสาธารณะต่างๆ (ร้อยละ 59.39) มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ในทางตรงกันข้าม คนภาคตะวันออกจะเขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ (ร้อยละ 36.35) น้อยกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ

3.2.6.2 หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์

ตารางที่ 3.2.6.2: หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์

หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
แหล่งท่องเที่ยว	74.79	77.00	74.35	75.06	75.82	74.79	73.65
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	54.30	55.38	49.27	57.27	53.16	60.63	53.46
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	40.39	37.63	39.82	42.81	38.74	49.19	33.99
กิจกรรมในพื้นที่	29.97	30.38	25.35	34.39	28.42	28.76	31.93
แหล่งชอปปิง	23.03	11.38	25.40	29.19	18.94	14.57	21.77
งานเทศกาล/ประเพณี	21.05	17.25	23.40	23.57	15.27	13.63	26.39
โรงแรม/ที่พัก	19.04	23.63	15.96	20.09	19.93	21.69	18.50
เส้นทางในการเดินทาง	15.72	16.63	16.40	19.25	13.63	7.92	17.41
พาหนะในการเดินทาง	10.36	15.13	10.28	12.45	10.02	4.26	11.81
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.17	8.00	2.93	4.26	2.67	1.78	3.42

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.6.2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยว จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นหัวข้อที่นักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคมักแบ่งปันประสบการณ์หลังจบทริปท่องเที่ยว เป็น 3 อันดับแรก
- หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่า คนกรุงเทพมหานคร คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คนภาคตะวันออก และคนภาคใต้ จะแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับจุดถ่ายรูป/จุดชมวิว มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด นอกเหนือไปจากนั้น คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคใต้ยังแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางและพาหนะในการเดินทางมากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ

3.2.6.3 ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์

ตารางที่ 3.2.6.3: ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์

ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
Facebook	82.36	76.20	82.47	79.87	81.73	84.12	85.47
ผ่านการพูดคุย	75.99	73.66	76.34	81.74	76.87	68.72	70.76
Line	40.73	49.72	41.58	47.04	36.00	58.67	24.89
Instagram	23.50	38.03	24.06	21.54	24.44	26.18	22.83
Tiktok	13.24	14.08	13.76	12.78	13.56	16.20	10.99
Twitter	2.41	5.07	1.91	3.54	2.55	0.96	2.10
Youtube	2.31	7.32	1.63	3.02	2.51	3.16	1.34
Pantip	0.80	2.68	0.69	0.87	0.97	0.47	0.82
Podcast	0.40	0.56	0.42	0.54	0.51	0.15	0.21

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.2.6.3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- Facebook เป็นช่องทางหลักที่นักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคมักแบ่งปันประสบการณ์หลังจบทริปท่องเที่ยว ยกเว้นคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะแบ่งปันประสบการณ์ผ่านการพูดคุย
- หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่า คนกรุงเทพมหานคร คนภาคตะวันออกจะแบ่งปันประสบการณ์ผ่านช่องทาง Line Instagram Tiktok และ Youtube มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ ทั้งนี้ Twitter Podcast และ Pantip ไม่ใช่ช่องทางหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ในการแบ่งปันประสบการณ์หลังจบทริปท่องเที่ยว

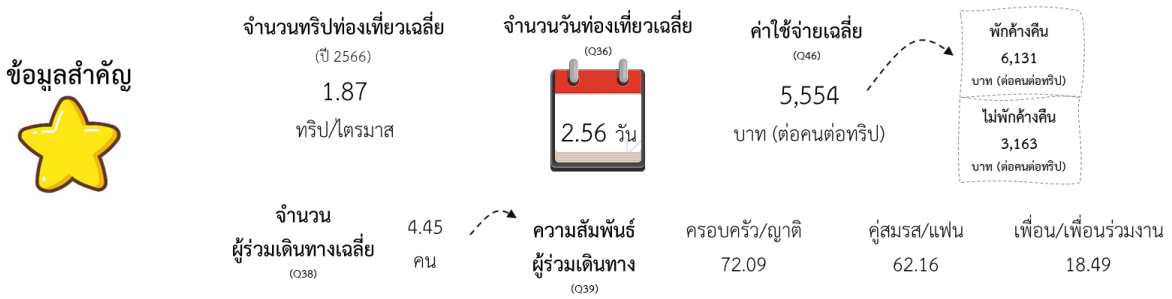
3.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

3.3.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ปี 2566

3.3.1.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย (ภาพรวม) ปี 2566

3.3.1.1A ข้อมูลสำคัญ

แผนภาพที่ 3.3.1.1A: ข้อมูลสำคัญ (ภาพรวม)



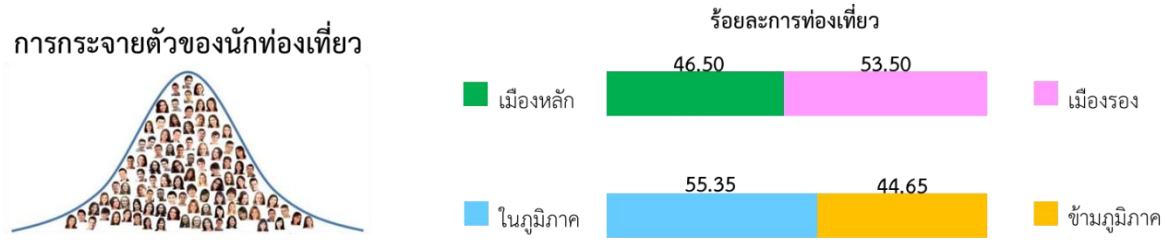
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.87 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,554 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 4.45 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นครอบครัว/ญาติเป็นหลัก (ร้อยละ 72.09)

3.3.1.1B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.3.1.1B: การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว (ภาพรวม)



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่า สัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 46.50) น้อยกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 53.50)
- สำหรับการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่า สัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 55.35) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 44.65)

3.3.1.1C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.1C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (ภาพรวม)

จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว



อันดับ	1	2	3
จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	ชลบุรี 5.51	กรุงเทพมหานคร 5.39	เชียงใหม่ 4.53
วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 44.22	เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต 11.58	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย 11.55
กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 73.15	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 58.27	ชอปปิง 52.79
ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 22.93	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 10.66	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ 10.59
ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต 56.41	ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย 55.39	ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม 54.44

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชลบุรี (ร้อยละ 5.51) รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 5.39) และเชียงใหม่ (ร้อยละ 4.53) ตามลำดับ
- นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 44.22) และกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 73.15)
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 22.93) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต (ร้อยละ 56.41) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวได้รับ

3.3.1.1D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.1D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยว (ภาพรวม)



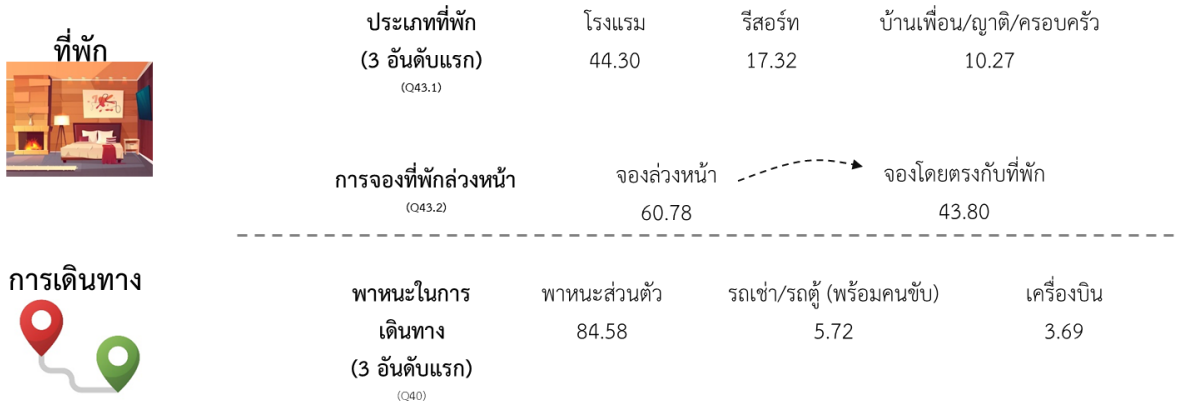
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 14.23 วัน โดยนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 66.33) จะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 85.91)

3.3.1.1E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.1E</u>: ที่พักและการเดินทาง (ภาพรวม)



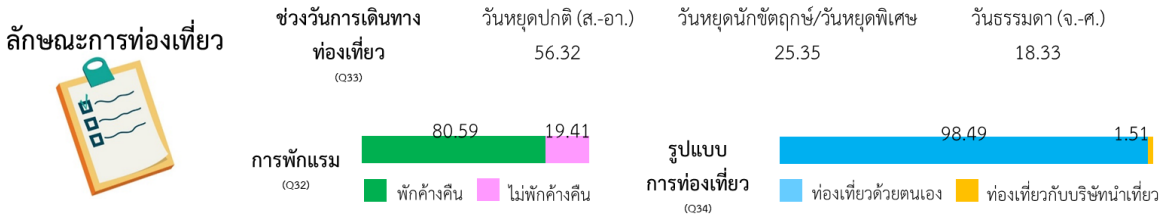
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 44.30) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.78) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 43.80)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.58) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.1F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.1F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยว (ภาพรวม)



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.32) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.49) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 80.59)

3.3.1.1G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.1G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อ (ภาพรวม)



อันดับ	1	2	3
ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง 96.38	แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง 88.24	เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ 45.06
หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q57)	แหล่งท่องเที่ยว 74.79	จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 54.30	ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 40.39
ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	Facebook 82.36	ผ่านการพูดคุย 75.99	Line 40.73

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.1G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 96.38) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 74.79) และจะแบ่งปันผ่าน Facebook เป็นหลัก (ร้อยละ 82.36)

3.3.1.2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนกรุงเทพมหานคร ปี 2566

3.3.1.2A ข้อมูลสำคัญ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2A</u>: ข้อมูลสำคัญของคนกรุงเทพมหานคร



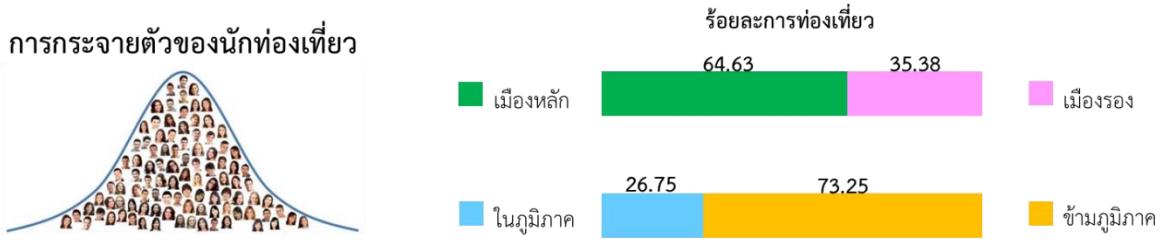
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.2A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.74 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 6,890 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นครอบครัว/ญาติเป็นหลัก (ร้อยละ 66.50)

3.3.1.2B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2B</u>: การกระจายตัวของคนกรุงเทพมหานคร



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.2B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของคนกรุงเทพมหานครระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่า สัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 64.63) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 35.38)
- สำหรับการกระจายตัวของคนกรุงเทพมหานครระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่า สัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 26.75) น้อยกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 73.25)

3.3.1.2C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนกรุงเทพมหานคร

จังหวัดยอดนิยม
วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว
กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว
ความพึงพอใจ
และประโยชน์ที่ได้รับ
จากการท่องเที่ยว



จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	ชลบุรี 15.38	กาญจนบุรี 7.25	เชียงใหม่ 5.13
วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 60.63	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย 11.50	เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา 7.50
กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 73.75	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 59.75	ชอปปิง 54.75
ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 20.13	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 13.00	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ 12.13
ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย 70.38	ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต 57.00	ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม 54.00

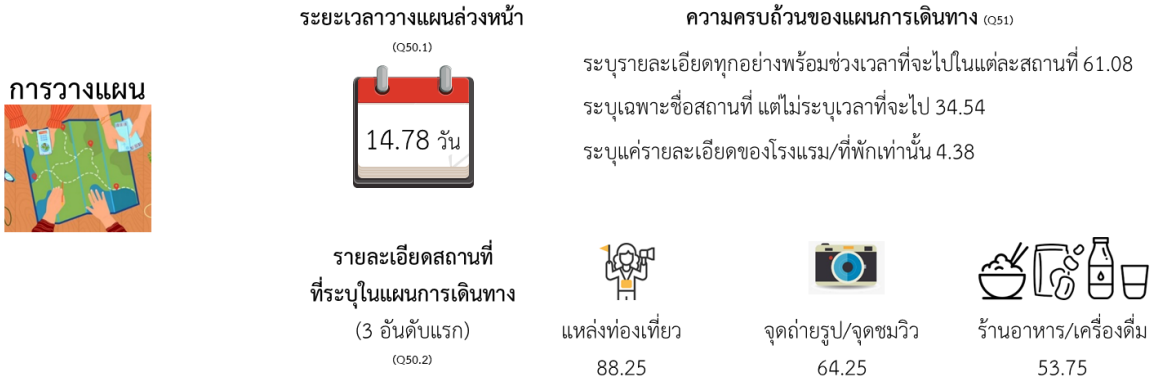
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.2C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากของคนกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ชลบุรี (ร้อยละ 15.38) รองลงมา คือ กาญจนบุรี (ร้อยละ 7.25) และเชียงใหม่ (ร้อยละ 5.13) ตามลำดับ
- คนกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 60.63) และกิจกรรมหลักที่คนกรุงเทพมหานครทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 73.75)
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 20.13) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย (ร้อยละ 70.38) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่คนกรุงเทพมหานครได้รับ

3.3.1.2D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยวของคนกรุงเทพมหานคร



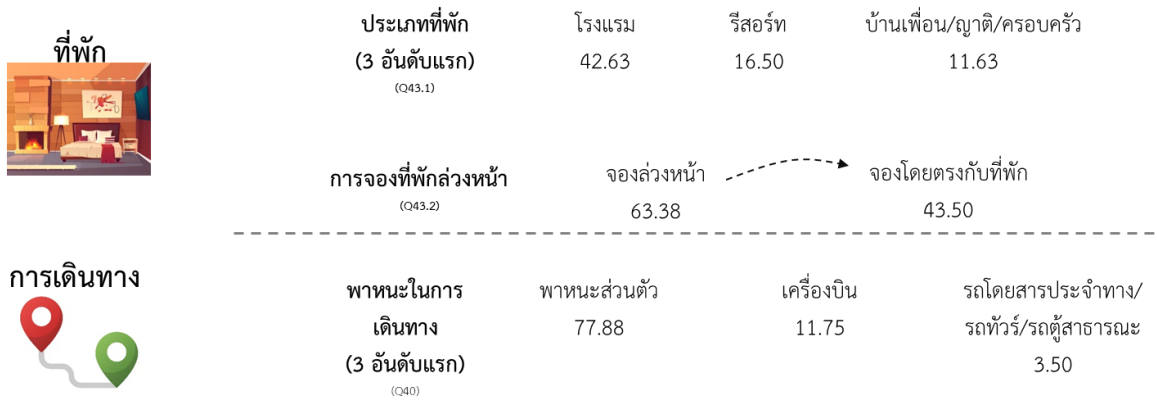
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.2D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนกรุงเทพมหานครใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 14.78 วัน โดยคนกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 61.08) ระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.25)

3.3.1.2E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2E</u>: ที่พักและการเดินทางของคนกรุงเทพมหานคร



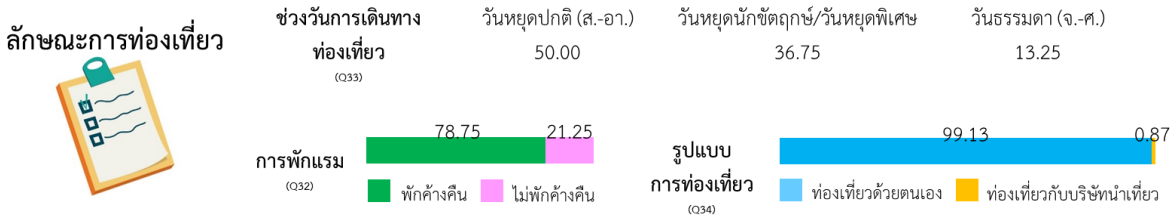
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.2E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนกรุงเทพมหานครเลือกเข้าพักในโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 42.63) และคนกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.38) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 43.50)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คนกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.88) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.2F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยวของคนกรุงเทพมหานคร



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.2F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.00) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งคนกรุงเทพมหานครเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.13) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 78.75)

3.3.1.2G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.2G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อของคนกรุงเทพมหานคร



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

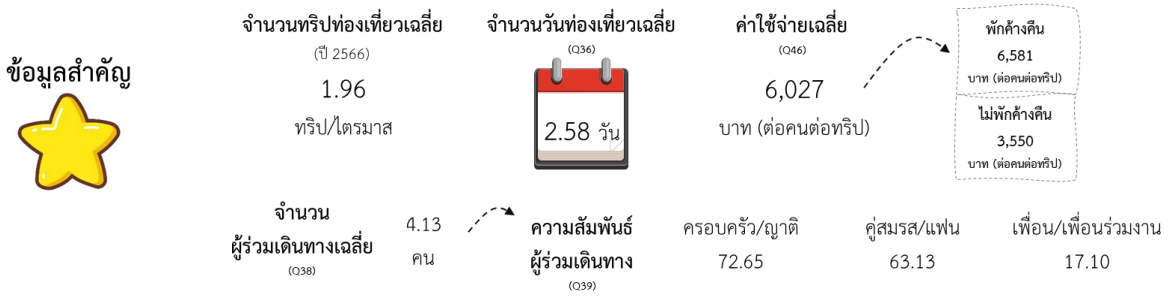
แผนภาพ 3.3.1.2G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 96.48) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่คนกรุงเทพมหานครมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 77.00) และจะแบ่งปันผ่าน Facebook เป็นหลัก (ร้อยละ 76.20)

3.3.1.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคเหนือ ปี 2566

3.3.1.3A ข้อมูลสำคัญ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3A</u>: ข้อมูลสำคัญของคนภาคเหนือ



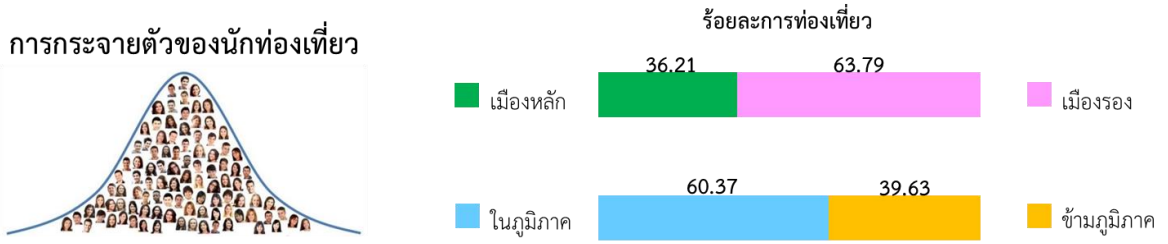
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.3A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 6,027 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 4.13 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นครอบครัว/ญาติเป็นหลัก (ร้อยละ 72.65)

3.3.1.3B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3B</u> การกระจายตัวของคนภาคเหนือ



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.3B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของของคนภาคเหนือระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 36.21) น้อยกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 63.79)
- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคเหนือระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 60.37) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 39.63)

3.3.1.3C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนภาคเหนือ

จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว	อันดับ	1	2	3
	จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	เชียงใหม่ 12.75	เชียงราย 7.18	น่าน 5.55
	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 40.88	เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต 15.85	เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต 12.49
	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 74.37	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 57.57	ชอปปิง 53.68
	ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 27.74	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ 12.90	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 9.41
	ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต 61.07	ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย 52.50	ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม 49.25

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.3C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากคนภาคเหนือมากที่สุด คือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 12.75) รองลงมา คือ เชียงราย (ร้อยละ 7.18) และน่าน (ร้อยละ 5.55) ตามลำดับ
- คนภาคเหนือมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 40.88) และกิจกรรมหลักที่คนภาคเหนือทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 74.37)
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 27.74) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต (ร้อยละ 61.07) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่คนภาคเหนือได้รับ

3.3.1.3D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยวของคนภาคเหนือ



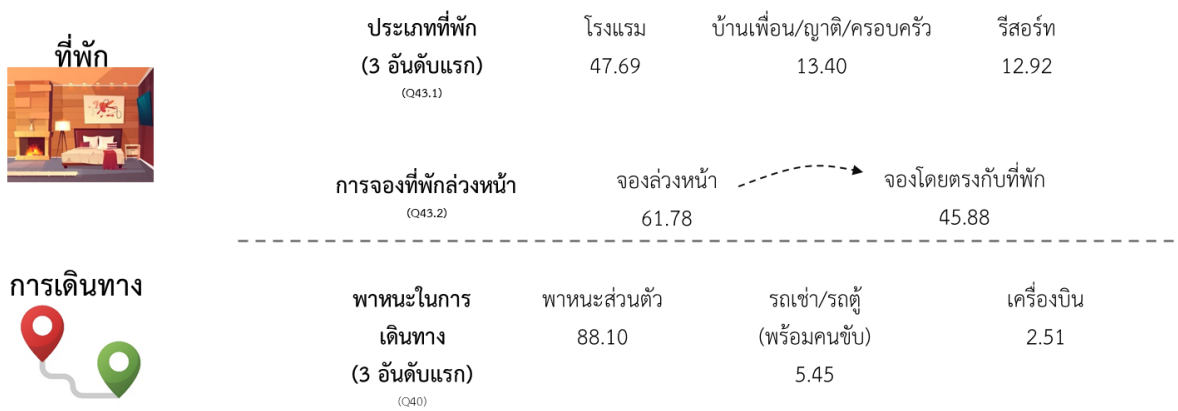
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.3D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคเหนือใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 14.07 วัน โดยคนภาคเหนือ (ร้อยละ 71.18) จะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 83.67)

3.3.1.3E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3E</u>: ที่พักและการเดินทางของคนภาคเหนือ



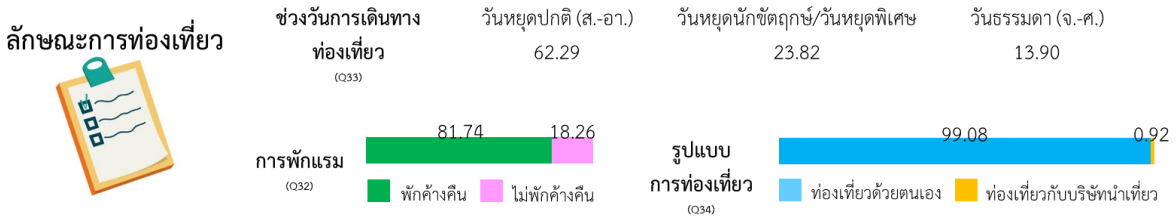
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.3E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคเหนือเลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 47.69) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.78) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 45.88)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คนภาคเหนือส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.10) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.3F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยวของคนภาคเหนือ



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.3F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคเหนือส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.29) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งคนภาคเหนือเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.08) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 81.74)

3.3.1.3G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.3G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อของคนภาคเหนือ



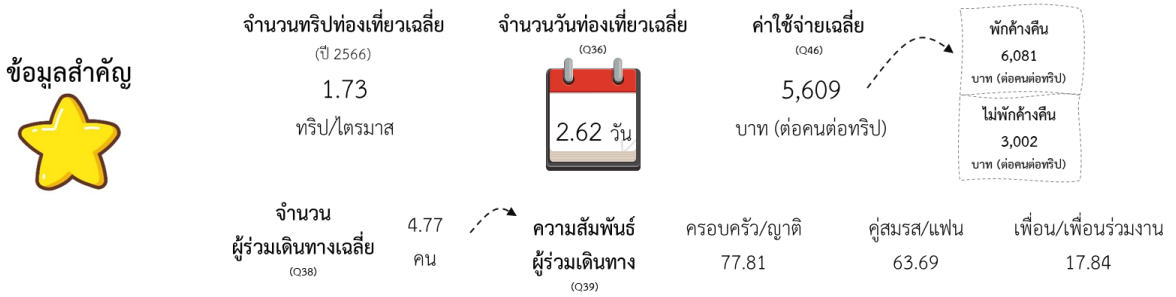
แผนภาพ 3.3.1.3G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 98.87) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่คนภาคเหนือมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 74.35) และจะแบ่งปันผ่าน Facebook เป็นหลัก (ร้อยละ 82.47)

3.3.1.4 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2566

3.3.1.4A ข้อมูลสำคัญ

แผนภาพที่ 3.3.1.4A: ข้อมูลสำคัญของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



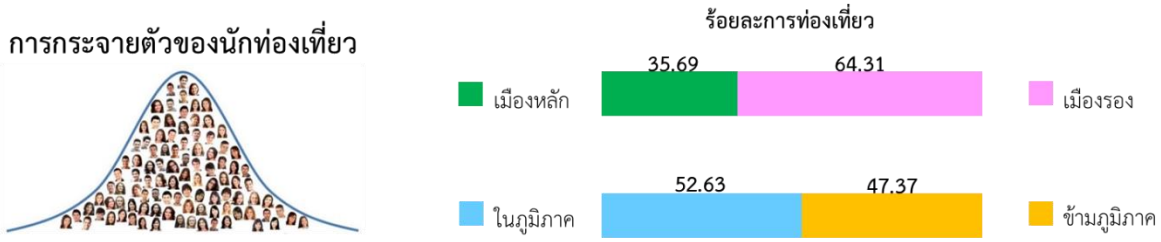
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.4A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,609 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 4.77 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นครอบครัว/ญาติเป็นหลัก (ร้อยละ 77.81)

3.3.1.4B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.3.1.4B: การกระจายตัวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.4B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่า สัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 35.69) น้อยกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 64.31)
- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่า สัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 52.63) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 47.37)

3.3.1.4C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.4C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว	อันดับ	1	2	3
	จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	ขอนแก่น 6.89	ชลบุรี 4.75	นครพนม 4.04
	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 37.72	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย 11.84	เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต 11.37
	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 70.73	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 60.53	ชอปปิง 55.67
	ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 19.13	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 8.56	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ 8.33
	ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม 60.27	ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย 59.16	ได้ทำกิจกรรมตามที่วางแผนไว้ 58.25

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.4C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด คือ ขอนแก่น (ร้อยละ 6.89) รองลงมา คือ ชลบุรี (ร้อยละ 4.75) และนครพนม (ร้อยละ 4.04) ตามลำดับ
- คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 37.72) และกิจกรรมหลักที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 70.73)
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 19.13) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม (ร้อยละ 60.27) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้รับ

3.3.1.4D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.4D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



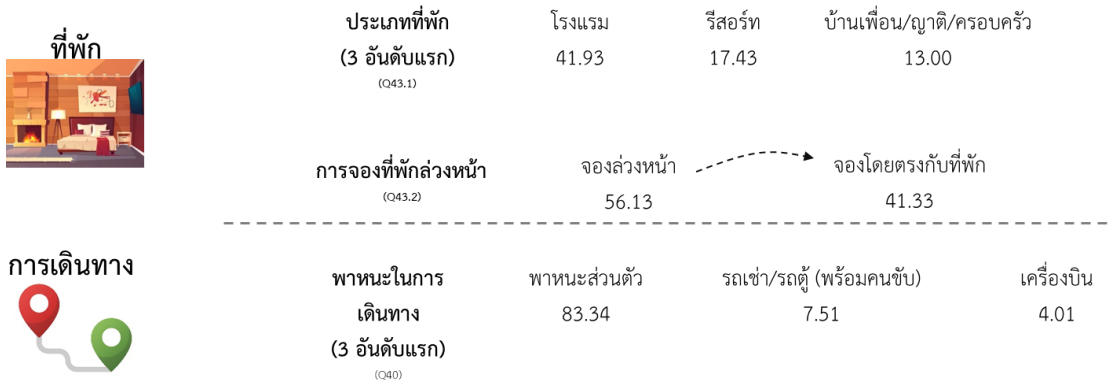
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.4D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 13.74 วัน โดยคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 64.66) จะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 85.60)

3.3.1.4E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.4E</u>: ที่พักและการเดินทางของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



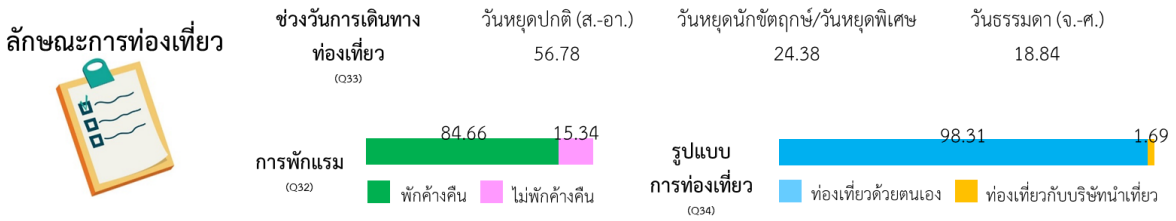
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.4E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 41.93) และคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.13) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 41.33)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.34) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.4F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.4F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.4F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.78) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.31) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 84.66)

3.3.1.4G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.4G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



การแนะนำ/การบอกต่อ	อันดับ	1	2	3
	ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง 97.30	แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง 84.71	เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ 38.77
	หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q57)	แหล่งท่องเที่ยว 75.06	จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 57.27	ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 42.81
	ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	ผ่านการพูดคุย 81.74	Facebook 79.87	Line 47.04

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

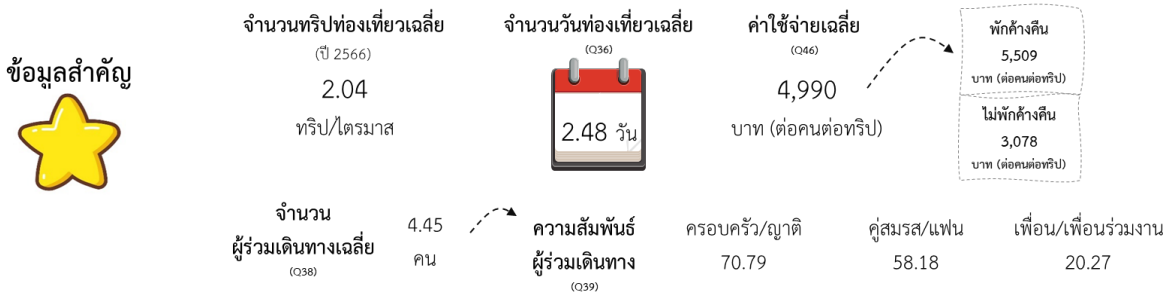
แผนภาพ 3.3.1.4G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 97.30) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.06) และจะแบ่งปันผ่านการพูดคุยเป็นหลัก (ร้อยละ 81.74)

3.3.1.5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคกลาง ปี 2566

3.3.1.5A ข้อมูลสำคัญ

แผนภาพที่ 3.3.1.5A: ข้อมูลสำคัญของคนภาคกลาง



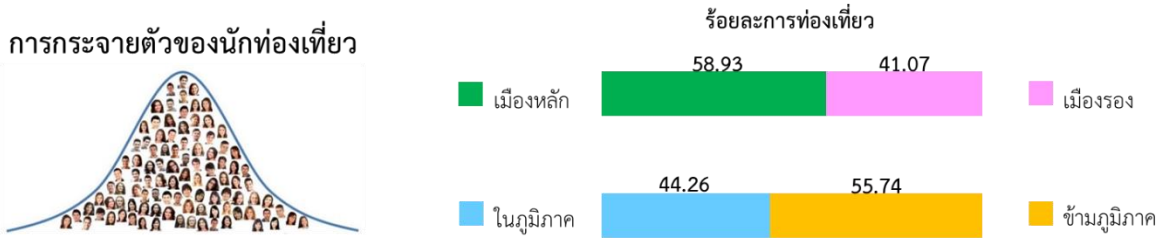
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.5A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 4,990 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 4.45 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นครอบครัว/ญาติเป็นหลัก (ร้อยละ 70.79)

3.3.1.5B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.3.1.5B: การกระจายตัวของคนภาคกลาง



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.5B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคกลางระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 58.93) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 41.07)
- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคกลางระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 44.26) มากกกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 55.74)

3.3.1.5C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.5C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนภาคกลาง

จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว	อันดับ	1	2	3
	จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	ชลบุรี 8.51	กาญจนบุรี 7.51	กรุงเทพมหานคร 7.28
	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 45.90	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย 11.60	เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา 11.14
	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 74.24	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 55.49	ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า 49.68
	ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 23.37	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 13.19	ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์) 9.87
	ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้รับความสนุกสนาน 58.27	ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย 53.83	ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม 53.00

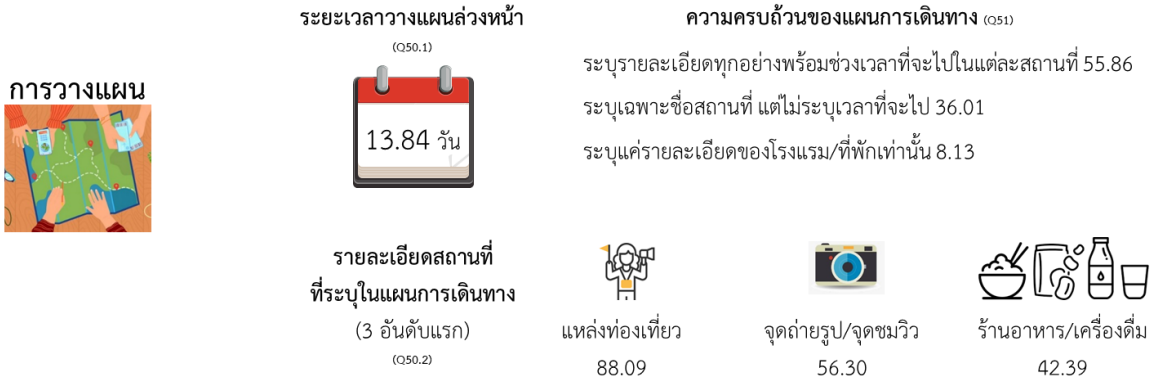
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.5C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากคนภาคกลางมากที่สุด คือ ชลบุรี (ร้อยละ 8.51) รองลงมา คือ กาญจนบุรี (ร้อยละ 7.51) และกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 7.28) ตามลำดับ
- คนภาคกลางมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 45.90) และกิจกรรมหลักที่คนภาคกลางทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 74.24)
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 23.37) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้รับความสนุกสนาน (ร้อยละ 58.27) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่คนภาคกลางได้รับ

3.3.1.5D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.5D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยวของคนภาคกลาง



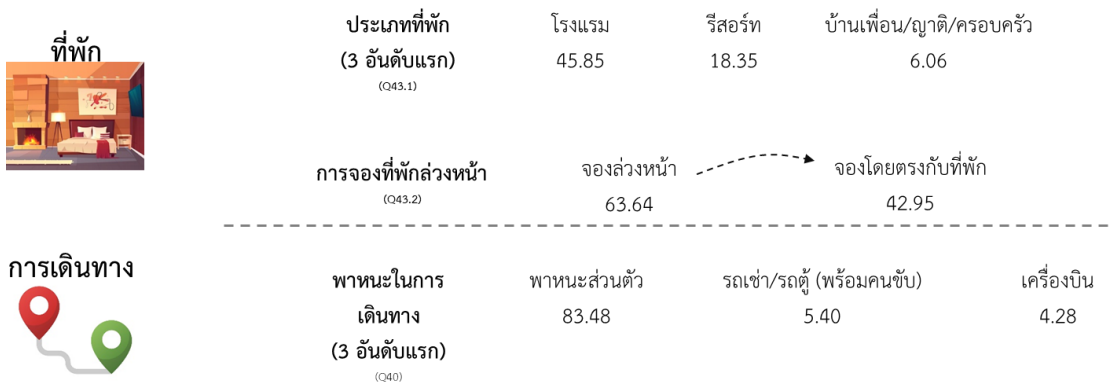
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.5D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคกลางใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 13.84 วัน โดยคนภาคกลาง (ร้อยละ 55.86) จะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 88.09)

3.3.1.5E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.5E</u>: ที่พักและการเดินทางของคนภาคกลาง



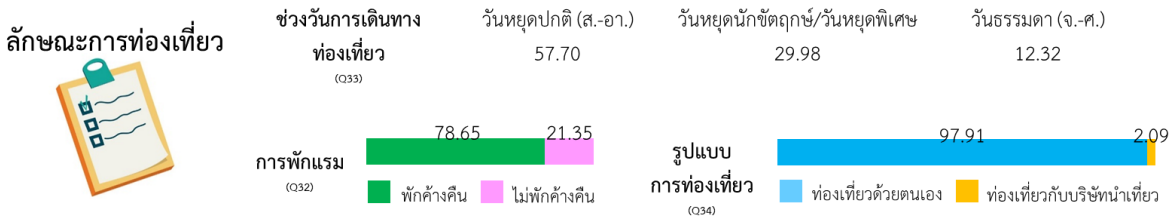
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.5E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคกลางเลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 45.85) และคนภาคกลางส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.46) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 42.95)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คนภาคกลางส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.48) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.5F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.5F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยวของคนภาคกลาง



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.5F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคกลางส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.70) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งคนภาคกลางเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 97.91) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 78.65)

3.3.1.5G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.5G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อของคนภาคกลาง



การแนะนำ/การบอกต่อ	อันดับ	1	2	3
	ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง 94.77	แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง 86.87	เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ 44.96
	หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q57)	แหล่งท่องเที่ยว 75.82	จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 53.16	ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 38.74
	ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	Facebook 81.73	ผ่านการพูดคุย 76.87	Line 36.00

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

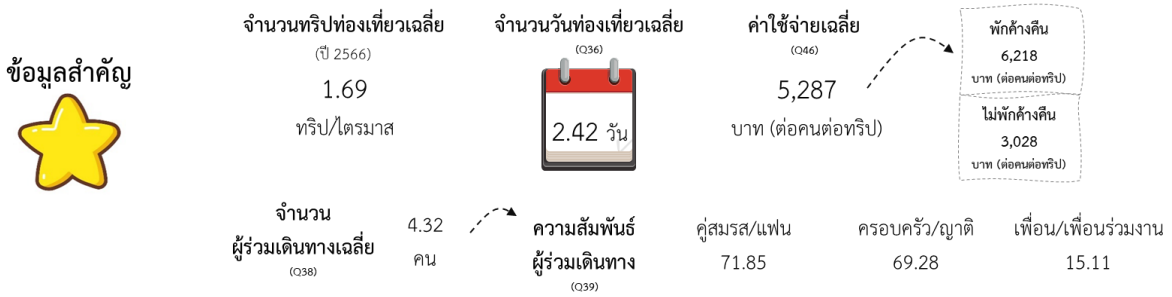
แผนภาพ 3.3.1.5G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 94.77) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่คนภาคกลางมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.82) และจะแบ่งปันผ่าน Facebook เป็นหลัก (ร้อยละ 81.73)

3.3.1.6 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออก ปี 2566

3.3.1.6A ข้อมูลสำคัญ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6A</u>: ข้อมูลสำคัญของคนภาคตะวันออก



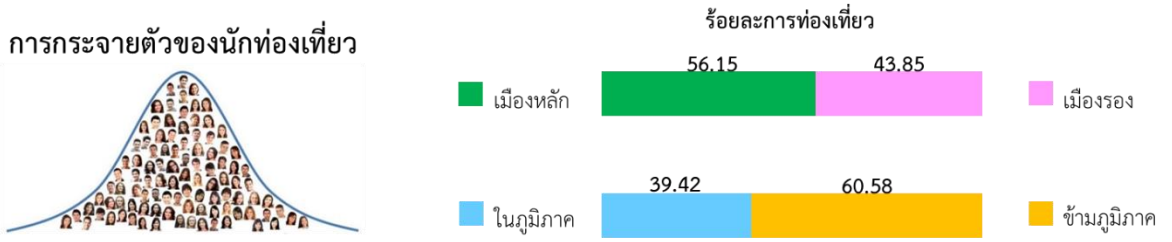
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.6A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.69 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,287 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นคู่สมรส/แฟนเป็นหลัก (ร้อยละ 71.85)

3.3.1.6B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6B</u>: การกระจายตัวของคนภาคตะวันออก



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.6B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคตะวันออกระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 56.15) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 43.85)
- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคตะวันออกระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 39.42) น้อยกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 60.58)

3.3.1.6C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออก

จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว	อันดับ	1	2	3
	จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	ชลบุรี 10.74	กรุงเทพมหานคร 7.72	จันทบุรี 5.58
	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 53.93	เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา 12.08	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย 9.13
	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 76.69	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 59.18	นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร) 58.64
	ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ 20.49	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 18.03	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 8.31
	ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย 71.92	ได้รับความสนุกสนาน 64.03	ได้ถ่ายรูป 62.72

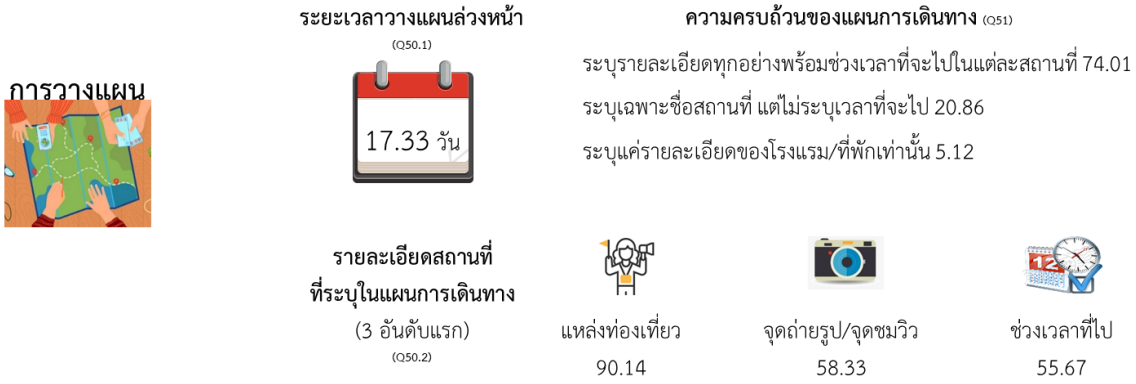
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.6C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากคนภาคตะวันออกมากที่สุด คือ ชลบุรี (ร้อยละ 10.74) รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 7.72) และจันทบุรี (ร้อยละ 5.58) ตามลำดับ
- คนภาคตะวันออกมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 53.93) และกิจกรรมหลักที่คนภาคตะวันออกทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 76.69)
- ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ (ร้อยละ 20.49) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย (ร้อยละ 71.92) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่คนภาคตะวันออกได้รับ

3.3.1.6D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออก



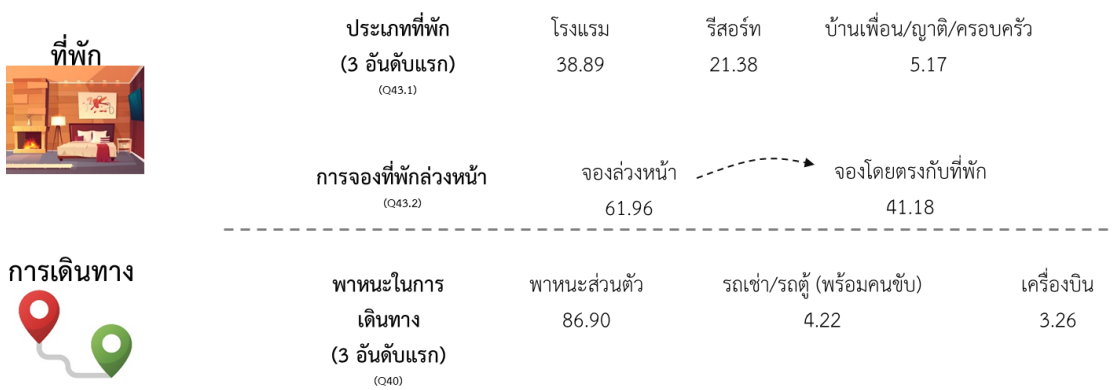
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.6D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออกใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 17.33 วัน โดยคนภาคตะวันออก (ร้อยละ 74.01) จะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 90.14)

3.3.1.6E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6E</u>: ที่พักและการเดินทางของคนภาคตะวันออก



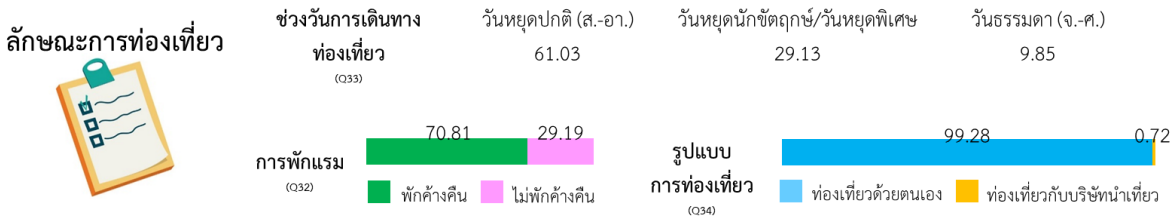
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.6E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออกเลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 38.89) และคนภาคตะวันออกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.96) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 41.18)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คนภาคตะวันออกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.90) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.6F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยวของคนภาคตะวันออก



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.6F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.03) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งคนภาคตะวันออกเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.28) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 70.81)

3.3.1.6G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.6G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อของคนภาคตะวันออก



อันดับ	1	2	3
ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง 97.11	แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง 89.24	เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ 36.35
หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q57)	แหล่งท่องเที่ยว 74.79	จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 60.63	ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 49.19
ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	Facebook 84.12	ผ่านการพูดคุย 68.72	Line 58.67

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

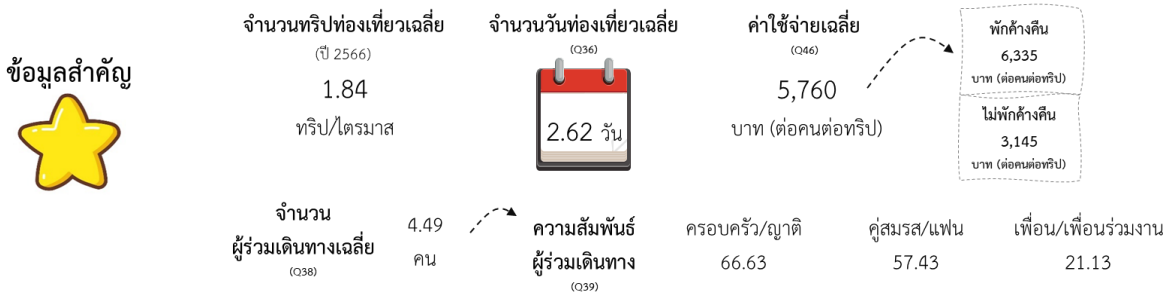
แผนภาพ 3.3.1.6G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 97.11) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่คนภาคตะวันออกมักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 74.79) และจะแบ่งปันผ่าน Facebook เป็นหลัก (ร้อยละ 84.12)

3.3.1.7 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภาคใต้ ปี 2566

3.3.1.7A ข้อมูลสำคัญ

แผนภาพที่ 3.3.1.7A: ข้อมูลสำคัญของคนภาคใต้



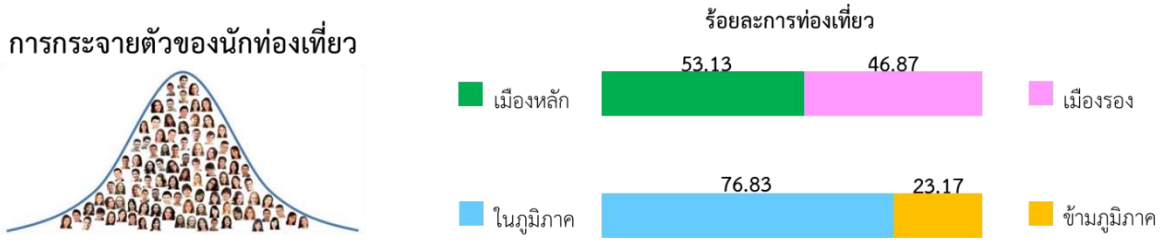
หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ผู้ร่วมเดินทาง” คือ ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7A สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.84 ทริป/ไตรมาส โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,760 บาท
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย เท่ากับ 4.49 คน และส่วนใหญ่ผู้ร่วมเดินทางด้วยจะเป็นครอบครัว/ญาติเป็นหลัก (ร้อยละ 66.63)

3.3.1.7B การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.3.1.7B: การกระจายตัวของคนภาคใต้



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคใต้ระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ร้อยละ 53.13) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง (ร้อยละ 46.87)
- สำหรับการกระจายตัวของคนภาคใต้ระหว่างการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค พบว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 76.83) มากกว่าสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 23.17)

3.3.1.7C จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.7C</u>: จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนภาคใต้

จังหวัดยอดนิยม วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว	อันดับ	1	2	3
	จังหวัดยอดนิยม (3 อันดับแรก) (Q30)	กระบี่ 13.15	นครศรีธรรมราช 7.58	ตรัง 6.74
	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q41)	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน 49.27	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย 14.17	เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต 12.38
	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว (3 อันดับแรก) (Q45)	ถ่ายรูป 71.52	ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น 58.70	ชอปปิง 54.05
	ความพึงพอใจที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q55)	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 25.19	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 13.61	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ 9.06
	ประโยชน์ที่ได้รับ (3 อันดับแรก) (Q56)	ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต 68.21	ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม 53.74	ได้ทำกิจกรรมตามที่วางแผนไว้ 48.60

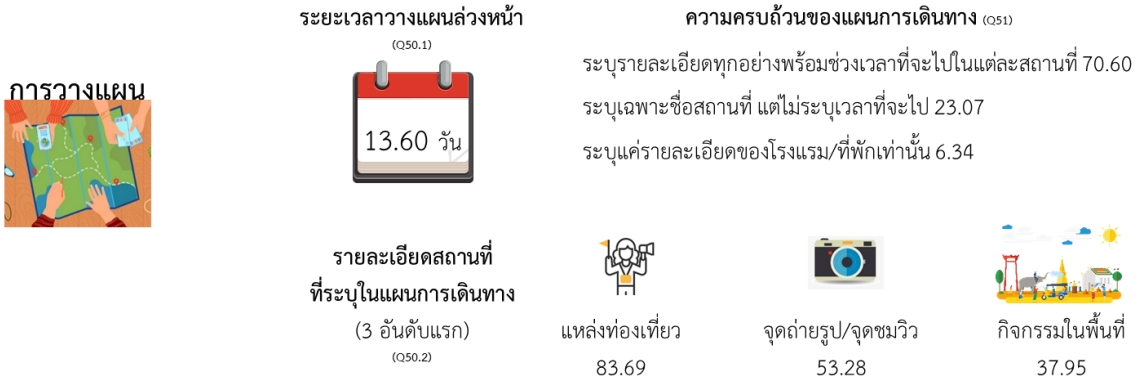
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7C สามารถอธิบายได้ดังนี้

- จังหวัดที่ได้รับความนิยมจากคนภาคใต้มากที่สุด คือ กระบี่ (ร้อยละ 13.15) รองลงมา คือ นครศรีธรรมราช (ร้อยละ 7.58) และตรัง (ร้อยละ 6.74) ตามลำดับ
- คนภาคใต้มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน (ร้อยละ 49.27) และกิจกรรมหลักที่คนภาคใต้ทำมากที่สุด คือ การถ่ายรูป (ร้อยละ 71.52)
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 25.19) ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก และได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต (ร้อยละ 68.21) เป็นประโยชน์อันดับแรกที่คนภาคใต้ได้รับ

3.3.1.7D การวางแผนการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.7D</u>: การวางแผนการท่องเที่ยวของคนภาคใต้



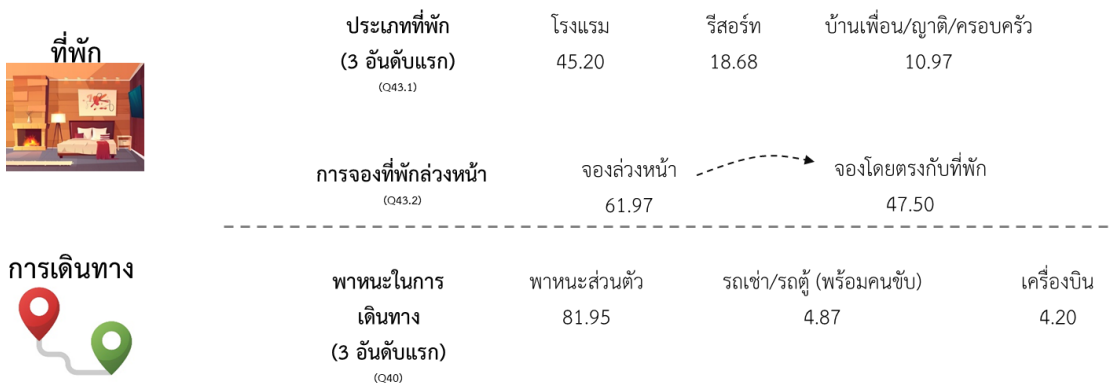
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7D สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคใต้ใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 13.60 วัน โดยคนภาคใต้ (ร้อยละ 70.60) จะระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุรายละเอียด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 83.69)

3.3.1.7E ที่พักและการเดินทาง

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.7E</u>: ที่พักและการเดินทางของคนภาคใต้



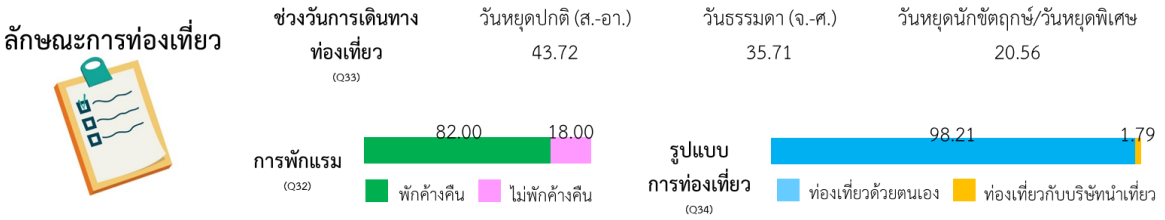
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7E สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคใต้เลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 45.20) และคนภาคใต้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.97) จะทำการจองที่พักล่วงหน้า โดยช่องทางหลักที่ใช้ คือ จองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 47.50)
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คนภาคใต้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.95) จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง

3.3.1.7F รูปแบบการท่องเที่ยว

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.7F</u>: รูปแบบการท่องเที่ยวของคนภาคใต้



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7F สามารถอธิบายได้ดังนี้

- คนภาคใต้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.72) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งคนภาคใต้เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.21) จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 82.00)

3.3.1.7G การแนะนำ/การบอกต่อ

<u>แผนภาพที่ 3.3.1.7G</u>: การแนะนำ/การบอกต่อของคนภาคใต้

การแนะนำ/การบอกต่อ



อันดับ	1	2	3
ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง 93.43	แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง 89.43	เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ 42.08
หัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q57)	แหล่งท่องเที่ยว 73.65	จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 53.46	ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 33.99
ช่องทางที่แบ่งปันประสบการณ์ (3 อันดับแรก) (Q58)	Facebook 85.47	ผ่านการพูดคุย 70.76	Instagram 24.89

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

แผนภาพ 3.3.1.7G สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง (ร้อยละ 93.43) เป็นลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์อันดับแรกที่คนภาคใต้มักทำหลังจบทริปท่องเที่ยว โดยหัวข้อที่แบ่งปันประสบการณ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 73.65) และจะแบ่งปันผ่าน Facebook เป็นหลัก (ร้อยละ 85.47)

3.3.1.8 ตารางข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย จำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย

3.3.1.8 A ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.3.1.8A: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	61,600	800	13,600	16,000	12,800	7,200	11,200
สัดส่วน (%)	100.00	1.30	22.08	25.97	20.78	11.69	18.18
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคเหนือ	22.14	15.38	60.37	12.83	14.87	11.97	4.38
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19.82	11.63	9.45	52.63	8.96	12.61	3.34
ภาคใต้	19.54	12.50	4.93	6.18	10.12	5.49	76.83
ภาคกลาง	17.61	26.75	11.21	11.44	36.99	22.79	7.33
ภาคตะวันออก	15.50	33.75	8.76	13.44	21.79	39.42	3.63
กรุงเทพมหานคร	5.39	0.00	5.28	3.48	7.28	7.72	4.48
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	55.35	26.75	60.37	52.63	44.26	39.42	76.83
ข้ามภูมิภาค	44.65	73.25	39.63	47.37	55.74	60.58	23.17
การกระจายตัว							
เมืองรอง	53.50	35.38	63.79	64.31	41.07	43.85	46.87
เมืองหลัก	46.50	64.63	36.21	35.69	58.93	56.15	53.13
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	56.32	50.00	62.29	56.78	57.70	61.03	43.72
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	25.35	36.75	23.82	24.38	29.98	29.13	20.56
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	18.33	13.25	13.90	18.84	12.32	9.85	35.71
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	98.49	99.13	99.08	98.31	97.91	99.28	98.21
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.51	0.88	0.92	1.69	2.09	0.72	1.79
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	80.59	78.75	81.74	84.66	78.65	70.81	82.00
ไม่พักค้างคืน	19.41	21.25	18.26	15.34	21.35	29.19	18.00

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.1.8B การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.3.1.8B: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	14.23	14.78	14.07	13.74	13.84	17.33	13.60
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	85.91	88.25	83.67	85.60	88.09	90.14	83.69
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	57.86	64.25	61.45	59.13	56.30	58.33	53.28
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	43.99	53.75	46.26	44.31	42.39	54.90	35.67
กิจกรรมในพื้นที่	35.02	33.13	29.26	38.64	31.21	40.47	37.95
โรงแรม/ที่พัก	31.87	42.13	25.71	29.21	34.12	43.22	33.10
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	31.35	38.63	22.58	26.59	32.98	55.67	31.18
เส้นทางในการเดินทาง	29.05	40.25	27.54	32.51	24.71	37.81	25.56
แหล่งชอปปิง	27.28	21.63	33.26	33.86	22.99	17.33	22.20
งานเทศกาล/ประเพณี	23.93	17.63	27.51	27.99	16.93	16.56	27.04
พาหนะในการเดินทาง	23.71	35.88	16.92	27.76	21.43	28.21	26.04
ตั๋วเดินทางต่างๆ	5.97	12.50	5.67	6.96	5.02	4.79	6.82
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	93.94	95.25	95.67	93.96	94.47	92.83	91.88
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	83.85	85.63	87.10	78.81	87.15	81.74	84.46
เส้นทางในการเดินทาง	75.71	88.50	70.10	75.45	75.37	84.29	77.81
กิจกรรมในพื้นที่	64.93	66.13	62.23	66.68	66.66	53.72	70.81
โรงแรม/ที่พัก	64.58	72.25	66.20	61.96	63.31	61.25	70.04
งานเทศกาล/ประเพณี	55.95	45.00	60.16	60.78	50.37	41.22	60.19
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	44.11	43.88	46.78	46.58	43.13	38.51	42.11
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	26.42	25.13	28.53	22.72	30.19	14.50	32.23
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.62	16.38	12.31	10.50	14.15	21.60	8.42
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.31	9.75	9.84	9.13	10.33	5.82	9.95
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.88	5.88	9.43	7.23	5.75	19.04	7.82
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	7.52	9.88	7.29	9.70	6.83	5.72	6.70

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.1.8C พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.3.1.8C: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.56	2.50	2.58	2.62	2.48	2.42	2.62
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,554	6,890	6,027	5,609	4,990	5,287	5,760
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,131	7,206	6,581	6,081	5,509	6,218	6,335
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,163	5,718	3,550	3,002	3,078	3,028	3,145
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	72.09	66.50	72.65	77.81	70.79	69.28	66.63
คู่สมรส/แฟน	62.16	65.25	63.13	63.69	58.18	71.85	57.43
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	18.49	16.38	17.10	17.84	20.27	15.11	21.13
คนเดียว (ตนเอง)	1.81	2.75	1.14	1.43	1.62	2.11	3.22
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	84.58	77.88	88.10	83.34	83.48	86.90	81.95
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	5.72	3.13	5.45	7.51	5.40	4.22	4.87
เครื่องบิน	3.69	11.75	2.51	4.01	4.28	3.26	4.20
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	3.13	3.50	2.20	3.15	3.11	2.86	4.46
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.43	1.25	0.32	0.78	2.21	1.76	2.54
รถไฟ	0.84	1.75	0.67	0.55	0.88	0.43	1.70
รถเช่า (ขับเอง)	0.60	0.75	0.76	0.66	0.65	0.56	0.29
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	44.30	42.63	47.69	41.93	45.85	38.89	45.20
รีสอร์ท	17.32	16.50	12.92	17.43	18.35	21.38	18.68
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	10.27	11.63	13.40	13.00	6.06	5.17	10.97
โฮมสเตย์	4.29	5.00	3.50	6.01	4.26	2.46	4.00
บังกะโล	1.87	1.00	1.77	1.73	2.42	1.53	1.75
ที่พักในอุทยานต่างๆ	1.07	1.25	0.97	1.98	0.75	0.79	0.46
โฮสเทล	0.73	0.38	0.70	1.36	0.51	0.31	0.41
เกสต์เฮ้าส์	0.73	0.38	0.79	1.24	0.45	0.29	0.53
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	43.80	43.50	45.88	41.33	42.95	41.18	47.50
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	19.81	15.38	19.96	28.54	15.01	8.85	20.03
ไม่ได้พักค้างคืน	19.41	21.25	18.26	15.34	21.35	29.19	18.00
จองผ่านเว็บไซต์	15.05	19.13	14.20	12.09	18.88	19.32	12.92
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	1.29	0.75	1.05	1.68	1.41	0.68	1.29
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.64	0.00	0.65	1.04	0.40	0.78	0.27

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.1.8F กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.3.1.8F: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	73.15	73.75	74.37	70.73	74.24	76.69	71.52
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	58.27	59.75	57.57	60.53	55.49	59.18	58.70
ชอปปิง	52.79	54.75	53.68	55.67	48.08	51.67	54.05
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	50.55	49.63	45.60	53.11	49.68	50.36	54.05
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	45.71	41.13	48.56	48.43	47.79	58.64	27.51
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	34.40	40.25	31.98	30.00	36.71	45.44	33.74
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	19.90	22.38	18.67	24.81	21.24	12.18	17.73
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	18.95	19.88	11.78	17.95	19.29	18.00	29.27
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	14.19	21.38	13.35	16.03	14.38	13.74	12.65
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	12.25	7.63	13.37	16.51	10.18	9.43	9.12
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	10.38	12.25	8.48	13.46	8.65	9.25	11.14
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.66	10.75	9.46	14.43	8.06	5.33	7.81
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	7.96	11.38	7.24	10.38	5.94	6.96	8.49
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	7.05	3.50	5.43	7.14	5.79	5.56	11.36
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	6.66	3.38	5.82	7.27	4.97	4.39	10.32
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.02	4.88	5.54	7.88	6.94	2.35	5.18
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.11	5.88	4.63	6.28	5.15	3.36	5.08
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.19	4.13	3.06	4.06	2.49	2.33	3.49

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.1.8G จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 3.3.1.8G: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	5.51	ชลบุรี	15.38	เชียงใหม่	12.75	ขอนแก่น	6.89
กรุงเทพมหานคร	5.39	กาญจนบุรี	7.25	เชียงราย	7.18	ชลบุรี	4.75
เชียงใหม่	4.53	เชียงใหม่	5.13	น่าน	5.55	นครพนม	4.04
กาญจนบุรี	3.92	ระยอง	4.88	กรุงเทพมหานคร	5.28	อุบลราชธานี	4.01
กระบี่	3.77	พระนครศรีอยุธยา	4.25	ลำปาง	4.87	กรุงเทพมหานคร	3.48
ขอนแก่น	2.72	ประจวบคีรีขันธ์	4.00	พะเยา	4.07	บึงกาฬ	3.44
เชียงราย	2.23	นครนายก	4.00	ชลบุรี	3.92	กาฬสินธุ์	3.33
พระนครศรีอยุธยา	2.21	ฉะเชิงเทรา	3.38	แพร่	3.48	บุรีรัมย์	3.28
ภูเก็ต	2.21	จันทบุรี	3.13	พิษณุโลก	3.24	กาญจนบุรี	3.06
จันทบุรี	2.17	ขอนแก่น	3.13	สุโขทัย	2.73	นครราชสีมา	3.01

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	8.51	ชลบุรี	10.74	กระบี่	13.15
กาญจนบุรี	7.51	กรุงเทพมหานคร	7.72	นครศรีธรรมราช	7.58
กรุงเทพมหานคร	7.28	จันทบุรี	5.58	ตรัง	6.74
พระนครศรีอยุธยา	4.44	ฉะเชิงเทรา	4.53	ภูเก็ต	6.71
ประจวบคีรีขันธ์	3.32	ระยอง	4.49	พัทลุง	6.54
นครปฐม	3.12	กาญจนบุรี	4.38	พังงา	5.43
เพชรบุรี	2.99	พระนครศรีอยุธยา	3.82	ชุมพร	4.56
เชียงใหม่	2.85	ตราด	3.79	กรุงเทพมหานคร	4.48
จันทบุรี	2.85	นครนายก	3.67	ปัตตานี	3.27
นครนายก	2.85	นครราชสีมา	3.14	ยะลา	2.80

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.1.8H ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 3.3.1.8H: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.41	4.48	4.49	4.50	4.32	4.33	4.36
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	91.09	94.00	93.98	94.13	86.35	92.96	87.77
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	61.73	64.75	70.87	61.82	57.10	59.90	57.31
เท่ากับที่คาดหวัง	37.69	34.50	28.60	37.79	42.62	39.17	41.64
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.58	0.75	0.54	0.39	0.28	0.93	1.04
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	74.79	77.00	74.35	75.06	75.82	74.79	73.65
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	54.30	55.38	49.27	57.27	53.16	60.63	53.46
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	40.39	37.63	39.82	42.81	38.74	49.19	33.99
กิจกรรมในพื้นที่	29.97	30.38	25.35	34.39	28.42	28.76	31.93
โรงแรม/ที่พัก	19.04	23.63	15.96	20.09	19.93	21.69	18.50
งานเทศกาล/ประเพณี	21.05	17.25	23.40	23.57	15.27	13.63	26.39
เส้นทางในการเดินทาง	15.72	16.63	16.40	19.25	13.63	7.92	17.41
พาหนะในการเดินทาง	10.36	15.13	10.28	12.45	10.02	4.26	11.81
แหล่งชอปปิง	23.03	11.38	25.40	29.19	18.94	14.57	21.77
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.17	8.00	2.93	4.26	2.67	1.78	3.42

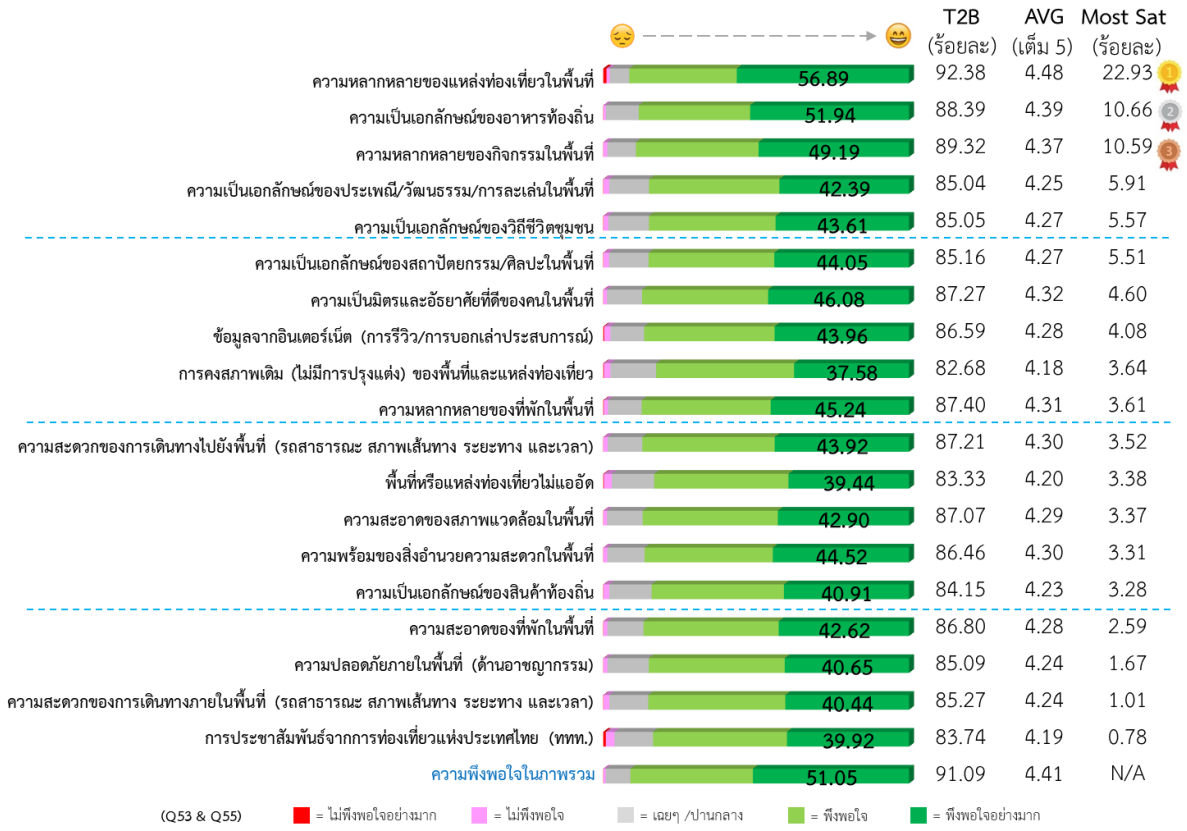
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.2 ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

ข้อมูลความพึงพอใจและไม่พึงพอใจที่มีต่อการเดินทางในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเป็นความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากประสบการณ์ของทริปล่าสุดในปี 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย (ภาพรวม)

แผนภาพที่ 3.3.2.1: ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ (ภาพรวม)



แผนภาพ 3.3.2.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับ (ร้อยละ 91.09) โดยประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก (พิจารณาจาก Most Satisfaction) ได้แก่
  - อันดับ 1: ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 22.93)
  - อันดับ 2: ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 10.66)
  - อันดับ 3: ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ (ร้อยละ 10.59)

3.3.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามภูมิภาค

ตารางที่ 3.3.2.2: ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ (จำแนกตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่)

ประเด็นความพึงพอใจ	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่						
ความพึงพอใจในภาพรวม							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.41	4.48	4.49	4.50	4.32	4.33	4.36
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	91.09	94.00	93.98	94.13	86.35	92.96	87.77
ปัจจัยที่พึงพอใจมากที่สุด (% Most Satisfaction)							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	22.93	20.13	27.74	19.13	23.37	18.03	25.19
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	10.66	13.00	9.41	8.56	13.19	8.31	13.61
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	10.59	12.13	12.90	8.33	7.01	20.49	9.06
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	5.91	5.63	6.55	6.92	4.87	5.21	5.39
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	5.57	4.75	8.00	4.68	4.76	3.66	6.16
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	5.51	5.75	5.86	6.59	4.98	6.64	3.47
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	4.60	5.13	3.06	6.08	3.65	3.21	6.33
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	4.08	4.38	1.82	1.68	9.87	3.15	3.85
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	3.64	3.00	4.09	4.15	2.31	4.05	3.70
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	3.61	2.63	3.56	4.53	3.38	2.87	3.09
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	3.52	6.00	1.62	3.54	6.43	3.49	2.27
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	3.38	3.75	2.41	5.23	2.83	2.32	3.24
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	3.37	2.63	2.41	5.10	2.77	3.43	2.73
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	3.31	3.13	2.63	3.99	2.07	6.75	2.44
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	3.28	2.25	4.05	3.04	2.94	2.94	3.31
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	2.59	2.13	1.71	3.28	2.80	2.35	2.57
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	1.67	1.63	0.93	3.24	1.00	0.99	1.56
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	1.01	1.88	0.73	1.10	1.20	0.90	1.06
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.78	0.13	0.52	0.84	0.57	1.22	0.98

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

3.3.3 ความคาดหวังจากการท่องเที่ยว

ผลลัพธ์จากการประเมินความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) ต่อประเด็นต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียวว่า ความพึงพอใจที่ได้รับในแต่ละประเด็นนั้น “น้อยกว่าที่คาดหวัง” “เท่ากับที่คาดหวัง” หรือ “มากกว่าที่คาดหวัง”

ทั้งนี้ ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการประเมินความคาดหวังมาจากประสบการณ์ของทริปล่าสุดในปี 2566 เป็นการแสดงข้อมูลของนักท่องเที่ยวในภาพรวมและจำแนกตามภูมิภาค (ที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.3.3: ความคาดหวังจากการท่องเที่ยว (ภาพรวม)

ประเด็นการประเมิน	ความคาดหวังที่ได้รับ	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	มากกว่าที่คาดหวัง	54.34	62.60	60.77	51.90	54.26	54.55	50.02
	เท่ากับที่คาดหวัง	45.05	37.28	38.70	47.78	45.48	44.36	48.76
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.61	0.13	0.53	0.33	0.26	1.09	1.22
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	มากกว่าที่คาดหวัง	52.07	57.05	58.64	49.62	49.10	53.01	50.54
	เท่ากับที่คาดหวัง	47.02	42.56	40.69	49.85	50.51	45.05	47.76
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.91	0.38	0.67	0.53	0.39	1.94	1.69
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	51.99	55.98	61.25	48.99	48.32	52.20	49.31
	เท่ากับที่คาดหวัง	46.89	43.37	37.95	50.32	51.05	45.14	49.00
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.12	0.64	0.80	0.69	0.64	2.67	1.70
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	มากกว่าที่คาดหวัง	50.93	57.56	58.74	47.21	48.48	51.67	49.20
	เท่ากับที่คาดหวัง	47.96	41.67	40.27	51.85	50.93	46.14	49.34
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.12	0.77	0.98	0.94	0.59	2.19	1.46
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	52.50	60.41	59.15	49.59	50.40	53.63	50.31
	เท่ากับที่คาดหวัง	46.20	38.95	39.85	49.51	48.93	44.09	47.33
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.30	0.64	1.01	0.89	0.67	2.28	2.36
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	59.24	61.96	63.90	54.98	58.19	62.29	59.01
	เท่ากับที่คาดหวัง	39.85	37.53	35.31	44.34	41.31	36.23	39.53
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.90	0.51	0.79	0.68	0.50	1.47	1.46

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ประเด็นการประเมิน	ความคาดหวังที่ได้รับ	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	54.12	60.83	61.03	50.81	53.37	51.71	52.96
	เท่ากับที่คาดหวัง	44.73	38.67	38.14	48.44	45.83	45.70	45.42
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.16	0.50	0.82	0.76	0.80	2.60	1.62
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	53.48	57.22	57.89	50.02	55.02	51.95	52.09
	เท่ากับที่คาดหวัง	45.44	42.01	41.11	49.06	44.39	46.51	46.22
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.08	0.77	0.99	0.92	0.59	1.54	1.69
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	มากกว่าที่คาดหวัง	47.07	55.73	50.81	43.68	46.34	48.17	47.48
	เท่ากับที่คาดหวัง	51.06	43.11	48.12	54.49	52.69	47.27	50.27
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.87	1.16	1.07	1.83	0.96	4.55	2.25
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	52.19	57.27	56.52	50.53	52.48	50.02	50.22
	เท่ากับที่คาดหวัง	46.51	41.83	42.38	48.39	46.84	47.19	48.08
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.31	0.90	1.11	1.08	0.67	2.79	1.70
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	51.19	55.13	54.62	51.02	47.93	53.89	49.51
	เท่ากับที่คาดหวัง	47.59	44.11	44.41	48.20	51.22	43.82	48.58
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.22	0.76	0.97	0.78	0.85	2.29	1.91
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	มากกว่าที่คาดหวัง	48.60	55.96	54.28	47.52	45.25	47.38	48.13
	เท่ากับที่คาดหวัง	49.41	42.16	44.63	51.23	52.91	48.11	49.18
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.99	1.88	1.09	1.25	1.84	4.51	2.69
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	มากกว่าที่คาดหวัง	48.86	53.13	53.36	50.64	45.33	46.99	46.33
	เท่ากับที่คาดหวัง	49.90	46.24	45.81	48.53	54.07	49.93	51.77
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.24	0.63	0.83	0.84	0.59	3.08	1.90
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	52.19	58.99	55.65	53.10	48.60	52.79	50.69
	เท่ากับที่คาดหวัง	46.82	39.97	43.47	46.21	50.76	45.24	48.00
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.98	1.03	0.88	0.69	0.64	1.97	1.31

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ประเด็นการประเมิน	ความคาดหวังที่ได้รับ	ภาพรวม	ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่: กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	51.73	56.63	56.34	52.05	48.91	51.97	48.94
	เท่ากับที่คาดหวัง	47.15	43.13	42.67	46.97	50.12	46.82	49.46
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.12	0.25	0.99	0.98	0.97	1.21	1.60
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	49.53	60.00	53.22	46.64	49.24	52.74	47.49
	เท่ากับที่คาดหวัง	49.38	38.50	45.87	52.36	50.07	45.53	51.03
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.08	1.50	0.91	1.00	0.69	1.73	1.48
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	มากกว่าที่คาดหวัง	48.22	56.20	52.88	45.34	47.47	47.66	47.96
	เท่ากับที่คาดหวัง	50.28	42.43	46.21	53.59	51.18	49.29	50.02
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.50	1.38	0.92	1.07	1.35	3.04	2.03
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	มากกว่าที่คาดหวัง	49.58	53.94	56.32	46.07	46.48	49.40	50.19
	เท่ากับที่คาดหวัง	49.00	45.29	42.62	52.76	52.73	48.05	47.56
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.42	0.76	1.07	1.17	0.79	2.54	2.26
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	มากกว่าที่คาดหวัง	48.60	50.06	57.69	45.80	43.57	46.44	48.92
	เท่ากับที่คาดหวัง	49.50	47.63	41.12	52.98	55.08	49.89	47.86
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	1.90	2.30	1.19	1.22	1.35	3.66	3.22
ความพึงพอใจในภาพรวม	มากกว่าที่คาดหวัง	61.73	64.75	70.87	61.82	57.10	59.90	57.31
	เท่ากับที่คาดหวัง	37.69	34.50	28.60	37.79	42.62	39.17	41.64
	น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.58	0.75	0.54	0.39	0.28	0.93	1.04

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

การประเมินความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อความพึงพอใจในภาพรวม พบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับเป็นประสบการณ์ด้านบวกมากกว่าประสบการณ์ด้านลบ ซึ่งดูได้จากผลการประเมินที่นักท่องเที่ยวได้ประเมินไว้ โดยร้อยละ 61.73 ตอบว่า เป็นความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “มากกว่าที่คาดหวัง” ร้อยละ 37.69 ตอบว่า เป็นความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “เท่ากับที่คาดหวัง” และมีเพียงร้อยละ 0.58 ตอบว่า เป็นความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “น้อยกว่าที่คาดหวัง”

สำหรับหัวข้ออื่นๆ (19 หัวข้อที่เหลือ) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความคาดหวังมีความคล้ายคลึงกับความพึงพอใจในภาพรวม กล่าวคือ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับเป็นประสบการณ์ด้านบวกมากกว่าประสบการณ์ด้านลบในทุกหัวข้อ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 จะมีความพึงพอใจ ที่ได้รับ “มากกว่าที่คาดหวัง” รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกอยู่ในบทที่ 8 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

3.3.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภาพรวม และจำแนกตามภูมิภาค (ที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่) เป็นข้อมูลที่ได้รับจากประสบการณ์ของทริปล่าสุดในปี 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.4.4: ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

		ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่					
ประโยชน์ที่ได้รับ	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต	56.41	57.00	61.07	53.14	52.33	44.24	68.21
ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย	55.39	70.38	52.50	59.16	53.83	71.92	44.78
ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม	54.44	54.00	49.25	60.27	53.00	55.10	53.74
ได้รับความสนุกสนาน	52.75	53.75	46.87	56.38	58.27	64.03	40.78
ได้ทำกิจกรรมตามที่วางแผนไว้	51.75	52.00	48.04	58.25	46.67	58.85	48.60
ได้ถ่ายรูป	47.43	50.63	41.79	48.23	52.03	62.72	37.75
ได้ทดลองรับประทานอาหารใหม่ๆ	31.86	40.63	33.50	34.38	28.47	24.47	35.15
ได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่	22.75	22.38	22.35	26.77	19.02	20.17	23.71
ได้ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน	17.50	25.13	15.99	21.35	16.98	19.44	13.23
ได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามที่ตั้งใจไว้	17.13	17.63	19.43	18.66	14.82	12.15	18.17
ได้เรียนรู้วัฒนธรรม/ประเพณีใหม่ๆ	6.57	14.88	5.26	8.76	6.16	5.21	6.43
ได้พิสูจน์ตนเอง/ได้ท้าทายตนเอง	6.10	6.75	5.76	7.16	4.54	7.04	6.28

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3.4.4 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับภาพรวม ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเป็นอันดับแรก คือ ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต (ร้อยละ 56.41)
- หากจำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเป็นอันดับแรกของคนในแต่ละภูมิภาคมีความคล้ายคลึงกันในบางภูมิภาค และมีความแตกต่างกันในบางภูมิภาค โดยมีรายละเอียดดังนี้
  - คนกรุงเทพมหานคร และคนภาคตะวันออก คือ การได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย
  - คนภาคเหนือและคนภาคใต้ คือ การได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต
  - คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ การได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม
  - คนภาคกลาง คือ การได้รับความสนุกสนาน

3.4 การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (Mapping analysis)

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (Mapping analysis) เป็นการแสดงข้อมูลทัศนคติของชาวไทย โดยการ plot mapping analysis ด้วย Important factor และ Satisfaction factor ซึ่ง Important factor คือ ปัจจัยที่ใช้เลือกจังหวัด/สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวจากคำถามของพฤติกรรมทั่วไป และให้กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ต่อการท่องเที่ยวในภาพรวม และสำหรับ Satisfaction factor ที่ใช้ในแผนภาพ คือ ระดับความพึงพอใจของทริปล่าสุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินค่าคะแนนความพึงพอใจ ซึ่งสามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้ เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ผลคะแนนความพึงพอใจของหลายๆ Destination ที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดของข้อมูล ทำให้การ plot mapping analysis ในมุมมอง Destination มีความไม่เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ประเมินค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัยต่อทริปล่าสุด จึงไม่มีค่าคะแนนความสำคัญต่อ Destination นั้นๆ ให้นำมาใช้ในการ plot

ตัวแปรในแผนภาพ

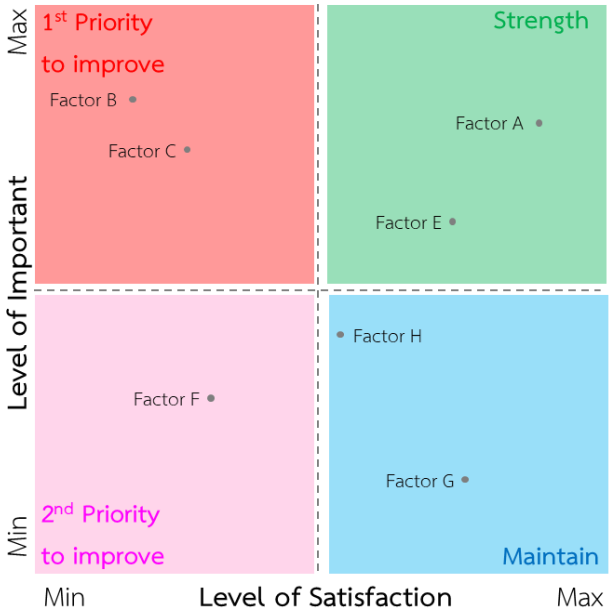
- **แกนตั้ง** แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญ (Level of Important) ของแต่ละปัจจัย ดังนั้น ปัจจัยที่อยู่ด้านบนของแกนตั้ง คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูง หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากกับปัจจัยนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่อยู่ด้านล่างของแกนตั้ง คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยที่ต่ำ หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญน้อยกับปัจจัยนั้นๆ

  เส้นประที่ลากออกมาจากแกนตั้ง (เส้นประแนวนอน) แสดงค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่อยู่บน (สูงกว่า) เส้นประแนวนอน คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยมากกว่าค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของทุกปัจจัย ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่อยู่ล่าง (ต่ำกว่า) เส้นประแนวนอน คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยน้อยกว่าค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของทุกปัจจัย

- **แกนนอน** แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ (Level of Satisfaction) ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้คะแนนไว้ในปัจจัยต่างๆ ดังนั้น ปัจจัยที่อยู่ทางขวาของแกนนอน คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูง หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากกับปัจจัยนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่อยู่ทางซ้ายของแกนนอน คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำ หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจน้อยกับปัจจัยนั้นๆ

  เส้นประที่ลากออกมาจากแกนนอน (เส้นประแนวตั้ง) แสดงค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่อยู่ทางขวาของเส้นประแนวตั้ง คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนพึงพอใจเฉลี่ยมากกว่าค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของทุกปัจจัย ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่อยู่ทางซ้ายของเส้นประแนวตั้ง คือ ปัจจัยที่มีค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยน้อยกว่าค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของทุกปัจจัย

<u>แผนภาพที่ 3.4A</u>: การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (Mapping analysis)

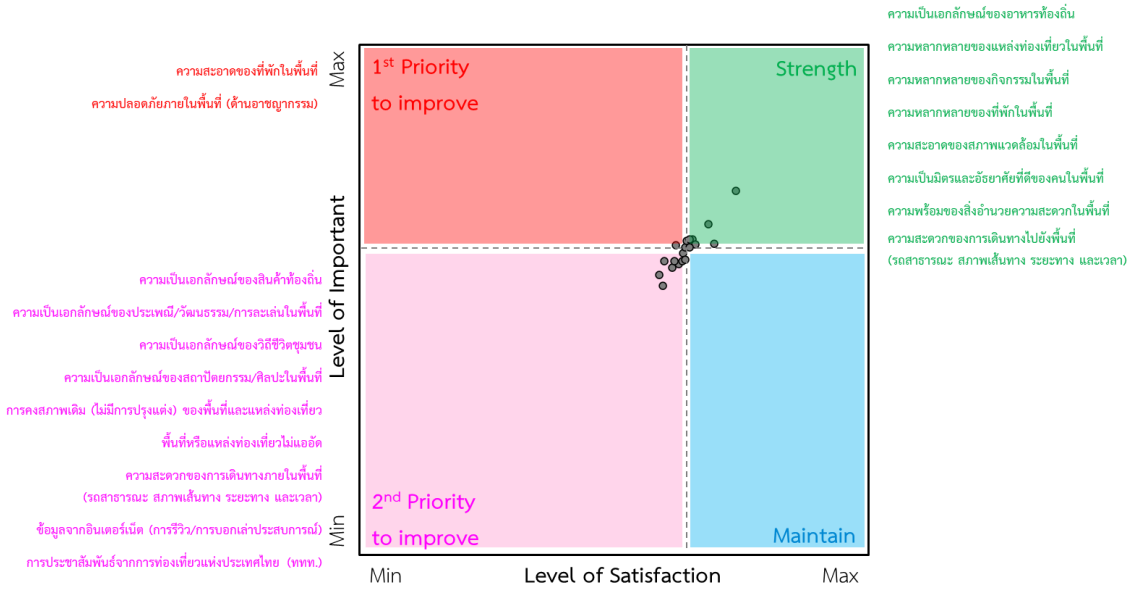


การอ่านค่าจากแผนภาพ

- Strength (มุมขวาบน: จุดแข็ง)
  ปัจจัยที่อยู่ภายในโซนนี้ (สีเขียว) คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญและความพึงพอใจมากกว่าค่าเฉลี่ยของทุกปัจจัย ซึ่งต้องคงรักษาไว้ หรืออาจใช้ในการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อสร้างปัจจัยดังกล่าวให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น
  ตัวอย่างของปัจจัยที่เป็นจุดแข็งในแผนภาพที่ 3.4A คือ Factor A และ Factor E
- 1st Priority to improve (มุมซ้ายบน: จุดอ่อนที่ต้องเร่งแก้ไข)
  ปัจจัยที่อยู่ภายในโซนนี้ (สีแดง) คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่าค่าเฉลี่ย แต่ได้รับความพึงพอใจน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
  ตัวอย่างของปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนที่ต้องเร่งแก้ไขในแผนภาพที่ 3.4A คือ Factor B และ Factor C
- 2nd Priority to improve (มุมซ้ายล่าง: จุดอ่อนที่ไม่ต้องเร่งแก้ไข)
  ปัจจัยที่อยู่ภายในโซนนี้ (สีชมพู) คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยกว่าค่าเฉลี่ยและได้รับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
  ตัวอย่างของปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนที่ไม่ต้องเร่งแก้ไขในแผนภาพที่ 3.4A คือ Factor F
- Maintain (มุมขวาล่าง: ปัจจัยที่ทำได้ดีแล้ว)
  ปัจจัยที่อยู่ภายในโซนนี้ (สีฟ้า) คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยกว่าค่าเฉลี่ย แต่ได้รับความพึงพอใจมากกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำได้ดีและไม่ต้องให้ความสำคัญมากนัก เพราะมีความสำคัญน้อย
  ตัวอย่างของปัจจัยที่เป็นปัจจัยที่ทำได้ดีแล้วในแผนภาพที่ 3.4A คือ Factor H และ Factor G

3.4.1 การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน

แผนภาพที่ 3.4.1: การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (ภาพรวม)



- ปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง (Strength) ได้แก่
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น
  - ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
  - ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่
  - ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่
  - ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่
  - ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่
  - ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
  - ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)

- ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนที่ต้องเร่งแก้ไข (1st Priority to improve) ได้แก่
  - ความสะอาดของที่พักในพื้นที่
  - ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)

- ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนที่ไม่ต้องเร่งแก้ไข (2nd Priority to improve) ได้แก่
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่
  - การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว
  - พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด
  - ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)
  - ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)
  - การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

สำหรับการสื่อสารเพื่อปรับปรุงหรือเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างให้ดีขึ้นกับปัจจัยที่ต้องเร่งแก้ไขในเรื่องของความสะอาดของที่พักในพื้นที่และความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม) สามารถทำได้ผ่านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของ ททท. (สำนักงานใหญ่) และสำนักงาน ททท. ในพื้นที่

- ความสะอาดของที่พักในพื้นที่
  เน้นการแสดงข้อมูลและข้อความ (Key message) ที่แสดงให้เห็นถึงมาตรการต่างๆ ของที่พัก ในเรื่องของความสะอาดไม่ว่าจะเป็น ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ได้รับจากภาครัฐ รวมไปถึงการแนะนำให้ที่พักวางหรือโชว์แผ่นพับตามห้องพัก ที่แสดงให้เห็นถึงการฆ่าเชื้อโรคกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสุขอนามัยของพนักงานในที่พัก
- ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)
  เน้นการแสดงข้อมูลและข้อความ (Key message) ที่แสดงให้เห็นถึงมาตรการต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็น ป้ายเตือนต่างๆ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และการปรับปรุงไฟส่องสว่างในเวลากลางคืน รวมไปถึงการแนะนำให้แหล่งท่องเที่ยวแสดงความช่วยเหลือและเป็นหูเป็นตาให้กับนักท่องเที่ยว เช่น มีการเดินตรวจตราของคนในชุมชน มีการคอยเตือนนักท่องเที่ยวให้ระมัดระวังของมีค่า หรือมีการบอกนักท่องเที่ยวว่าจุดใดสามารถจอดรถได้อย่างปลอดภัย เป็นต้น



04

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์ของ ททท.

4 การวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์ของ ททท.

จากการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2566 (ข้อมูลไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2566) จำแนกผลการศึกษาตามกลุ่มเป้าหมายจากแผนกลยุทธ์ที่ ททท. ให้ความสนใจ มีขนาดตลาด (Market Size) และพฤติกรรมการเดินทางที่น่าสนใจ ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย	คำจำกัดความ	ขนาดตลาด (Market Size) (ร้อยละ)	จำนวนหน่วยตัวอย่าง (คน) (คำนวณจาก 61,600 ตัวอย่าง)
1. นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y)	นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เกิดในช่วงปี 2524 - 2539	28.98	17,852
2. นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family)	นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ของลูก	4.35	2,677
3. นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age)	นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป	31.10	19,159
4. นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family)	กลุ่มที่มีการท่องเที่ยวในลักษณะครอบครัวขยาย คือมีสมาชิกไม่ต่ำกว่า 3 เจเนอเรชั่นขึ้นไป	15.91	9,800
5. นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End)	นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนตัว 60,000 บาท ต่อคนต่อเดือนขึ้นไป	1.78	1,097
6. นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady)	นักท่องเที่ยวเพศหญิงที่มีอายุ 25-54 ปี และมีรายได้ส่วนตัว 45,000 - 59,999 บาท ต่อคนต่อเดือน	1.19	734

4.1 นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y)

4.1.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1.1: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Gen-Y						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	17,852	226	3,783	4,585	3,650	2,226	3,382
สัดส่วน (%)	100.00	1.27	21.19	25.68	20.45	12.47	18.94
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคเหนือ	21.58	14.60	58.05	12.87	15.09	13.84	5.12
ภาคใต้	20.48	17.26	5.87	7.44	11.12	6.56	74.39
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.80	13.27	9.49	49.07	9.13	12.22	3.58
ภาคกลาง	17.20	23.89	11.50	12.37	34.44	20.80	7.98
ภาคตะวันออก	16.43	30.97	9.75	14.33	23.53	38.36	4.17
กรุงเทพมหานคร	5.52	0.00	5.34	3.93	6.68	8.22	4.76
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	52.71	23.89	58.05	49.07	41.12	38.36	74.39
ข้ามภูมิภาค	47.29	76.11	41.95	50.93	58.88	61.64	25.61
การกระจายตัว							
เมืองรอง	52.05	34.07	61.99	62.18	40.07	43.98	46.24
เมืองหลัก	47.95	65.93	38.01	37.82	59.93	56.02	53.76
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	57.30	51.77	61.99	58.36	58.77	61.19	46.36
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	25.65	35.84	24.93	24.58	30.29	30.64	19.31
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	17.05	12.39	13.08	17.06	10.94	8.18	34.33
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	98.78	99.56	99.23	98.50	98.92	99.60	97.99
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.22	0.44	0.77	1.50	1.08	0.40	2.01
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	82.98	88.94	83.93	86.52	83.02	73.58	83.23
ไม่พักค้างคืน	17.02	11.06	16.07	13.48	16.98	26.42	16.77

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 52.71) ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด (ร้อยละ 57.30) โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 98.78) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 82.98)

4.1.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1.2: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Gen-Y						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	14.55	16.79	14.28	14.06	14.07	17.73	13.99
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	86.80	92.48	85.12	86.70	89.01	90.25	84.00
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	61.76	65.49	65.13	63.82	60.86	62.35	55.82
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	46.21	56.19	47.37	47.26	45.12	55.66	38.50
โรงแรม/ที่พัก	35.26	49.56	27.31	31.76	38.36	47.71	37.14
กิจกรรมในพื้นที่	35.08	34.51	28.15	39.59	30.83	41.73	37.23
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	32.03	37.17	23.58	26.22	32.97	56.96	31.87
เส้นทางในการเดินทาง	30.65	42.48	28.39	33.76	26.70	41.11	26.58
แหล่งชอปปิง	29.12	22.12	35.08	36.66	25.85	16.44	24.33
พาหนะในการเดินทาง	24.27	33.63	17.58	28.22	21.80	29.34	25.90
งานเทศกาล/ประเพณี	22.74	19.91	25.30	26.76	16.64	16.08	25.78
ตั๋วเดินทางต่างๆ	6.60	12.83	5.87	7.22	6.17	5.62	7.75
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	94.37	98.67	95.82	94.33	94.81	95.24	91.72
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	85.71	92.92	88.61	80.50	89.91	83.06	86.46
เส้นทางในการเดินทาง	79.43	90.71	72.85	79.39	79.00	88.36	81.46
โรงแรม/ที่พัก	67.48	78.32	67.14	63.84	68.68	63.48	74.07
กิจกรรมในพื้นที่	65.26	73.89	63.02	66.11	67.93	54.45	70.67
งานเทศกาล/ประเพณี	54.52	46.90	58.58	60.26	49.38	40.12	57.57
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	43.63	41.59	45.92	45.63	44.35	36.34	42.31
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	27.50	19.91	29.47	23.47	31.89	16.26	33.12
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.14	15.04	11.79	10.10	13.65	19.59	8.66
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	9.64	6.64	11.00	7.02	6.17	21.20	8.04
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.51	11.06	10.28	10.27	10.37	4.67	9.82
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	6.76	11.50	6.26	8.92	6.17	5.35	5.97

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) ใช้เวลา 14.55 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 86.80) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 94.37) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 27.50)

4.1.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	Gen-Y						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.62	2.67	2.64	2.68	2.55	2.50	2.69
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,779	7,248	6,198	5,910	5,158	5,509	6,023
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,312	7,383	6,755	6,320	5,586	6,342	6,613
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,182	6,158	3,288	3,274	3,066	3,191	3,095
ผู้ร่วมเดินทาง							
คู่สมรส/แฟน	70.57	73.89	71.48	72.24	69.38	75.83	65.20
ครอบครัว/ญาติ	61.79	58.85	64.08	70.75	58.95	53.59	55.74
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	22.18	18.14	20.20	21.74	25.18	18.28	24.10
คนเดียว (ตนเอง)	2.69	2.65	1.48	2.05	2.09	3.68	4.97
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	85.82	76.55	88.74	85.08	84.26	88.90	83.29
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	4.35	2.21	3.75	5.58	3.87	2.92	4.82
เครื่องบิน	4.72	14.60	3.75	5.04	5.29	4.40	4.91
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	2.74	3.54	1.98	2.75	2.71	2.25	3.93
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	0.95	1.33	0.29	0.35	2.19	0.58	1.30
รถไฟ	0.77	1.33	0.74	0.57	0.75	0.54	1.27
รถเช่า (ขับเอง)	0.66	0.44	0.74	0.63	0.93	0.40	0.47
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	45.68	43.36	47.74	43.60	48.63	39.04	47.19
รีสอร์ท	18.82	22.12	14.35	18.47	20.15	23.54	19.66
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	9.27	13.27	12.77	12.30	5.11	5.08	8.78
โฮมสเตย์	4.60	7.08	4.12	6.00	4.95	2.74	4.05
บังกะโล	1.93	0.44	2.17	1.66	2.22	1.53	1.95
ที่พักในอุทยานต่างๆ	1.15	1.33	1.08	1.81	0.95	1.08	0.62
เกสต์เฮ้าส์	0.81	0.44	1.06	1.31	0.46	0.27	0.62
โฮสเทล	0.71	0.88	0.63	1.37	0.54	0.31	0.35
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	44.37	48.67	45.26	41.53	43.78	40.30	50.59
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	18.31	16.81	20.41	26.02	14.06	8.49	16.82
จองผ่านเว็บไซต์	18.29	23.01	16.49	15.90	23.58	23.54	14.02
ไม่ได้พักค้างคืน	17.02	11.06	16.07	13.48	16.98	26.42	16.77
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	1.23	0.44	1.03	1.68	1.14	0.58	1.36
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.78	0.00	0.74	1.40	0.46	0.67	0.44

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) เท่ากับ 2.62 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,779 บาท และจะเดินทางกับคู่สมรส/แฟน โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 70.57
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง ส่วนใหญ่จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 85.82)
- นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 45.68) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 44.37)

4.1.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1.4: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	Gen-Y						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	79.22	77.88	78.88	77.80	79.62	82.48	78.92
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	59.68	64.60	58.95	62.38	57.35	59.43	59.67
ชอปปิง	55.78	55.75	55.83	59.04	50.15	54.85	58.37
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	51.31	41.59	46.23	53.57	51.34	51.26	53.93
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	39.96	35.40	43.09	43.60	41.87	51.17	21.94
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	36.82	40.27	34.18	32.74	38.57	48.65	35.51
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	22.76	24.78	13.77	21.68	23.53	23.85	32.67
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	19.90	26.11	18.82	23.84	22.55	12.94	17.33
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	12.14	9.73	13.14	17.06	10.14	8.31	9.17
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	11.31	20.80	10.89	12.80	12.15	10.38	9.40
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	11.26	13.27	11.45	17.19	9.24	6.38	8.55
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	10.33	12.39	8.14	12.65	9.42	9.61	11.18
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	8.33	4.42	7.03	7.87	7.40	7.50	12.00
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	7.91	8.41	6.87	9.60	5.99	8.27	8.75
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	6.77	2.65	5.15	7.07	5.62	5.21	10.53
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.45	5.31	6.29	8.29	7.56	2.88	5.23
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.62	6.64	4.57	7.11	5.65	4.31	5.59
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.05	3.10	3.01	3.34	2.71	3.41	2.84

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 79.22) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 59.68) และชอปปิง (ร้อยละ 55.78) ตามลำดับ

4.1.5 จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 4.1.5: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	5.88	ชลบุรี	11.06	เชียงใหม่	12.29	ขอนแก่น	6.63
กรุงเทพมหานคร	5.52	กาญจนบุรี	7.52	เชียงราย	6.69	ชลบุรี	5.15
เชียงใหม่	4.45	เชียงใหม่	7.08	น่าน	5.55	นครพนม	4.01
กาญจนบุรี	4.22	ระยอง	6.64	ลำปาง	5.37	กรุงเทพมหานคร	3.93
กระบี่	4.15	ประจวบคีรีขันธ์	5.31	กรุงเทพมหานคร	5.34	กาญจนบุรี	3.49
ขอนแก่น	2.68	ขอนแก่น	3.98	ชลบุรี	4.36	บึงกาฬ	3.38
ภูเก็ต	2.44	กระบี่	3.98	แพร่	3.46	อุบลราชธานี	3.29
จันทบุรี	2.29	นครนายก	3.54	พะเยา	3.41	กาฬสินธุ์	3.08
ประจวบคีรีขันธ์	2.24	พระนครศรีอยุธยา	3.10	พิษณุโลก	2.70	เลย	3.01
เชียงราย	2.11	นครราชสีมา	3.10	ลำพูน	2.67	นครราชสีมา	2.86

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	8.98	ชลบุรี	10.60	กระบี่	12.66
กาญจนบุรี	7.89	กรุงเทพมหานคร	8.22	นครศรีธรรมราช	7.19
กรุงเทพมหานคร	6.68	จันทบุรี	5.57	ภูเก็ต	6.53
ประจวบคีรีขันธ์	4.02	ระยอง	5.35	ตรัง	6.45
พระนครศรีอยุธยา	3.64	กาญจนบุรี	4.63	พัทลุง	6.18
จันทบุรี	3.41	ฉะเชิงเทรา	4.45	พังงา	5.85
กระบี่	3.28	ตราด	3.73	กรุงเทพมหานคร	4.76
นครนายก	3.22	นครนายก	3.59	ชุมพร	4.35
เชียงใหม่	3.20	เพชรบูรณ์	3.41	ปัตตานี	3.31
เพชรบุรี	3.07	นครราชสีมา	3.10	ประจวบคีรีขันธ์	2.66

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) คือ ชลบุรี (ร้อยละ 5.88) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 5.52) และเชียงใหม่ (ร้อยละ 4.45) ตามลำดับ

4.1.6 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 4.1.6: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	Gen-Y						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.41	4.48	4.50	4.50	4.32	4.32	4.37
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	91.12	94.69	94.37	94.85	86.30	92.00	87.34
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	61.83	59.73	70.08	62.38	56.71	61.81	57.75
เท่ากับที่คาดหวัง	37.63	39.38	29.42	37.32	42.98	37.24	41.37
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.54	0.88	0.50	0.31	0.31	0.94	0.89
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	77.11	81.86	76.74	78.67	77.53	77.99	74.36
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	59.31	62.83	52.37	64.21	57.69	66.85	57.33
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	43.46	41.15	42.22	47.28	40.48	52.29	37.26
กิจกรรมในพื้นที่	30.83	32.30	24.95	35.90	28.79	31.36	32.50
แหล่งชอปปิง	24.61	12.83	26.30	31.78	21.28	14.20	23.65
โรงแรม/ที่พัก	21.26	25.22	17.50	21.85	22.42	25.34	20.64
งานเทศกาล/ประเพณี	20.77	21.68	22.05	23.47	15.02	14.78	26.23
เส้นทางในการเดินทาง	16.86	17.26	17.74	20.28	15.07	9.03	18.45
พาหนะในการเดินทาง	10.81	15.93	10.15	12.93	11.58	4.99	11.59
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.49	9.73	3.09	4.45	3.30	1.98	3.84

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 91.12 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น "มากกว่าที่คาดหวัง" เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 61.83
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen-Y) คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 77.11)

4.2 นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family)

4.2.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2.1: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Millennial Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	2,677	18	373	1,055	508	229	494
สัดส่วน (%)	100.00	0.67	13.93	39.41	18.98	8.55	18.45
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	25.74	16.67	14.21	49.38	9.13	17.03	5.67
ภาคกลาง	20.88	33.33	13.67	13.84	47.34	29.26	9.31
ภาคใต้	17.22	11.11	5.63	5.02	7.41	3.06	69.03
ภาคเหนือ	16.81	16.67	51.74	11.28	13.50	15.72	6.28
ภาคตะวันออก	16.03	22.22	10.99	18.77	16.92	32.75	5.26
กรุงเทพมหานคร	3.32	0.00	3.75	1.71	5.70	2.18	4.45
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	52.63	33.33	51.74	49.38	53.04	32.75	69.03
ข้ามภูมิภาค	47.37	66.67	48.26	50.62	46.96	67.25	30.97
การกระจายตัว							
เมืองรอง	55.88	50.00	66.76	63.13	39.73	51.53	51.42
เมืองหลัก	44.12	50.00	33.24	36.87	60.27	48.47	48.58
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	59.28	27.78	65.95	65.12	63.31	48.47	42.51
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	24.17	44.44	21.45	18.96	29.85	39.30	24.29
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	16.55	27.78	12.60	15.92	6.84	12.23	33.20
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	99.51	100.00	100.00	100.00	99.62	99.56	97.98
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	0.49	0.00	0.00	0.00	0.38	0.44	2.02
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	86.93	94.44	87.67	88.44	80.23	91.70	88.06
ไม่พักค้างคืน	13.07	5.56	12.33	11.56	19.77	8.30	11.94

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 52.63) ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด (ร้อยละ 59.28) โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 99.51) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 86.93)

4.2.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2.2: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Millennial Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	15.52	18.78	15.17	13.82	13.73	25.14	16.85
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	92.38	100.00	87.94	93.36	95.06	93.45	90.28
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	63.28	72.22	68.36	62.09	62.17	67.69	61.13
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	50.24	55.56	52.82	47.87	54.75	59.39	44.33
โรงแรม/ที่พัก	42.44	38.89	46.92	33.18	41.63	72.05	45.95
แหล่งชอปปิง	38.48	16.67	46.11	39.53	39.92	18.34	38.26
กิจกรรมในพื้นที่	38.44	55.56	34.58	44.36	25.48	35.37	43.93
พาหนะในการเดินทาง	34.59	27.78	28.42	37.16	37.64	23.14	35.83
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	33.40	50.00	39.95	26.16	37.26	55.02	29.76
เส้นทางในการเดินทาง	30.67	33.33	38.34	31.28	29.28	24.89	27.73
งานเทศกาล/ประเพณี	21.22	38.89	21.72	25.40	15.59	16.59	20.04
ตั๋วเดินทางต่างๆ	4.33	0.00	4.29	4.74	3.80	3.49	4.45
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	97.12	100.00	97.86	97.25	96.77	98.25	96.15
เส้นทางในการเดินทาง	88.49	100.00	85.79	84.74	90.68	96.07	92.71
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	86.18	94.44	90.88	78.86	92.21	92.14	89.07
กิจกรรมในพื้นที่	71.72	77.78	73.73	68.06	74.71	69.87	75.71
โรงแรม/ที่พัก	68.77	77.78	76.68	61.80	61.79	84.72	77.73
งานเทศกาล/ประเพณี	64.21	72.22	66.76	65.02	62.36	57.21	65.79
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	46.73	44.44	50.13	41.42	46.01	40.17	59.31
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	26.45	22.22	30.03	22.84	29.85	25.33	28.34
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	13.30	16.67	12.33	11.66	18.44	23.14	7.49
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	7.96	11.11	10.19	7.39	7.98	7.42	7.69
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	7.77	16.67	8.85	8.53	7.22	3.49	7.89
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	7.06	5.56	6.43	5.40	8.37	3.93	11.13

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) ใช้เวลา 15.52 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 92.38) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 97.12) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 26.45)

4.2.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	Millennial Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.70	2.83	2.68	2.71	2.48	2.79	2.88
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,285	6,151	6,352	5,028	3,916	5,789	6,250
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	5,689	6,384	6,789	5,326	4,401	6,033	6,725
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	2,594	2,200	3,248	2,749	1,946	3,082	2,751
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
คู่สมรส/แฟน	93.72	94.44	91.69	95.26	90.87	96.07	93.93
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	3.06	0.00	1.34	4.45	1.52	1.75	3.64
คนเดียว (ตนเอง)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	88.87	77.78	90.08	87.87	93.35	90.39	84.62
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	7.43	0.00	6.17	9.00	3.80	7.86	8.70
เครื่องบิน	1.79	22.22	2.14	1.80	1.71	0.00	2.43
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	0.75	0.00	0.54	0.19	0.57	0.44	2.43
รถเช่า (ขับเอง)	0.60	0.00	1.07	0.57	0.19	1.31	0.40
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	0.45	0.00	0.00	0.57	0.00	0.00	1.21
รถไฟ	0.11	0.00	0.00	0.00	0.38	0.00	0.20
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	38.81	16.67	42.90	35.45	42.02	31.44	42.91
รีสอร์ท	26.52	27.78	24.93	23.03	23.95	48.03	27.94
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	9.49	33.33	8.31	13.18	6.65	4.80	7.69
โฮมสเตย์	6.39	16.67	4.83	9.86	3.42	2.18	5.26
บังกะโล	2.13	0.00	1.88	1.90	2.66	1.31	2.63
เกสต์เฮ้าส์	1.23	0.00	2.14	1.71	0.38	0.44	0.81
โฮสเทล	1.20	0.00	0.27	2.09	0.57	1.75	0.40
ที่พักในอุทยานต่างๆ	1.16	0.00	2.41	1.23	0.57	1.75	0.40
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	46.84	55.56	53.08	41.42	45.82	42.79	56.68
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	21.55	27.78	13.94	29.86	21.29	7.42	16.40
จองผ่านเว็บไซต์	17.07	11.11	19.84	15.26	12.55	39.30	13.36
ไม่ได้พักค้างคืน	13.07	5.56	12.33	11.56	19.77	8.30	11.94
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	0.86	0.00	0.80	0.76	0.57	0.87	1.42
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.60	0.00	0.00	1.14	0.00	1.31	0.20

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) เท่ากับ 2.70 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,285 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 100.00
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 88.87)
- นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 38.81) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 46.84)

4.2.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2.4: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	Millennial Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	83.97	77.78	84.99	81.04	83.08	89.96	87.65
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	71.01	77.78	72.39	70.71	71.29	63.76	73.68
ชอปปิง	66.83	61.11	62.47	65.12	67.68	51.97	79.76
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	59.13	44.44	55.76	67.11	48.67	69.87	50.81
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	47.74	55.56	49.87	41.90	58.37	52.40	45.14
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	47.07	38.89	44.77	49.86	50.38	66.81	30.16
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	25.85	33.33	19.30	33.18	23.57	16.59	21.86
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	25.21	22.22	16.89	24.17	23.38	24.89	35.83
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	17.30	11.11	15.28	20.85	11.98	25.33	13.16
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	17.07	5.56	15.28	22.75	14.45	8.73	12.96
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	15.39	27.78	15.28	16.78	11.98	12.66	17.41
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	11.77	11.11	6.43	13.55	7.41	10.48	17.21
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	11.47	0.00	11.26	7.68	11.22	11.79	19.84
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	11.39	16.67	8.04	11.66	11.22	22.71	8.30
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	11.28	0.00	7.51	9.95	11.79	8.30	17.81
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.84	0.00	6.97	6.82	9.13	2.18	6.48
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	6.76	5.56	7.24	6.64	8.94	2.18	6.48
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.22	0.00	3.75	4.36	5.51	3.06	3.44

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 83.97) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 71.01) และชอปปิง (ร้อยละ 66.83) ตามลำดับ

4.2.5 จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 4.2.5: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	5.53	ประจวบคีรีขันธ์	11.11	เชียงใหม่	7.77	ชลบุรี	7.01
กาญจนบุรี	4.86	ราชบุรี	11.11	ลำปาง	5.36	ขอนแก่น	6.26
ขอนแก่น	3.74	นครราชสีมา	11.11	น่าน	4.56	บึงกาฬ	4.08
กรุงเทพมหานคร	3.32	เชียงราย	5.56	ชลบุรี	4.56	นครพนม	3.89
กระบี่	3.14	น่าน	5.56	พิษณุโลก	4.29	ระยอง	3.60
ระยอง	2.65	พิษณุโลก	5.56	แพร่	3.75	กาญจนบุรี	3.51
เชียงใหม่	2.50	กาญจนบุรี	5.56	กรุงเทพมหานคร	3.75	เลย	3.32
พระนครศรีอยุธยา	2.32	นครปฐม	5.56	กำแพงเพชร	3.49	นครราชสีมา	2.84
นครราชสีมา	2.24	จันทบุรี	5.56	เชียงราย	3.49	อุดรธานี	2.84
ประจวบคีรีขันธ์	2.20	ฉะเชิงเทรา	5.56	เลย	3.49	อุบลราชธานี	2.75
		นครนายก	5.56				
		ระยอง	5.56				
		ขอนแก่น	5.56				
		นราธิวาส	5.56				
		ปัตตานี	5.56				

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กาญจนบุรี	11.03	นครนายก	6.99	กระบี่	9.31
กรุงเทพมหานคร	5.70	กาญจนบุรี	6.55	นครศรีธรรมราช	7.89
ชลบุรี	5.70	ระยอง	6.55	ตรัง	6.88
พระนครศรีอยุธยา	5.32	ชลบุรี	5.68	พัทลุง	6.07
ประจวบคีรีขันธ์	4.56	นครราชสีมา	5.24	พังงา	4.66
นครปฐม	3.99	เพชรบุรี	4.37	กรุงเทพมหานคร	4.45
เพชรบุรี	3.99	พระนครศรีอยุธยา	3.93	ภูเก็ต	4.05
ราชบุรี	3.61	ปราจีนบุรี	3.93	ปัตตานี	3.44
จันทบุรี	2.85	เพชรบูรณ์	3.49	ชุมพร	3.24
ขอนแก่น	2.85	จันทบุรี	3.49	ชลบุรี	2.83

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) คือ ชลบุรี (ร้อยละ 5.53) กาญจนบุรี (ร้อยละ 4.86) และขอนแก่น (ร้อยละ 3.74) ตามลำดับ

4.2.6 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 4.2.6: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	Millennial Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.46	4.44	4.55	4.54	4.30	4.28	4.47
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	92.75	100.00	95.71	95.26	88.02	93.45	89.88
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	59.84	77.78	63.27	61.23	55.70	55.46	60.73
เท่ากับที่คาดหวัง	39.19	22.22	35.66	38.29	43.92	41.48	37.65
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.97	0.00	1.07	0.47	0.38	3.06	1.62
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	84.16	88.89	78.82	83.41	88.21	82.53	86.23
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	63.95	61.11	58.45	66.45	60.27	64.63	66.40
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	52.56	50.00	57.37	48.44	56.46	61.14	49.60
กิจกรรมในพื้นที่	37.43	38.89	31.90	44.83	25.67	29.69	41.90
แหล่งชอปปิง	36.94	11.11	35.66	36.78	40.49	19.21	42.71
โรงแรม/ที่พัก	29.96	38.89	30.83	22.56	34.79	44.98	33.00
งานเทศกาล/ประเพณี	19.87	50.00	14.48	22.18	14.45	16.59	26.32
เส้นทางในการเดินทาง	17.41	22.22	13.14	18.10	20.34	6.55	21.05
พาหนะในการเดินทาง	16.92	16.67	14.21	14.88	22.24	5.24	23.08
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.03	16.67	1.88	3.22	2.47	1.31	4.86

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 92.75 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “มากกว่าที่คาดหวัง” เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 59.84
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวครอบครัวรุ่นใหม่ (Millennial Family) คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 84.16)

4.3 นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age)

4.3.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.3.1: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Silver Age						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	19,159	258	4,728	4,772	4,210	2,159	3,032
สัดส่วน (%)	100.00	1.35	24.68	24.91	21.97	11.27	15.83
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคเหนือ	23.96	14.73	63.26	12.70	15.04	9.54	3.79
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20.71	13.18	9.18	57.15	9.74	13.02	3.00
ภาคกลาง	19.32	29.46	11.13	11.25	41.25	27.28	6.79
ภาคใต้	17.44	8.91	4.06	4.72	8.68	4.59	80.38
ภาคตะวันออก	14.17	33.72	7.61	11.34	19.18	39.74	3.23
กรุงเทพมหานคร	4.41	0.00	4.76	2.85	6.11	5.84	2.80
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	58.09	29.46	63.26	57.15	47.36	39.74	80.38
ข้ามภูมิภาค	41.91	70.54	36.74	42.85	52.64	60.26	19.62
การกระจายตัว							
เมืองรอง	56.99	34.88	66.86	68.67	44.81	43.68	50.63
เมืองหลัก	43.01	65.12	33.14	31.33	55.19	56.32	49.37
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	54.53	46.90	60.60	54.95	56.07	59.33	38.72
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	24.69	37.60	22.88	23.76	28.47	27.37	21.47
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	20.78	15.50	16.52	21.29	15.47	13.29	39.81
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	97.82	99.22	98.54	97.80	96.20	98.89	98.35
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	2.18	0.78	1.46	2.20	3.80	1.11	1.65
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	77.82	68.22	79.67	82.50	75.29	66.70	79.19
ไม่พักค้างคืน	22.18	31.78	20.33	17.50	24.71	33.30	20.81

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 58.09) ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด (ร้อยละ 54.53) โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 97.82) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 77.82)

4.3.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.3.2: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Silver Age						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	13.96	12.64	13.96	13.44	13.59	17.05	13.10
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	83.75	81.78	81.54	83.21	86.28	88.88	80.67
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	50.80	56.59	57.59	50.71	48.57	49.05	44.89
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	40.54	53.10	44.27	40.42	39.17	51.04	29.49
กิจกรรมในพื้นที่	35.10	32.17	30.71	39.96	31.29	37.98	37.83
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	31.59	41.47	21.76	28.52	34.44	55.86	30.28
โรงแรม/ที่พัก	27.53	33.72	23.12	25.40	29.81	40.76	24.97
เส้นทางในการเดินทาง	26.68	44.19	25.97	30.20	23.72	34.41	21.08
งานเทศกาล/ประเพณี	26.31	17.44	30.60	30.70	18.29	18.53	30.05
แหล่งชอปปิง	24.10	18.99	31.15	29.44	19.36	16.81	16.89
พาหนะในการเดินทาง	22.53	41.86	16.03	27.68	20.95	26.96	23.71
ตั๋วเดินทางต่างๆ	4.63	6.98	5.10	6.14	3.36	3.01	4.55
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	93.37	90.31	95.41	93.55	94.52	90.09	90.53
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	80.58	75.19	82.97	75.25	84.58	79.39	80.21
เส้นทางในการเดินทาง	70.90	85.66	66.39	70.98	72.40	78.69	70.05
กิจกรรมในพื้นที่	63.55	63.57	59.39	67.92	65.29	51.83	68.93
โรงแรม/ที่พัก	61.19	64.73	65.27	59.07	59.00	59.47	62.63
งานเทศกาล/ประเพณี	59.55	46.51	62.03	64.15	55.08	44.84	65.50
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	43.81	40.31	46.57	46.81	42.14	39.18	40.50
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	23.59	24.42	26.67	19.34	27.44	12.09	28.00
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	13.32	13.57	12.90	10.79	15.02	24.69	7.35
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	9.54	13.57	8.82	12.11	8.44	7.41	9.73
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	8.94	8.53	9.54	7.42	9.44	7.23	10.85
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	7.64	4.26	8.25	7.12	4.79	14.03	7.12

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) ใช้เวลา 13.96 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 83.75) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 93.37) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 23.59)

4.3.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.3.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	Silver Age						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.48	2.33	2.52	2.54	2.43	2.34	2.50
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,371	6,617	5,934	5,358	4,816	5,092	5,532
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	5,994	6,969	6,496	5,884	5,386	6,238	6,095
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,184	5,862	3,729	2,880	3,076	2,795	3,389
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	86.69	82.17	81.87	89.02	85.92	90.37	89.02
คู่สมรส/แฟน	65.73	68.99	67.85	68.86	57.41	77.54	61.35
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	9.51	5.81	11.48	9.91	9.65	6.81	7.52
คนเดียว (ตนเอง)	0.87	2.71	0.80	0.69	1.12	0.56	1.09
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	85.35	84.11	88.13	82.59	85.12	88.37	83.54
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	7.78	3.10	7.25	10.71	7.61	5.56	5.80
เครื่องบิน	2.52	8.53	2.01	2.93	2.62	2.18	2.77
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.87	1.94	0.32	1.34	1.95	2.59	4.52
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	1.50	1.16	1.21	1.51	1.70	0.79	2.18
รถเช่า (ขับเอง)	0.52	0.78	0.72	0.63	0.51	0.32	0.16
รถไฟ	0.46	0.39	0.36	0.29	0.49	0.19	1.02
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	42.19	38.76	46.59	39.59	42.77	37.93	41.59
รีสอร์ท	16.22	15.12	12.65	16.97	16.79	20.01	17.05
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	11.48	9.30	13.75	14.40	7.48	4.17	14.45
โฮมสเตย์	3.96	2.71	2.98	5.49	4.03	2.59	3.92
บังกะโล	1.80	1.55	1.46	1.78	2.73	1.30	1.35
ที่พักในอุทยานต่างๆ	0.84	0.39	0.93	1.99	0.31	0.09	0.16
โฮสเทล	0.70	0.00	0.70	1.17	0.65	0.32	0.33
เกสต์เฮ้าส์	0.64	0.39	0.61	1.11	0.54	0.28	0.33
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	43.55	43.02	46.55	41.18	43.02	43.72	43.27
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	22.25	12.40	20.22	32.88	16.83	8.80	26.25
ไม่ได้พักค้างคืน	22.18	31.78	20.33	17.50	24.71	33.30	20.81
จองผ่านเว็บไซต์	9.81	12.02	11.06	5.87	12.76	11.95	8.21
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	1.65	0.78	1.25	2.05	2.24	1.07	1.22
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.55	0.00	0.59	0.52	0.45	1.16	0.23

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) เท่ากับ 2.48 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,371 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 86.69
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 85.35)
- นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 42.19) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 43.55)

4.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.3.4: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	Silver Age						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	62.82	64.73	68.04	59.07	64.26	67.81	54.88
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	58.58	58.53	58.42	61.92	60.16	73.97	40.27
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	57.88	59.69	56.60	60.06	57.34	56.83	58.01
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	50.99	56.20	46.43	54.30	50.45	50.25	54.25
ชอปปิง	47.62	52.71	49.24	50.31	45.88	44.09	45.94
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	30.71	34.50	27.98	25.90	35.74	39.42	28.92
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	21.70	20.93	20.30	28.60	22.05	11.58	19.69
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	20.48	35.27	17.11	24.04	20.14	21.21	20.09
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	13.22	8.14	14.13	17.79	10.77	10.84	9.89
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	11.17	8.91	7.76	10.79	11.79	8.20	18.27
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	10.59	10.47	8.86	14.31	8.73	7.74	12.20
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	8.72	13.18	7.55	12.95	6.33	6.95	8.67
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	7.23	5.43	6.45	8.57	4.81	4.82	11.64
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	6.71	5.04	7.02	9.83	5.46	3.10	5.74
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	4.63	2.33	4.40	5.32	5.48	1.85	4.65
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	4.55	1.55	3.49	4.82	3.76	2.92	8.11
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	3.66	4.65	3.98	3.69	4.16	1.99	3.59
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.30	4.65	3.15	4.78	2.28	1.48	3.99

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 62.82) นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร) (ร้อยละ 58.58) และชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 57.88) ตามลำดับ

4.3.5 จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 4.3.5: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	4.43	ชลบุรี	16.28	เชียงใหม่	12.18	ขอนแก่น	6.58
กรุงเทพมหานคร	4.41	พระนครศรีอยุธยา	7.36	เชียงราย	7.78	นครพนม	4.36
เชียงใหม่	4.34	กาญจนบุรี	6.59	น่าน	5.86	อุบลราชธานี	4.32
กาญจนบุรี	3.49	นครนายก	4.65	ลำปาง	5.16	บึงกาฬ	3.86
กระบี่	3.22	ขอนแก่น	4.65	พะเยา	4.80	กาฬสินธุ์	3.81
พระนครศรีอยุธยา	3.05	เชียงใหม่	4.26	กรุงเทพมหานคร	4.76	ชลบุรี	3.67
เชียงราย	2.53	จันทบุรี	4.26	แพร่	3.62	บุรีรัมย์	3.50
ขอนแก่น	2.52	นครปฐม	3.49	พิษณุโลก	3.11	อุดรธานี	3.16
จันทบุรี	2.11	ฉะเชิงเทรา	3.49	ชลบุรี	2.98	เลย	2.93
น่าน	2.08	กาฬสินธุ์	3.10	กำแพงเพชร	2.96	มุกดาหาร	2.89

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	6.74	ชลบุรี	9.40	กระบี่	13.89
กาญจนบุรี	6.58	พระนครศรีอยุธยา	6.02	นครศรีธรรมราช	9.20
กรุงเทพมหานคร	6.11	กรุงเทพมหานคร	5.84	ตรัง	7.35
พระนครศรีอยุธยา	6.00	ฉะเชิงเทรา	5.56	พัทลุง	7.26
นครปฐม	3.76	จันทบุรี	5.47	ภูเก็ต	5.71
เพชรบุรี	3.25	กาญจนบุรี	4.17	พังงา	5.47
ชัยนาท	3.11	สระแก้ว	3.89	ชุมพร	4.62
ประจวบคีรีขันธ์	2.80	ระยอง	3.84	ปัตตานี	3.79
จันทบุรี	2.66	ตราด	3.75	ยะลา	3.13
นครนายก	2.64	นครนายก	3.71	กรุงเทพมหานคร	2.80

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) คือ ชลบุรี (ร้อยละ 4.43) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 4.41) และเชียงใหม่ (ร้อยละ 4.34) ตามลำดับ

4.3.6 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 4.3.6: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	Silver Age						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.40	4.49	4.47	4.47	4.31	4.32	4.36
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	90.90	94.57	93.76	93.40	86.01	93.42	87.90
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	62.22	70.16	71.81	60.08	58.37	59.19	58.48
เท่ากับที่คาดหวัง	37.19	28.29	27.58	39.33	41.36	40.02	40.63
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.59	1.55	0.61	0.59	0.27	0.79	0.89
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	69.90	70.16	69.69	68.94	71.91	69.85	68.80
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	45.54	47.67	45.24	45.70	45.14	48.45	44.26
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	35.62	32.56	36.93	35.90	36.32	41.22	28.10
กิจกรรมในพื้นที่	28.85	28.29	24.58	34.16	28.22	24.92	30.87
งานเทศกาล/ประเพณี	22.21	13.95	25.49	25.52	15.67	12.92	28.13
แหล่งชอปปิง	19.74	9.69	23.33	24.62	16.11	12.51	16.95
โรงแรม/ที่พัก	15.99	18.99	13.85	17.52	17.32	17.28	14.05
เส้นทางในการเดินทาง	14.23	16.67	15.57	17.62	12.76	5.65	15.07
พาหนะในการเดินทาง	9.43	12.79	10.34	11.53	8.46	2.92	10.78
ตั๋วเดินทางต่างๆ	2.61	3.88	2.73	3.86	1.90	1.25	2.51

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 90.90 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น "มากกว่าที่คาดหวัง" เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 62.22
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Silver Age) คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 69.90)

4.4 นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family)

4.4.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4.1: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Multi-Generation Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	9,800	57	2,007	3,219	2,051	780	1,686
สัดส่วน (%)	100.00	0.58	20.48	32.85	20.93	7.96	17.20
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	24.78	10.53	12.41	54.21	9.96	15.77	5.99
ภาคเหนือ	20.45	15.79	53.61	11.71	14.09	17.56	6.94
ภาคกลาง	18.03	26.32	11.96	10.50	41.41	21.92	8.60
ภาคใต้	17.37	15.79	5.38	6.15	9.82	5.26	68.09
ภาคตะวันออก	14.63	31.58	11.21	14.73	18.12	34.10	5.16
กรุงเทพมหานคร	4.74	0.00	5.43	2.70	6.59	5.38	5.22
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	53.54	26.32	53.61	54.21	48.01	34.10	68.09
ข้ามภูมิภาค	46.46	73.68	46.39	45.79	51.99	65.90	31.91
การกระจายตัว							
เมืองรอง	55.81	40.35	64.42	64.55	43.50	48.97	47.39
เมืองหลัก	44.19	59.65	35.58	35.45	56.50	51.03	52.61
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	56.63	47.37	64.77	57.41	57.45	58.97	43.36
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	26.30	42.11	23.62	24.36	31.59	29.74	24.97
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	17.07	10.53	11.61	18.24	10.96	11.28	31.67
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	98.17	98.25	98.75	99.32	96.87	99.62	96.26
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.83	1.75	1.25	0.68	3.13	0.38	3.74
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	83.83	75.44	82.31	86.08	76.23	87.69	89.03
ไม่พักค้างคืน	16.17	24.56	17.69	13.92	23.77	12.31	10.97

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 53.54) ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด (ร้อยละ 56.63) โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 98.17) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 83.83)

4.4.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4.2: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Multi-Generation Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	14.58	15.63	15.06	14.44	12.70	16.58	15.71
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	87.32	87.72	82.31	86.18	91.13	93.33	87.90
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	64.46	66.67	64.67	64.96	65.09	66.54	61.51
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	48.40	61.40	51.07	48.74	46.87	54.10	43.83
โรงแรม/ที่พัก	36.92	33.33	29.25	29.54	39.09	58.46	47.45
แหล่งชอปปิง	34.50	17.54	39.11	37.99	29.98	19.49	34.93
กิจกรรมในพื้นที่	33.70	26.32	29.75	35.60	33.35	29.23	37.31
พาหนะในการเดินทาง	28.64	24.56	21.62	26.25	28.13	36.79	38.43
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	28.32	29.82	19.23	23.77	29.98	55.64	33.10
เส้นทางในการเดินทาง	28.29	21.05	25.56	32.37	24.24	32.69	26.75
งานเทศกาล/ประเพณี	23.54	19.30	26.06	29.36	15.94	16.79	22.06
ตั๋วเดินทางต่างๆ	5.39	7.02	5.73	6.09	3.75	4.74	5.99
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	95.16	96.49	95.07	94.84	94.97	96.54	95.49
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	85.70	94.74	88.09	80.89	88.80	86.41	87.84
เส้นทางในการเดินทาง	79.42	85.96	72.50	79.03	80.22	83.46	85.53
กิจกรรมในพื้นที่	67.98	57.89	66.97	68.97	68.07	59.49	71.12
โรงแรม/ที่พัก	63.95	59.65	64.03	62.13	55.88	73.08	73.19
งานเทศกาล/ประเพณี	59.58	42.11	61.34	64.93	49.29	50.13	64.53
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	45.90	42.11	46.89	45.85	44.31	31.15	53.62
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	27.32	19.30	27.30	24.08	34.06	20.51	28.23
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	11.73	22.81	13.45	8.48	12.05	27.18	8.36
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	10.32	15.79	10.66	8.92	11.67	5.77	12.99
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	7.73	7.02	6.43	9.01	6.26	8.97	8.13
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	7.15	3.51	7.42	7.21	4.98	12.05	7.18

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) ใช้เวลา 14.58 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 87.32) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 95.16) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 27.32)

4.4.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	Multi-Generation Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.67	2.70	2.67	2.67	2.43	2.77	2.91
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,252	5,903	5,990	4,974	4,384	5,314	5,961
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	5,706	6,272	6,567	5,348	4,915	5,566	6,328
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	2,900	4,772	3,304	2,661	2,678	3,515	2,985
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
คู่สมรส/แฟน	33.10	26.32	23.47	37.25	27.75	34.62	42.65
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	8.18	1.75	7.77	10.69	6.45	3.97	8.01
คนเดียว (ตนเอง)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	84.31	80.70	86.00	82.91	87.00	88.08	79.83
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	10.49	8.77	10.01	12.43	7.07	8.46	12.57
เครื่องบิน	2.23	7.02	1.44	1.93	3.61	1.92	2.19
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.03	1.75	0.45	0.81	0.62	0.77	2.79
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	0.89	0.00	0.55	0.81	0.76	0.13	1.96
รถเช่า (ขับเอง)	0.80	0.00	1.35	0.93	0.57	0.51	0.30
รถไฟ	0.26	1.75	0.20	0.19	0.38	0.13	0.36
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	42.17	26.32	44.49	39.30	45.16	42.31	41.10
รีสอร์ท	18.69	17.54	12.95	17.18	17.41	31.03	24.32
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	12.62	29.82	16.59	16.28	5.88	7.69	11.63
โฮมสเตย์	5.24	1.75	2.79	6.96	3.98	3.08	7.47
บังกะโล	2.29	0.00	2.39	1.71	2.70	2.18	2.79
เกสต์เฮ้าส์	1.03	0.00	1.30	1.62	0.33	0.13	0.89
ที่พักในอุทยานต่างๆ	0.94	0.00	1.15	1.49	0.28	0.77	0.53
โฮสเทล	0.84	0.00	0.65	1.55	0.47	0.51	0.30
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	43.06	29.82	41.85	37.65	40.18	48.85	55.75
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	23.24	29.82	21.82	33.33	15.65	12.56	20.11
ไม่ได้พักค้างคืน	16.17	24.56	17.69	13.92	23.77	12.31	10.97
จองผ่านเว็บไซต์	15.10	15.79	15.70	12.71	18.22	25.64	10.20
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	1.62	0.00	1.54	1.18	1.80	0.51	2.85
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.80	0.00	1.40	1.21	0.38	0.13	0.12

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) เท่ากับ 2.67 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,252 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 100.00
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 84.31)
- นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 42.17) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 43.06)

4.4.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4.4: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	Multi-Generation Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	79.79	70.18	78.28	76.45	80.69	88.08	82.98
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	61.21	59.65	58.35	60.30	55.98	63.85	71.71
ชอปปิง	59.85	52.63	60.19	59.30	53.61	53.59	71.17
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	49.54	35.09	41.11	54.92	46.77	52.69	51.30
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	42.26	43.86	45.09	41.38	48.01	55.13	27.40
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	38.23	24.56	36.17	34.86	43.12	38.59	40.87
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	22.85	21.05	15.35	22.21	22.58	21.15	34.10
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	21.82	15.79	17.19	25.16	23.67	12.18	23.07
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	13.73	1.75	9.97	18.73	12.24	11.03	11.80
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	13.59	10.53	9.62	20.04	10.91	7.18	12.34
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	12.33	8.77	8.52	15.50	10.01	9.74	14.89
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	12.31	12.28	12.95	15.38	10.91	6.92	9.91
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	9.89	3.51	6.53	8.45	8.02	10.26	18.80
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	8.96	15.79	6.88	9.91	7.02	6.03	13.40
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	8.74	3.51	5.13	8.14	8.30	4.49	16.73
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.97	7.02	5.58	8.98	6.93	3.97	6.23
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.86	3.51	4.78	7.95	5.17	3.08	5.28
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.06	5.26	1.74	5.00	3.94	3.21	5.58

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 79.79) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 61.21) และชอปปิง (ร้อยละ 59.85) ตามลำดับ

4.4.5 จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 4.4.5: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	5.63	ระยอง	12.28	เชียงใหม่	8.82	ขอนแก่น	6.80
กรุงเทพมหานคร	4.74	กาญจนบุรี	10.53	เชียงราย	6.18	ชลบุรี	5.96
กาญจนบุรี	4.48	พระนครศรีอยุธยา	7.02	กรุงเทพมหานคร	5.43	นครพนม	5.44
เชียงใหม่	3.43	นครศรีธรรมราช	7.02	ชลบุรี	5.08	บุรีรัมย์	3.91
ขอนแก่น	3.41	นครสวรรค์	5.26	ลำปาง	4.58	กาฬสินธุ์	3.70
กระบี่	3.20	ฉะเชิงเทรา	5.26	แพร่	4.43	อุบลราชธานี	3.51
พระนครศรีอยุธยา	2.30	ชลบุรี	5.26	น่าน	4.33	กาญจนบุรี	3.39
จันทบุรี	2.11	นครนายก	5.26	กำแพงเพชร	3.44	บึงกาฬ	3.39
นครพนม	2.09	กระบี่	5.26	ตาก	3.24	นครราชสีมา	2.95
นครราชสีมา	2.04	น่าน	3.51	พะเยา	3.19	เลย	2.89
		เพชรบุรี	3.51				
		จันทบุรี	3.51				
		ร้อยเอ็ด	3.51				

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กาญจนบุรี	7.87	ชลบุรี	11.03	กระบี่	10.91
กรุงเทพมหานคร	6.59	กาญจนบุรี	6.03	ตรัง	6.64
พระนครศรีอยุธยา	6.31	จันทบุรี	5.64	นครศรีธรรมราช	6.17
ชลบุรี	6.26	กรุงเทพมหานคร	5.38	พัทลุง	5.87
นครปฐม	4.36	ระยอง	4.10	ภูเก็ต	5.87
ชัยนาท	4.08	เพชรบูรณ์	3.59	กรุงเทพมหานคร	5.22
ราชบุรี	3.08	พระนครศรีอยุธยา	3.46	พังงา	4.92
จันทบุรี	2.66	ตราด	3.46	กาญจนบุรี	3.86
ประจวบคีรีขันธ์	2.47	นครนายก	3.33	ชุมพร	3.32
กระบี่	2.42	ฉะเชิงเทรา	3.08	ชลบุรี	2.37

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) คือ ชลบุรี (ร้อยละ 5.63) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 4.74) กาญจนบุรี (ร้อยละ 4.48) ตามลำดับ

4.4.6 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 4.4.6: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	Multi-Generation Family						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.39	4.51	4.47	4.47	4.24	4.27	4.38
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	90.12	92.98	93.27	92.89	83.21	93.33	88.26
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	63.06	64.91	70.15	64.37	56.31	60.77	61.63
เท่ากับที่คาดหวัง	36.23	35.09	29.15	35.04	43.36	38.72	36.89
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.70	0.00	0.70	0.59	0.33	0.51	1.48
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	78.87	75.44	73.54	78.13	80.98	86.41	80.49
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	61.58	56.14	51.82	64.03	62.10	70.51	63.76
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	45.57	45.61	44.00	47.50	41.65	48.46	47.33
แหล่งชอปปิง	30.80	14.04	29.80	34.48	25.47	18.33	37.37
กิจกรรมในพื้นที่	30.78	22.81	24.81	34.67	29.41	25.77	34.46
โรงแรม/ที่พัก	25.12	17.54	19.13	21.19	26.33	32.05	35.05
งานเทศกาล/ประเพณี	21.28	26.32	22.42	25.07	13.85	16.79	24.02
เส้นทางในการเดินทาง	16.73	12.28	14.20	20.63	13.52	10.90	19.04
พาหนะในการเดินทาง	14.90	12.28	11.01	12.67	17.46	10.00	22.84
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.52	5.26	2.74	4.69	2.47	1.41	4.51

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 90.12 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับนั้น "มากกว่าที่คาดหวัง" เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 63.06
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวครอบครัวขยาย (Multi-Generation Family) คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 78.87)

4.5 นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End)

4.5.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.5.1: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	High-End						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	1,097	24	306	190	245	136	196
สัดส่วน (%)	100.00	2.19	27.89	17.32	22.33	12.40	17.87
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคเหนือ	27.71	25.00	50.00	20.53	20.45	19.85	15.31
ภาคใต้	22.52	25.00	9.48	15.26	19.33	18.38	57.14
ภาคกลาง	17.78	20.83	14.38	14.21	27.51	20.59	11.22
ภาคตะวันออก	13.40	20.83	7.84	17.89	15.61	23.53	7.65
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.31	8.33	11.76	25.26	9.29	11.76	5.10
กรุงเทพมหานคร	6.29	0.00	6.54	6.84	7.81	5.88	3.57
การเดินทางท่องเที่ยว							
ข้ามภูมิภาค	59.89	79.17	50.00	74.74	64.68	76.47	42.86
ในภูมิภาค	40.11	20.83	50.00	25.26	35.32	23.53	57.14
การกระจายตัว							
เมืองรอง	50.41	41.67	60.13	57.37	41.64	33.82	52.04
เมืองหลัก	49.59	58.33	39.87	42.63	58.36	66.18	47.96
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	41.39	20.83	48.69	30.53	41.64	53.68	31.63
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	32.36	54.17	30.72	45.26	36.06	24.26	22.96
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	26.25	25.00	20.59	24.21	22.30	22.06	45.41
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	94.44	100.00	97.71	87.37	95.91	99.26	90.82
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	5.56	0.00	2.29	12.63	4.09	0.74	9.18
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	89.24	95.83	87.91	96.84	89.22	89.71	83.67
ไม่พักค้างคืน	10.76	4.17	12.09	3.16	10.78	10.29	16.33

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 59.89) ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด (ร้อยละ 41.39) โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 94.44) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 89.24)

4.5.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.5.2: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	High-End						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	16.27	22.54	15.62	17.27	13.62	13.43	21.95
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	84.32	95.83	88.24	88.42	81.78	82.35	79.08
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	57.52	54.17	56.21	69.47	55.39	57.35	51.02
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	48.50	70.83	55.88	47.37	50.19	49.26	35.20
กิจกรรมในพื้นที่	40.02	54.17	39.87	41.58	40.15	24.26	49.49
งานเทศกาล/ประเพณี	34.73	25.00	40.20	33.16	37.55	19.85	34.18
แหล่งชอปปิง	31.63	29.17	36.93	43.16	27.51	19.85	26.02
เส้นทางในการเดินทาง	29.44	29.17	27.78	37.37	25.28	20.59	36.22
โรงแรม/ที่พัก	29.08	25.00	20.92	38.42	20.82	47.79	31.12
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	20.05	12.50	13.40	17.89	18.22	33.82	25.51
พาหนะในการเดินทาง	17.41	12.50	17.97	16.84	12.27	13.97	26.53
ตั๋วเดินทางต่างๆ	11.58	4.17	7.19	22.63	6.69	10.29	15.31
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	91.34	95.83	95.10	87.37	88.85	85.29	96.94
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	85.69	100.00	89.22	75.26	89.22	82.35	87.76
เส้นทางในการเดินทาง	80.58	79.17	82.68	67.89	82.90	73.53	91.33
โรงแรม/ที่พัก	77.85	70.83	82.03	81.05	72.86	83.09	71.43
กิจกรรมในพื้นที่	67.09	87.50	77.78	47.89	69.89	55.15	73.47
งานเทศกาล/ประเพณี	64.72	58.33	77.45	56.32	65.43	54.41	59.18
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	55.52	41.67	66.99	50.53	50.93	41.18	58.67
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	17.14	4.17	18.95	16.84	10.78	14.71	25.00
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	15.22	20.83	13.73	18.42	24.54	10.29	5.10
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	11.30	20.83	12.42	6.84	10.41	19.85	9.18
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	8.48	12.50	8.50	7.89	9.29	11.03	6.12
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	6.29	12.50	7.52	4.74	8.18	5.88	3.57

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) ใช้เวลา 16.27 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 84.32) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 91.34) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 17.14)

4.5.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.5.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	High-End						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.90	2.96	2.76	3.15	2.85	2.93	2.94
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	7,514	9,356	6,823	11,115	5,770	6,813	7,979
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	7,987	9,639	7,303	11,260	5,888	7,229	9,072
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,585	2,860	3,334	6,675	4,788	3,190	2,379
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	79.22	66.67	78.10	83.68	71.38	85.29	83.16
คู่สมรส/แฟน	69.92	70.83	71.90	67.89	61.71	73.53	77.55
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	12.03	8.33	13.07	8.95	17.84	4.41	10.71
คนเดียว (ตนเอง)	1.64	0.00	0.65	3.16	3.35	0.00	0.51
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	76.21	70.83	83.01	68.95	78.07	77.94	68.88
เครื่องบิน	10.48	12.50	8.17	14.21	6.69	12.50	14.29
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	8.93	12.50	6.54	12.11	9.29	6.62	10.71
รถเช่า (ขับเอง)	2.01	0.00	1.31	2.11	2.97	2.21	1.53
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	1.09	0.00	0.98	1.58	2.23	0.00	0.00
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	0.73	0.00	0.00	0.00	0.00	0.74	3.57
รถไฟ	0.55	4.17	0.00	1.05	0.74	0.00	1.02
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	56.70	41.67	58.82	66.32	55.76	55.88	45.92
รีสอร์ท	14.13	16.67	10.46	12.63	12.64	26.47	14.80
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	8.30	33.33	12.09	5.79	8.55	1.47	9.18
โฮมสเตย์	3.19	0.00	2.29	2.11	2.97	2.21	6.63
บังกะโล	3.10	0.00	1.96	4.74	4.46	1.47	2.55
โฮสเทล	2.19	4.17	0.98	2.63	3.72	0.74	2.55
เกสต์เฮ้าส์	1.00	0.00	0.33	1.58	1.12	0.74	1.53
ที่พักในอุทยานต่างๆ	0.64	0.00	0.98	1.05	0.00	0.74	0.51
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	47.68	33.33	52.61	49.47	48.33	44.85	39.29
จองผ่านเว็บไซต์	19.05	25.00	10.13	27.37	18.22	32.35	16.84
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	16.32	37.50	21.24	7.37	16.73	12.50	19.39
ไม่ได้พักค้างคืน	10.76	4.17	12.09	3.16	10.78	10.29	16.33
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	4.83	0.00	2.61	11.58	3.72	0.00	6.63
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	1.37	0.00	1.31	1.05	2.23	0.00	1.53

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) เท่ากับ 2.90 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 7,514 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 79.22
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 76.21)
- นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 56.70) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 47.68)

4.5.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.5.4: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	High-End						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	73.11	83.33	70.92	79.47	65.43	80.88	75.51
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	53.51	62.50	51.31	45.26	48.33	54.41	71.43
ชอปปิง	51.14	66.67	47.39	53.68	44.98	43.38	68.37
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	50.96	29.17	48.04	55.26	51.30	50.74	51.02
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	49.04	45.83	54.58	40.53	50.56	48.53	46.94
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	25.16	37.50	27.45	25.26	26.77	12.50	28.06
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	24.07	12.50	20.59	21.05	15.99	28.68	40.31
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	19.96	20.83	17.65	22.63	20.45	8.09	28.57
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	18.14	16.67	11.44	30.53	17.10	17.65	18.37
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	12.03	4.17	6.54	16.84	8.55	13.97	19.39
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	9.66	8.33	4.90	11.58	5.20	8.82	21.94
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	9.57	4.17	5.23	10.53	5.95	5.15	23.47
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	8.39	4.17	7.84	10.00	4.09	5.15	15.82
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	7.75	4.17	3.92	14.21	8.92	2.94	9.18
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	7.66	0.00	2.94	11.05	6.32	5.15	15.31
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	7.29	4.17	3.59	13.16	7.06	2.94	10.71
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.10	0.00	1.63	11.58	2.60	2.21	9.69
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.01	0.00	3.59	3.16	1.86	1.47	10.20

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 73.11) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 53.51) และชอปปิง (ร้อยละ 51.14) ตามลำดับ

4.5.5 จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 4.5.5: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	6.29	ประจวบคีรีขันธ์	12.50	เชียงใหม่	7.52	กรุงเทพมหานคร	6.84
เชียงใหม่	5.38	ชลบุรี	12.50	กรุงเทพมหานคร	6.54	ชลบุรี	5.26
ชลบุรี	5.01	เชียงใหม่	8.33	เชียงราย	4.58	ภูเก็ต	4.74
กระบี่	4.19	ตราด	8.33	เพชรบูรณ์	4.25	นครนายก	3.68
กาญจนบุรี	3.74	กระบี่	8.33	สุโขทัย	4.25	กระบี่	3.68
ภูเก็ต	3.46	น่าน	4.17	น่าน	3.59	นครสวรรค์	3.16
ประจวบคีรีขันธ์	3.01	พิษณุโลก	4.17	ตาก	3.27	ขอนแก่น	3.16
เชียงราย	2.83	แม่ฮ่องสอน	4.17	พะเยา	2.94	เชียงราย	2.63
เพชรบูรณ์	2.28	ลำปาง	4.17	ลำปาง	2.94	เชียงใหม่	2.63
นครนายก	2.28	กาญจนบุรี	4.17	ลำพูน	2.94	แม่ฮ่องสอน	2.63
ขอนแก่น	2.28	นครปฐม	4.17				
นครศรีธรรมราช	2.28	บึงกาฬ	4.17				
		ร้อยเอ็ด	4.17				
		ตรัง	4.17				
		พัทลุง	4.17				
		ภูเก็ต	4.17				
		สงขลา	4.17				

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	7.81	ชลบุรี	9.56	นครศรีธรรมราช	10.20
เชียงใหม่	7.06	กรุงเทพมหานคร	5.88	กระบี่	6.12
กาญจนบุรี	7.06	กาญจนบุรี	5.15	พัทลุง	5.10
ชลบุรี	7.06	นครราชสีมา	5.15	ตรัง	4.59
กระบี่	5.58	เชียงใหม่	4.41	พังงา	4.59
ประจวบคีรีขันธ์	3.72	ภูเก็ต	4.41	ภูเก็ต	4.59
นครนายก	3.35	พระนครศรีอยุธยา	3.68	กรุงเทพมหานคร	3.57
เพชรบุรี	2.97	ประจวบคีรีขันธ์	2.94	กาญจนบุรี	3.57
ภูเก็ต	2.97	จันทบุรี	2.94	เชียงราย	3.06
พระนครศรีอยุธยา	2.60	ฉะเชิงเทรา	2.94	เชียงใหม่	3.06
				ประจวบคีรีขันธ์	3.06

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 6.29) เชียงใหม่ (ร้อยละ 5.38) และชลบุรี (ร้อยละ 5.01) ตามลำดับ

4.5.6 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 4.5.6: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	High-End						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.51	4.83	4.68	4.58	4.46	4.32	4.38
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	93.44	100.00	98.37	94.21	92.19	94.12	86.22
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	76.03	29.17	86.93	81.58	71.38	57.35	72.96
เท่ากับที่คาดหวัง	23.61	66.67	12.75	18.42	27.51	42.65	27.04
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.36	4.17	0.33	0.00	1.12	0.00	0.00
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	75.39	87.50	75.16	81.05	72.49	71.32	77.04
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	51.96	62.50	45.42	62.63	50.56	46.32	57.65
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	47.95	50.00	53.27	44.74	48.33	41.91	46.43
กิจกรรมในพื้นที่	34.09	66.67	28.43	32.11	37.17	22.06	48.98
งานเทศกาล/ประเพณี	32.91	33.33	37.25	30.53	34.20	18.38	36.73
แหล่งชอปปิง	26.89	33.33	29.08	35.79	20.07	11.03	35.20
เส้นทางในการเดินทาง	21.24	12.50	14.38	31.05	20.07	6.62	34.18
โรงแรม/ที่พัก	17.50	20.83	10.78	26.32	10.41	27.21	22.45
พาหนะในการเดินทาง	9.75	12.50	6.86	17.89	5.95	1.47	17.35
ตั๋วเดินทางต่างๆ	8.02	0.00	2.61	15.79	4.46	6.62	14.80

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 93.44 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “มากกว่าที่คาดหวัง” เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 76.03
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวรายได้สูง (High-End) คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.39)

4.6 นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady)

4.6.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.1: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Lady						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	734	17	126	158	177	126	130
สัดส่วน (%)	100.00	2.32	17.17	21.53	24.11	17.17	17.71
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคเหนือ	23.30	23.53	53.97	17.72	22.16	15.08	10.00
ภาคใต้	23.30	5.88	8.73	13.29	17.01	11.11	70.77
ภาคกลาง	18.66	29.41	11.11	14.56	32.99	19.84	8.46
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	15.12	23.53	10.32	37.34	10.82	11.11	3.08
ภาคตะวันออก	14.31	17.65	5.56	13.29	14.95	36.51	1.54
กรุงเทพมหานคร	5.31	0.00	10.32	3.80	2.06	6.35	6.15
การเดินทางท่องเที่ยว							
ข้ามภูมิภาค	54.63	70.59	46.03	62.66	64.95	63.49	29.23
ในภูมิภาค	45.37	29.41	53.97	37.34	35.05	36.51	70.77
การกระจายตัว							
เมืองรอง	50.41	23.53	61.90	56.33	48.45	40.48	44.62
เมืองหลัก	49.59	76.47	38.10	43.67	51.55	59.52	55.38
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	50.41	41.18	57.94	46.20	46.91	57.14	46.92
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	33.51	47.06	30.95	39.87	39.69	32.54	20.00
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	16.08	11.76	11.11	13.92	13.40	10.32	33.08
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	98.37	100.00	98.41	98.10	98.45	100.00	96.92
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.63	0.00	1.59	1.90	1.55	0.00	3.08
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	86.51	88.24	92.06	92.41	91.75	73.02	79.23
ไม่พักค้างคืน	13.49	11.76	7.94	7.59	8.25	26.98	20.77

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 54.63) ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด (ร้อยละ 50.41) โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 98.37) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 86.51)

4.6.2 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.2: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	Lady						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	15.98	17.88	15.66	14.13	15.94	16.83	17.77
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	86.92	88.24	85.71	86.08	87.63	89.68	85.38
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	72.21	82.35	72.22	77.85	71.65	71.43	66.92
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	55.04	70.59	57.14	51.27	60.31	67.46	37.69
กิจกรรมในพื้นที่	38.56	70.59	33.33	39.87	36.60	47.62	36.15
โรงแรม/ที่พัก	36.78	17.65	34.13	29.11	34.54	53.97	35.38
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	34.60	5.88	34.13	27.85	29.38	58.73	27.69
เส้นทางในการเดินทาง	32.83	11.76	26.19	34.18	27.32	41.27	37.69
แหล่งชอปปิง	30.38	17.65	31.75	44.30	34.02	11.11	25.38
งานเทศกาล/ประเพณี	29.29	35.29	33.33	33.54	21.13	28.57	33.08
พาหนะในการเดินทาง	21.53	11.76	18.25	21.52	15.46	31.75	23.85
ตั๋วเดินทางต่างๆ	8.99	5.88	12.70	13.92	7.22	3.97	6.92
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	94.28	76.47	93.65	94.94	92.27	94.44	96.92
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	88.28	82.35	91.27	79.75	91.75	93.65	85.38
เส้นทางในการเดินทาง	84.33	88.24	84.92	78.48	81.96	84.92	93.85
กิจกรรมในพื้นที่	76.16	82.35	84.13	74.68	79.90	67.46	73.08
โรงแรม/ที่พัก	75.34	70.59	85.71	78.48	76.80	65.08	69.23
งานเทศกาล/ประเพณี	65.26	52.94	77.78	68.35	72.68	35.71	66.92
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	58.86	58.82	72.22	61.39	58.76	43.65	57.69
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	25.48	11.76	26.98	30.38	21.65	11.11	37.69
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	14.03	47.06	13.49	9.49	16.49	21.43	9.23
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	13.62	11.76	12.70	16.46	18.56	9.52	7.69
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	8.58	0.00	11.11	7.59	6.70	8.73	10.00
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	7.08	0.00	5.56	10.13	2.58	12.70	6.15

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) ใช้เวลา 15.98 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 86.92) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 94.28) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 25.48)

4.6.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	Lady						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.79	2.53	2.84	3.06	2.80	2.49	2.69
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	6,599	6,685	7,472	8,160	5,471	5,881	6,234
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	7,132	7,010	7,719	8,443	5,760	6,929	7,168
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,175	4,250	4,601	4,709	2,262	3,043	2,672
ผู้ร่วมเดินทาง							
คู่สมรส/แฟน	76.43	88.24	73.81	75.32	77.84	80.95	73.85
ครอบครัว/ญาติ	75.89	82.35	80.16	81.65	71.13	76.19	71.54
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	13.49	0.00	11.90	14.56	13.92	13.49	13.08
คนเดียว (ตนเอง)	2.45	5.88	0.79	1.27	4.12	0.79	4.62
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	78.20	76.47	83.33	69.62	78.35	84.13	77.69
เครื่องบิน	8.86	17.65	5.56	10.76	10.82	7.14	8.46
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	8.58	0.00	8.73	16.46	5.15	7.14	5.38
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	2.32	0.00	0.79	2.53	3.09	0.79	3.85
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.23	0.00	0.00	0.63	1.55	0.79	3.08
รถเช่า (ขับเอง)	0.68	0.00	1.59	0.00	0.52	0.00	1.54
รถไฟ	0.14	5.88	0.00	0.00	0.52	0.00	0.00
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	53.13	23.53	65.87	59.49	48.97	38.10	53.85
รีสอร์ท	14.71	23.53	8.73	10.13	20.62	20.63	11.54
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	9.54	35.29	9.52	12.66	11.34	7.14	5.38
โฮมสเตย์	4.50	0.00	4.76	6.33	4.12	2.38	4.62
บังกะโล	2.86	0.00	2.38	1.90	3.09	3.17	3.85
ที่พักในอุทยานต่างๆ	0.95	5.88	0.79	0.63	2.06	0.79	0.00
โฮสเทล	0.41	0.00	0.00	0.00	1.03	0.79	0.00
เกสต์เฮ้าส์	0.41	0.00	0.00	1.27	0.52	0.00	0.00
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	46.87	23.53	58.73	49.37	39.18	47.62	43.08
จองผ่านเว็บไซต์	19.21	23.53	18.25	17.09	25.77	13.49	18.46
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	17.71	41.18	12.70	22.15	23.71	9.52	16.15
ไม่ได้พักค้างคืน	13.49	11.76	7.94	7.59	8.25	26.98	20.77
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	1.50	0.00	0.79	1.90	2.06	0.79	1.54
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	1.23	0.00	1.59	1.90	1.03	1.59	0.00

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) เท่ากับ 2.79 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 6,599 บาท และจะเดินทางกับคู่สมรส/แฟน โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 76.43
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง ส่วนใหญ่จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 78.20)
- นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 53.13) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 46.87)

4.6.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.4: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	Lady						
	รวม	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	82.70	64.71	82.54	82.91	80.41	85.71	83.08
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	60.90	58.82	60.32	61.39	60.31	58.73	63.85
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	56.54	41.18	56.35	62.03	56.70	61.90	44.62
ชอปปิง	56.40	58.82	61.90	56.96	57.22	42.06	63.08
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	50.82	17.65	61.90	51.27	47.42	55.56	40.00
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	36.38	47.06	34.13	38.61	29.38	42.06	40.77
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	20.71	5.88	15.87	24.68	20.10	18.25	23.85
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	18.80	17.65	18.25	18.99	23.71	14.29	16.15
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	17.85	29.41	15.08	20.25	23.71	8.73	17.69
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	14.71	0.00	11.90	22.15	9.79	17.46	13.08
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	12.94	17.65	7.94	25.95	12.89	4.76	10.00
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	12.13	5.88	19.05	14.56	8.25	10.32	10.00
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	11.17	11.76	13.49	15.82	11.34	3.97	10.00
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	10.08	0.00	9.52	10.13	9.79	5.56	15.38
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	7.77	5.88	7.14	10.13	7.22	0.00	13.85
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.59	5.88	7.94	8.23	2.58	2.38	7.69
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	5.18	0.00	4.76	7.59	3.61	2.38	7.69
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	2.86	5.88	6.35	2.53	2.58	0.79	2.31

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 82.70) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 60.90) และชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า (ร้อยละ 56.54) ตามลำดับ

4.6.5 จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตารางที่ 4.6.5: จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	5.31	เชียงใหม่	11.76	เชียงใหม่	10.32	เชียงใหม่	5.70
เชียงใหม่	5.18	กาญจนบุรี	11.76	กรุงเทพมหานคร	10.32	ขอนแก่น	5.70
ชลบุรี	4.77	ขอนแก่น	11.76	เชียงราย	6.35	ชลบุรี	5.06
กระบี่	4.09	ระยอง	11.76	กำแพงเพชร	3.97	นครพนม	4.43
กาญจนบุรี	3.95	สระบุรี	11.76	แพร่	3.97	กาญจนบุรี	4.43
นครศรีธรรมราช	3.41	พระนครศรีอยุธยา	5.88	พิจิตร	3.97	กรุงเทพมหานคร	3.80
ภูเก็ต	2.86	นครราชสีมา	5.88	น่าน	3.17	บึงกาฬ	3.16
สุราษฎร์ธานี	2.45	นครพนม	5.88	เพชรบูรณ์	3.17	สกลนคร	3.16
ขอนแก่น	2.32	ฉะเชิงเทรา	5.88	พิษณุโลก	3.17	กระบี่	2.53
พระนครศรีอยุธยา	2.18	พะเยา	5.88	ชัยนาท	3.17	มหาสารคาม	2.53
		นครสวรรค์	5.88	แม่ฮ่องสอน	3.17	จันทบุรี	2.53
		นราธิวาส	5.88	ลำปาง	3.17	นครปฐม	2.53
						อุดรธานี	2.53
						ชัยภูมิ	2.53
						กาฬสินธุ์	2.53

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กาญจนบุรี	7.73	ชลบุรี	11.90	นครศรีธรรมราช	14.62
กระบี่	4.64	กรุงเทพมหานคร	6.35	สุราษฎร์ธานี	10.00
เชียงใหม่	4.12	ฉะเชิงเทรา	5.56	กระบี่	9.23
ชลบุรี	4.12	ตราด	3.97	สงขลา	6.92
พระนครศรีอยุธยา	4.12	นครราชสีมา	3.97	กรุงเทพมหานคร	6.15
ตราด	4.12	ระยอง	3.97	ภูเก็ต	5.38
เพชรบูรณ์	3.61	ราชบุรี	3.97	พังงา	5.38
นครปฐม	3.09	จันทบุรี	3.97	ตรัง	5.38
ภูเก็ต	3.09	นครนายก	3.97	พัทลุง	3.85
น่าน	3.09	เชียงใหม่	3.17	เชียงใหม่	3.08
สุพรรณบุรี	3.09	พระนครศรีอยุธยา	3.17	ปัตตานี	3.08
ประจวบคีรีขันธ์	3.09	ภูเก็ต	3.17		
		น่าน	3.17		
		พังงา	3.17		

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 5.31) เชียงใหม่ (ร้อยละ 5.18) และชลบุรี (ร้อยละ 4.77) ตามลำดับ

4.6.6 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 4.6.6: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	Lady						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.48	4.65	4.61	4.51	4.45	4.37	4.48
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	93.05	100.00	97.62	93.67	89.18	95.24	91.54
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	69.89	47.06	77.78	74.05	64.95	61.11	73.08
เท่ากับที่คาดหวัง	29.29	52.94	21.43	25.95	34.02	38.10	25.38
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.82	0.00	0.79	0.00	1.03	0.79	1.54
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	79.84	58.82	84.13	81.65	76.80	78.57	79.23
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	66.62	88.24	66.67	70.25	64.95	66.67	64.62
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	52.32	58.82	52.38	48.73	60.82	59.52	36.92
กิจกรรมในพื้นที่	37.19	41.18	33.33	39.24	32.99	43.65	38.46
แหล่งชอปปิง	31.06	23.53	32.54	39.24	38.66	9.52	29.23
งานเทศกาล/ประเพณี	26.84	35.29	26.19	27.85	24.74	21.43	34.62
โรงแรม/ที่พัก	26.29	11.76	30.95	24.68	25.77	19.05	31.54
เส้นทางในการเดินทาง	20.57	11.76	19.84	25.32	16.49	4.76	36.92
พาหนะในการเดินทาง	13.08	0.00	12.70	22.15	9.79	2.38	17.69
ตั๋วเดินทางต่างๆ	5.45	5.88	3.97	9.49	4.12	0.79	8.46

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 93.05 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น "มากกว่าที่คาดหวัง" เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 69.89
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวผู้หญิง (Lady) คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 79.84)

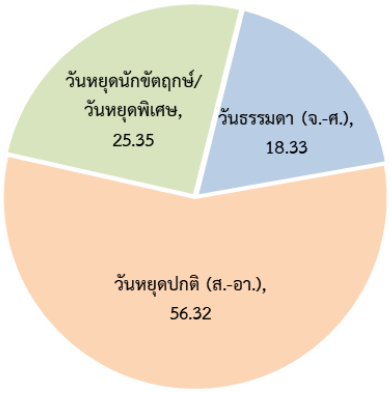
05

การวิเคราะห์ข้อมูล ในประเด็นที่ ททท. สนใจ

5.1 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา

5.1.1 ร้อยละการท่องเที่ยวในวันธรรมดา

แผนภาพที่ 5.1.1: ร้อยละการท่องเที่ยวในวันธรรมดา



- จากนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด (ภาพรวม) มีสัดส่วนการท่องเที่ยวในวันธรรมดา (ร้อยละ 18.33)

5.1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) (ร้อยละ 54.54) อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน (ร้อยละ 47.49) และโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม (ร้อยละ 46.72)

แผนภาพที่ 5.1.2: แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม (ภาพรวม)

แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม

อันดับ	1	2	3
แหล่งท่องเที่ยว (3 อันดับแรก)	แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม
	54.54	47.49	46.72

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.1.3 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.1.3: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยววันธรรมดา						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	11,290	106	1,890	3,015	1,570	709	4,000
สัดส่วน (%)	100.00	0.94	16.74	26.71	13.91	6.28	35.43
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคใต้	33.19	31.13	9.47	8.79	18.02	10.72	73.13
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.80	10.38	9.95	49.32	10.56	17.49	3.68
ภาคเหนือ	18.18	19.81	55.13	12.94	17.66	20.03	4.58
ภาคกลาง	14.51	24.53	11.69	11.74	32.70	23.70	8.68
ภาคตะวันออก	9.75	14.15	8.73	13.13	13.78	18.19	4.50
กรุงเทพมหานคร	5.56	0.00	5.03	4.08	7.28	9.87	5.45
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	55.39	24.53	55.13	49.32	39.98	18.19	73.13
ข้ามภูมิภาค	44.61	75.47	44.87	50.68	60.02	81.81	26.88
การกระจายตัว							
เมืองรอง	54.81	49.06	63.33	64.61	45.82	49.37	48.13
เมืองหลัก	45.19	50.94	36.67	35.39	54.18	50.63	51.88
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	97.25	97.17	98.15	97.11	95.05	98.03	97.70
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	2.75	2.83	1.85	2.89	4.95	1.97	2.30
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	77.88	91.51	64.34	77.81	78.28	83.07	83.25
ไม่พักค้างคืน	22.12	8.49	35.66	22.19	21.72	16.93	16.75

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่คนไทยไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามากที่สุด (ร้อยละ 33.19) และโดยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 55.39) โดยมีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 97.25) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 77.88)

5.1.4 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.1.4: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยววันธรรมดา						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	13.77	13.69	13.14	13.76	12.39	15.87	14.28
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	81.30	95.28	77.72	82.89	81.50	76.02	82.65
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	53.60	67.92	62.01	56.32	52.39	51.90	48.38
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	38.56	34.91	45.98	44.64	44.81	37.24	28.08
กิจกรรมในพื้นที่	37.24	21.70	40.69	37.74	31.98	31.17	38.50
งานเทศกาล/ประเพณี	35.41	26.42	39.21	33.70	28.40	23.27	40.00
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	33.18	26.42	21.64	36.02	29.24	45.56	35.95
โรงแรม/ที่พัก	30.38	48.11	21.16	29.78	28.10	41.61	34.15
เส้นทางในการเดินทาง	28.69	32.08	25.40	37.48	27.51	20.73	25.53
แหล่งชอปปิง	26.47	12.26	40.37	33.63	24.16	15.23	17.45
พาหนะในการเดินทาง	25.48	31.13	15.24	30.08	22.85	26.23	27.83
ตั๋วเดินทางต่างๆ	8.94	13.21	8.10	8.82	7.94	6.35	10.30
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	92.02	100.00	91.43	94.89	90.39	84.06	92.23
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	79.03	78.30	77.67	71.34	74.94	81.52	86.73
เส้นทางในการเดินทาง	73.72	95.28	63.86	74.43	68.97	74.33	79.73
โรงแรม/ที่พัก	62.53	90.57	56.56	53.80	56.50	70.94	72.98
กิจกรรมในพื้นที่	61.51	66.04	52.96	54.00	53.46	50.21	76.60
งานเทศกาล/ประเพณี	56.08	63.21	56.14	49.35	49.46	40.48	66.65
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	39.60	72.64	40.58	37.38	37.65	33.85	42.65
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	23.86	12.26	21.27	21.06	13.25	14.25	33.35
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.01	13.21	18.36	10.65	12.83	14.25	9.30
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	11.59	18.87	14.71	8.69	19.87	11.85	8.80
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	8.65	12.26	7.09	11.01	8.41	12.55	7.03
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	6.08	4.72	4.60	4.61	5.37	7.19	7.98

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดาใช้เวลา 13.77 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 81.30) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 92.02) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 23.86)

5.1.5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.1.5: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	การท่องเที่ยววันธรรมดา						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.61	3.00	2.38	2.58	2.61	2.85	2.70
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,985	8,389	6,415	5,550	5,621	6,120	6,240
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,716	8,761	7,876	6,204	6,142	6,835	6,857
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,415	4,381	3,779	3,253	3,743	2,610	3,175
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	65.91	68.87	61.38	75.59	62.77	60.51	63.03
คู่สมรส/แฟน	57.62	71.70	59.79	63.08	51.37	62.48	54.23
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	21.72	13.21	26.88	18.67	23.75	24.54	20.23
คนเดียว (ตนเอง)	3.60	2.83	2.06	1.99	3.52	1.97	5.88
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	75.78	56.60	82.70	79.40	70.88	76.30	71.75
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	8.14	5.66	6.72	9.78	11.34	7.33	6.38
เครื่องบิน	5.71	28.30	3.60	4.78	7.88	6.49	6.38
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	5.35	0.94	3.54	3.28	4.47	6.91	7.85
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	2.37	5.66	0.37	0.70	2.03	0.85	5.00
รถไฟ	1.72	1.89	1.59	0.96	1.79	1.27	2.40
รถเช่า (ขับเอง)	0.92	0.94	1.48	1.09	1.61	0.85	0.25
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	41.45	66.04	35.03	37.88	47.26	43.16	44.45
รีสอร์ท	14.77	14.15	12.96	13.40	13.66	25.11	15.30
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	13.52	8.49	10.26	15.32	9.49	5.64	16.78
โฮมสเตย์	4.08	2.83	3.17	4.18	3.64	4.65	4.53
บังกะโล	1.59	0.00	1.22	1.79	2.33	1.83	1.28
ที่พักในอุทยานต่างๆ	0.89	0.00	0.32	2.22	0.66	0.56	0.33
เกสต์เฮ้าส์	0.79	0.00	0.69	1.36	0.54	0.99	0.48
โฮสเทล	0.78	0.00	0.69	1.66	0.72	1.13	0.13
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	42.46	35.85	32.38	36.35	40.99	54.16	50.38
ไม่ได้พักค้างคืน	22.12	8.49	35.66	22.19	21.72	16.93	16.75
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	21.04	16.04	16.46	27.00	16.71	8.60	22.73
จองผ่านเว็บไซต์	11.70	37.74	12.86	10.95	16.47	17.91	8.63
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	2.17	1.89	2.01	2.52	3.58	1.83	1.45
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.51	0.00	0.63	1.00	0.54	0.56	0.08

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดาเท่ากับ 2.61 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,985 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 65.91
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัว ในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 75.78)
- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดาจะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 41.45) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 42.46)

5.1.6 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.1.6: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยววันธรรมดา						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	68.40	76.42	70.32	67.50	63.66	68.69	70.10
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	56.09	57.55	51.75	53.00	56.68	56.28	60.18
ชอปปิง	52.98	66.98	54.50	47.83	51.55	46.26	57.95
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	48.49	41.51	30.63	52.01	38.78	43.72	59.20
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	37.88	27.36	39.52	46.90	41.89	58.53	24.98
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	31.51	44.34	34.02	25.47	27.68	24.96	37.65
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	20.12	18.87	10.63	19.90	18.32	12.98	26.78
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	17.92	19.81	12.12	24.68	14.50	10.44	18.33
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	14.02	7.55	11.32	18.14	17.54	14.25	10.68
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	13.49	16.04	8.52	15.16	12.23	6.21	16.40
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	12.83	12.26	12.43	14.03	14.26	11.28	11.78
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	10.01	4.72	5.98	7.79	6.44	4.51	16.05
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	9.62	7.55	5.77	11.48	6.03	6.49	12.10
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	9.56	6.60	7.51	8.29	8.83	4.80	12.63
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.36	14.15	9.15	14.23	10.50	4.65	6.15
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	7.53	8.49	7.78	10.02	11.10	3.10	4.83
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.78	12.26	4.71	5.80	8.00	2.26	5.98
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.02	3.77	3.76	4.81	2.45	1.41	4.68

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดามากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 68.40) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 56.09) และชอปปิง (ร้อยละ 52.98) ตามลำดับ

5.1.7 จุดหมายของการท่องเที่ยววันธรรมดา

ตารางที่ 5.1.7: จุดหมายของการท่องเที่ยววันธรรมดา 10 อันดับ

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กระบี่	5.67	ภูเก็ต	6.60	เชียงใหม่	12.33	ขอนแก่น	5.57
กรุงเทพมหานคร	5.56	เชียงใหม่	5.66	เชียงราย	6.67	ชลบุรี	4.31
เชียงใหม่	3.94	กาญจนบุรี	5.66	กรุงเทพมหานคร	5.03	กรุงเทพมหานคร	4.08
ภูเก็ต	3.36	นครราชสีมา	5.66	ลำปาง	4.18	บึงกาฬ	3.52
กาญจนบุรี	3.17	นราธิวาส	5.66	กำแพงเพชร	3.44	บุรีรัมย์	3.52
ชลบุรี	3.01	พระนครศรีอยุธยา	4.72	น่าน	3.23	อุบลราชธานี	3.48
นครศรีธรรมราช	2.97	ระยอง	4.72	พะเยา	2.80	กาฬสินธุ์	3.12
ตรัง	2.88	ปัตตานี	3.77	พิษณุโลก	2.80	นครพนม	2.79
ชุมพร	2.58	พัทลุง	3.77	ชลบุรี	2.70	เลย	2.72
พังงา	2.52	น่าน	2.83	อุตรดิตถ์	2.65	กาญจนบุรี	2.62
		พิษณุโลก	2.83				
		แพร่	2.83				
		นครปฐม	2.83				
		ลพบุรี	2.83				
		ชลบุรี	2.83				
		นครศรีธรรมราช	2.83				

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	7.28	กรุงเทพมหานคร	9.87	กระบี่	10.83
พระนครศรีอยุธยา	5.13	กาญจนบุรี	4.94	นครศรีธรรมราช	6.85
กระบี่	4.89	ชลบุรี	3.95	ตรัง	6.50
กาญจนบุรี	4.77	เพชรบูรณ์	3.67	ภูเก็ต	6.20
เชียงใหม่	4.00	กระบี่	3.39	พัทลุง	5.90
ชลบุรี	3.70	นครราชสีมา	2.96	พังงา	5.68
เพชรบุรี	2.92	พระนครศรีอยุธยา	2.82	กรุงเทพมหานคร	5.45
ประจวบคีรีขันธ์	2.63	นครปฐม	2.68	ชุมพร	5.38
นครราชสีมา	2.63	นครนายก	2.68	ยะลา	3.65
นครนายก	2.33	ตราด	2.40	ปัตตานี	3.23

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จังหวัดจุดหมายท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 อันดับแรกที่เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวในวันธรรมดา คือ กระบี่ (ร้อยละ 5.67) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 5.56) และเชียงใหม่ (ร้อยละ 3.94) ตามลำดับ

5.1.8 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 5.1.8: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

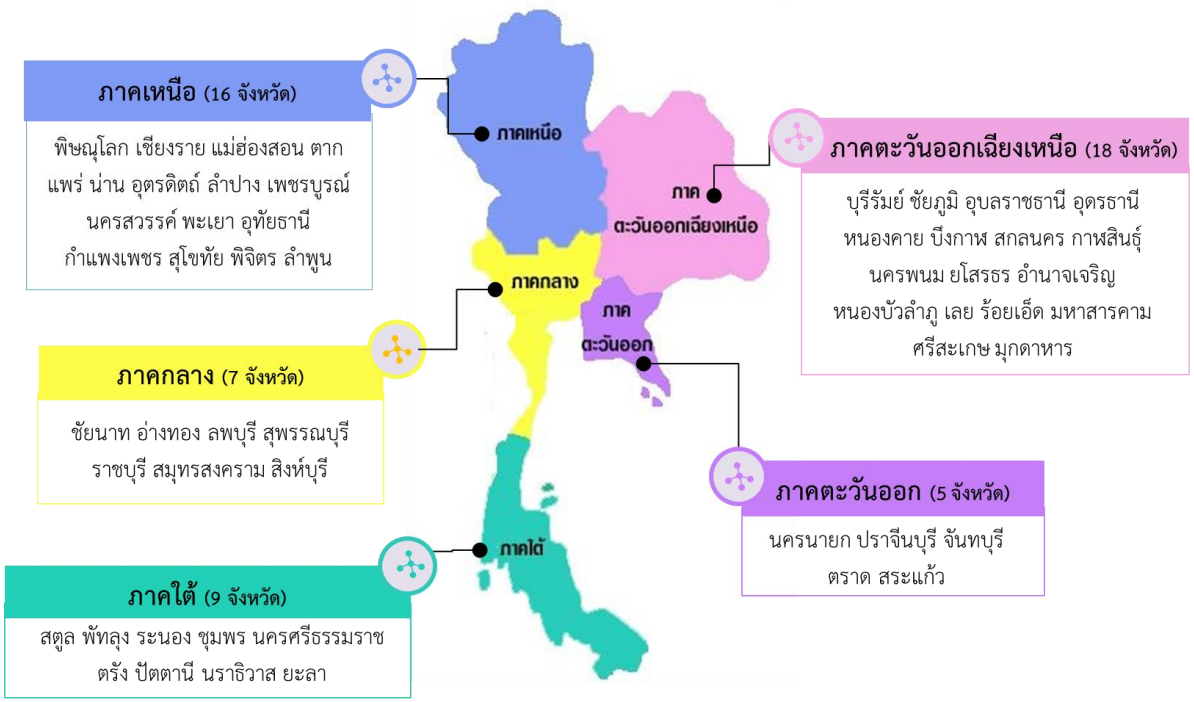
ประเด็น	การท่องเที่ยววันธรรมดา						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.41	4.32	4.65	4.46	4.40	4.33	4.28
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	90.16	91.51	97.62	92.31	90.63	93.37	84.25
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	65.32	71.70	76.24	69.78	71.48	63.05	54.63
เท่ากับที่คาดหวัง	33.83	28.30	23.39	29.68	28.04	36.25	43.88
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.85	0.00	0.37	0.53	0.48	0.71	1.50
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	70.54	87.74	66.77	70.48	67.54	59.52	75.58
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	50.50	66.98	49.58	52.47	49.52	47.67	50.35
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	35.78	37.74	37.51	43.95	41.29	35.26	26.60
งานเทศกาล/ประเพณี	30.60	19.81	30.90	26.73	24.58	16.50	38.40
กิจกรรมในพื้นที่	30.56	24.53	32.06	33.00	27.57	20.17	31.10
แหล่งชอปปิง	22.72	11.32	28.73	29.52	18.74	13.96	17.98
เส้นทางในการเดินทาง	17.55	17.92	12.59	23.98	16.71	6.35	17.38
โรงแรม/ที่พัก	16.08	35.85	11.22	21.13	16.23	19.89	13.83
พาหนะในการเดินทาง	10.55	18.87	6.51	15.16	8.59	4.80	10.83
ตั๋วเดินทางต่างๆ	4.61	8.49	3.39	5.74	4.53	2.26	4.78

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 90.16 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดาเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “มากกว่าที่คาดหวัง” เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 65.32
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันธรรมดา คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 70.54)

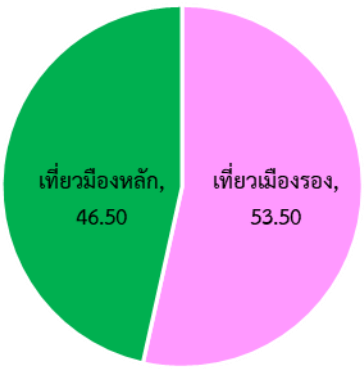
5.2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง

จังหวัด "เมืองรอง" ตามมติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี ครั้งที่ 4/2560 วันที่ 26 ธันวาคม 2560 ประกอบด้วย 55 จังหวัด ดังนี้



5.2.1 ร้อยละการท่องเที่ยวเมืองรอง

แผนภาพที่ 5.2.1: ร้อยละการท่องเที่ยวเมืองรอง



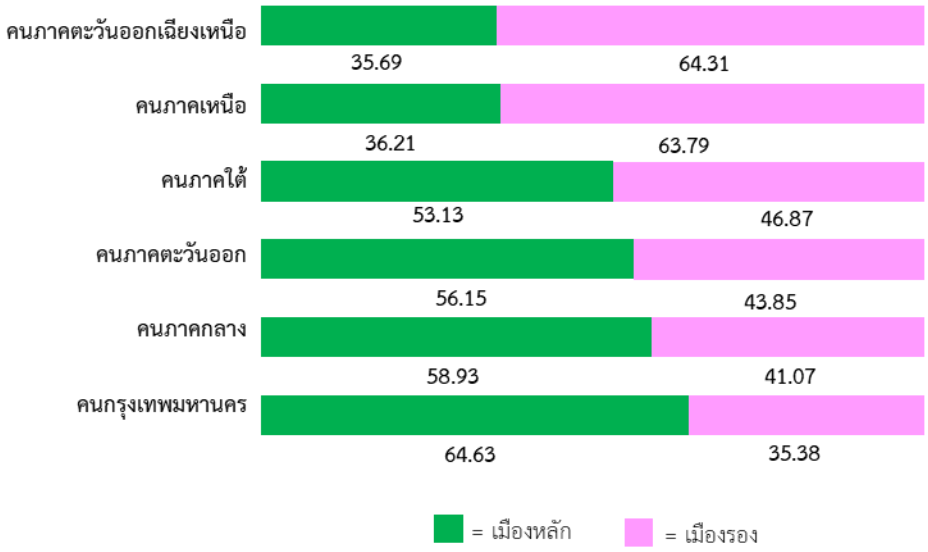
- จากนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด (ภาพรวม) มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันระหว่างการท่องเที่ยวเมืองหลัก และการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรอง ร้อยละ 53.50

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.2.2 การท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

หากจำแนกข้อมูลตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พบว่า คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรองมากที่สุด (ร้อยละ 64.31) ในขณะที่คนกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนการท่องเที่ยวเมืองรองน้อยที่สุด (ร้อยละ 35.38)

แผนภาพที่ 5.2.2: การท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยว (จำแนกตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่)



5.2.3 แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรอง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) (ร้อยละ 55.24) อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน (ร้อยละ 54.37) และโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม (ร้อยละ 51.86)

แผนภาพที่ 5.2.3: แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม (ภาพรวม)



5.2.4 เมืองรองที่ได้รับความนิยม

หากจำแนกข้อมูลตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พบว่า จังหวัดในภูมิภาคที่เป็นจุดหมายท่องเที่ยว (Destination) และได้รับความนิยมจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนแต่ละภูมิภาค โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2.4: เมืองรองที่ได้รับความนิยม 10 อันดับ จำแนกตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
เชียงราย	4.18	นครนายก	11.31	เชียงราย	11.25	นครพนม	6.29
จันทบุรี	4.06	จันทบุรี	8.83	น่าน	8.70	อุบลราชธานี	6.23
น่าน	3.59	นครศรีธรรมราช	6.01	ลำปาง	7.63	บึงกาฬ	5.34
นครศรีธรรมราช	3.30	เชียงราย	5.65	พะเยา	6.39	กาฬสินธุ์	5.18
นครนายก	3.13	น่าน	4.95	แพร่	5.45	บุรีรัมย์	5.09
เพชรบูรณ์	3.12	สุพรรณบุรี	3.53	พิษณุโลก	5.08	เลย	4.66
ตรัง	3.00	ตราด	3.53	สุโขทัย	4.28	อุดรธานี	4.39
ชุมพร	2.84	ชุมพร	3.53	กำแพงเพชร	3.98	มุกดาหาร	3.93
เลย	2.72	กาฬสินธุ์	3.18	ลำพูน	3.95	หนองคาย	3.62
ลำปาง	2.65	นราธิวาส	3.18	ตาก	3.91	เพชรบูรณ์	3.46

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
จันทบุรี	6.93	จันทบุรี	12.73	นครศรีธรรมราช	16.17
นครนายก	6.93	ตราด	8.65	ตรัง	14.38
ราชบุรี	6.09	นครนายก	8.36	พัทลุง	13.96
ชัยนาท	5.69	ปราจีนบุรี	6.46	ชุมพร	9.74
ตราด	4.33	สระแก้ว	6.11	ปัตตานี	6.97
สุพรรณบุรี	4.26	เพชรบูรณ์	5.38	ยะลา	5.98
ลพบุรี	4.17	ราชบุรี	4.24	ระนอง	4.00
ชุมพร	3.28	บุรีรัมย์	2.91	นราธิวาส	3.70
กำแพงเพชร	3.15	น่าน	2.47	กาฬสินธุ์	1.31
เพชรบูรณ์	3.04	นครสวรรค์	2.28	เชียงราย	1.16

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.2.5 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.2.5: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวเมืองรอง						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	32,957	283	8,675	10,290	5,303	3,157	5,249
สัดส่วน (%)	100.00	0.86	26.32	31.22	16.09	9.58	15.93
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคเหนือ	32.91	28.98	74.65	16.33	29.23	23.25	6.17
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	28.23	16.96	11.01	66.44	12.23	18.40	4.74
ภาคใต้	17.73	19.43	3.24	3.79	11.03	4.59	84.05
ภาคตะวันออก	12.05	24.73	5.16	8.58	20.50	42.32	3.03
ภาคกลาง	9.07	9.89	5.94	4.86	27.01	11.43	2.00
กรุงเทพมหานคร	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	62.41	9.89	74.65	66.44	27.01	42.32	84.05
ข้ามภูมิภาค	37.59	90.11	25.35	33.56	72.99	57.68	15.95
การกระจายตัว							
เมืองรอง	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เมืองหลัก	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	57.11	42.40	63.01	58.41	57.52	57.24	44.29
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	24.12	39.22	23.19	22.66	28.73	31.68	19.03
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	18.78	18.37	13.80	18.93	13.75	11.09	36.67
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	98.56	98.94	99.16	98.48	97.62	99.56	98.09
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.44	1.06	0.84	1.52	2.38	0.44	1.91
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	80.33	90.11	77.45	81.16	83.60	81.53	79.27
ไม่พักค้างคืน	19.67	9.89	22.55	18.84	16.40	18.47	20.73

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่คนไทยไปท่องเที่ยวเมืองรองมากที่สุด (ร้อยละ 32.91) และโดยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง (ร้อยละ 62.41) โดยมีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 98.56) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 80.33)

5.2.6 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.2.6: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวเมืองรอง						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	14.31	16.32	14.01	13.27	14.60	19.20	13.62
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	84.85	85.87	83.29	84.75	87.58	91.54	80.72
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	57.30	67.49	61.78	58.15	52.99	59.71	51.40
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	42.80	49.12	45.63	43.77	39.40	54.07	33.09
กิจกรรมในพื้นที่	34.39	37.46	29.31	38.23	28.57	42.54	36.52
โรงแรม/ที่พัก	30.95	46.29	25.67	27.02	37.43	47.29	30.65
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	30.69	38.87	23.64	25.71	36.79	54.77	31.11
เส้นทางในการเดินทาง	30.08	41.70	27.87	33.06	27.71	38.39	25.38
แหล่งชอปปิง	28.20	18.02	33.21	34.41	21.07	18.44	21.18
งานเทศกาล/ประเพณี	25.54	22.26	27.82	28.84	18.28	18.59	27.22
พาหนะในการเดินทาง	23.77	38.52	17.71	27.69	21.80	27.49	25.95
ตั๋วเดินทางต่างๆ	5.43	13.78	5.21	5.96	5.26	4.24	5.64
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	94.14	93.99	95.57	94.41	94.56	94.39	90.66
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	83.24	81.27	87.03	78.49	86.50	82.13	83.48
เส้นทางในการเดินทาง	75.94	89.75	69.79	75.71	77.48	87.23	78.11
กิจกรรมในพื้นที่	65.19	68.55	61.68	67.16	66.25	57.17	70.81
โรงแรม/ที่พัก	63.64	75.97	63.30	59.06	65.38	67.41	69.06
งานเทศกาล/ประเพณี	58.70	51.59	60.07	63.07	55.07	44.31	60.37
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	44.44	49.47	45.58	46.94	42.57	39.25	42.77
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	23.80	16.96	27.05	19.48	26.87	14.06	29.49
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.16	16.96	11.59	9.90	16.20	22.01	7.33
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.17	12.01	10.03	8.79	10.26	5.73	9.41
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	8.78	13.07	7.90	11.27	7.77	5.86	8.15
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.39	4.59	9.34	6.82	5.69	17.71	7.14

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรองใช้เวลาเท่ากับ 14.31 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 84.85) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 94.14) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 23.80)

5.2.7 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.2.7: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	การท่องเที่ยวเมืองรอง						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.52	2.92	2.39	2.48	2.68	2.77	2.48
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,282	6,729	5,534	5,098	4,950	5,653	5,357
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	5,836	6,871	6,159	5,616	5,418	6,236	5,978
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,019	5,443	3,386	2,867	2,565	3,075	2,980
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	75.53	66.43	75.22	80.17	75.01	72.51	69.37
คู่สมรส/แฟน	62.92	67.14	63.72	63.70	59.60	72.76	57.65
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	16.28	15.19	15.30	16.49	15.66	13.87	19.57
คนเดียว (ตนเอง)	1.60	3.18	1.10	1.30	1.29	2.22	2.99
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	87.05	71.73	91.10	87.22	84.39	87.33	82.68
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	5.63	2.83	4.65	6.47	5.80	4.85	5.87
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	2.70	4.24	1.98	2.68	2.27	2.22	4.67
เครื่องบิน	1.93	15.19	0.58	1.68	3.90	2.31	2.31
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.37	1.41	0.38	0.94	1.86	2.22	2.78
รถไฟ	0.72	2.83	0.55	0.42	0.95	0.44	1.49
รถเช่า (ขับเอง)	0.62	1.77	0.76	0.58	0.82	0.63	0.21
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	40.26	46.29	41.72	37.06	45.90	42.73	36.65
รีสอร์ท	18.34	15.90	13.29	17.85	19.73	25.44	21.89
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	12.15	17.31	14.43	14.49	7.77	6.18	12.02
โฮมสเตย์	4.89	7.77	3.84	5.61	5.87	3.39	5.07
บังกะโล	1.74	0.71	1.60	1.40	2.45	1.77	1.89
ที่พักในอุทยานต่างๆ	1.37	1.77	1.05	2.40	0.82	1.20	0.57
โฮสเทล	0.79	0.00	0.73	1.21	0.61	0.38	0.55
เกสต์เฮ้าส์	0.79	0.35	0.80	1.15	0.45	0.44	0.63
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	42.38	44.52	42.69	37.47	44.81	46.31	46.52
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	22.36	20.49	21.00	30.98	17.01	10.99	20.25
ไม่ได้พักค้างคืน	19.67	9.89	22.55	18.84	16.40	18.47	20.73
จองผ่านเว็บไซต์	13.65	24.03	12.14	10.51	19.57	22.36	10.78
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	1.30	1.06	1.11	1.37	1.70	0.82	1.37
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.64	0.00	0.52	0.83	0.52	1.05	0.34

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรองเท่ากับ 2.52 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 5,282 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว /ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 75.53
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง ส่วนใหญ่จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง (ร้อยละ 87.05)
- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 40.26) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 42.38)

5.2.8 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.2.8: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวเมืองรอง						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	71.47	73.85	74.01	69.07	71.73	76.72	68.55
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	59.24	59.36	59.34	60.24	58.47	61.86	56.35
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	52.95	45.58	47.71	54.79	53.78	55.12	55.80
ชอปปิง	52.52	53.00	54.07	54.85	46.08	53.41	51.71
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	49.27	36.40	51.50	52.08	51.59	64.71	28.31
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	32.91	39.22	31.49	30.25	34.69	44.69	31.47
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	22.30	27.21	20.22	26.70	24.67	14.51	19.30
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	15.28	16.96	8.50	13.80	16.68	14.82	28.16
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	14.87	19.43	13.33	16.76	14.70	16.12	13.13
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	13.45	7.77	14.24	17.73	10.04	9.57	9.75
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	11.68	17.31	9.21	14.63	10.44	10.45	12.06
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.32	10.95	8.78	13.47	7.64	4.37	6.82
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	8.88	9.19	7.73	10.86	6.52	8.55	9.58
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	7.40	3.53	6.13	7.95	5.93	5.16	11.35
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	7.19	4.95	5.45	6.68	6.50	6.94	11.98
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.19	6.71	5.53	7.41	7.66	2.57	5.52
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	4.91	6.71	4.59	6.24	4.69	3.29	4.06
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.52	4.95	3.35	4.37	2.72	2.15	3.81

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรองมากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 71.47) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 59.24) และชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า (ร้อยละ 52.95) ตามลำดับ

5.2.9 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 5.2.9: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	การท่องเที่ยวเมืองรอง						
	ภาพรวม	ภาคกรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.42	4.39	4.48	4.49	4.32	4.35	4.34
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	91.66	93.64	93.95	94.12	87.65	93.09	86.49
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	62.91	61.84	70.84	61.81	59.99	60.60	56.49
เท่ากับที่คาดหวัง	36.56	37.10	28.62	37.91	39.72	38.26	42.64
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.53	1.06	0.54	0.28	0.29	1.14	0.88
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	74.12	74.20	73.87	74.08	74.65	78.05	71.71
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	53.69	62.90	49.28	56.52	51.27	63.48	52.14
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	39.53	42.40	38.72	42.09	37.07	50.21	32.04
กิจกรรมในพื้นที่	29.42	31.10	24.76	33.61	26.82	31.14	30.67
แหล่งชอปปิง	23.82	10.95	25.27	29.70	18.13	15.52	20.96
งานเทศกาล/ประเพณี	22.47	21.91	23.79	24.26	17.01	15.77	26.65
โรงแรม/ที่พัก	18.98	26.86	15.93	18.70	21.50	25.53	17.93
เส้นทางในการเดินทาง	16.86	21.20	16.53	19.61	15.81	9.69	17.47
พาหนะในการเดินทาง	10.89	17.67	10.72	12.83	10.81	4.37	11.35
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.07	8.48	2.64	3.90	3.11	1.62	3.01

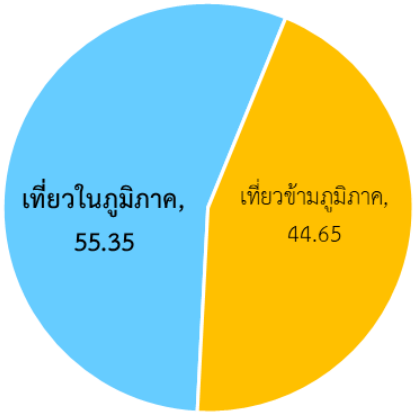
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 91.66 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรองเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น "มากกว่าที่คาดหวัง" เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 62.91
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเมืองรอง คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 74.12)

5.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค

5.3.1 ร้อยละการท่องเที่ยวในภูมิภาค

แผนภาพที่ 7.1.1: ร้อยละการท่องเที่ยวในภูมิภาค

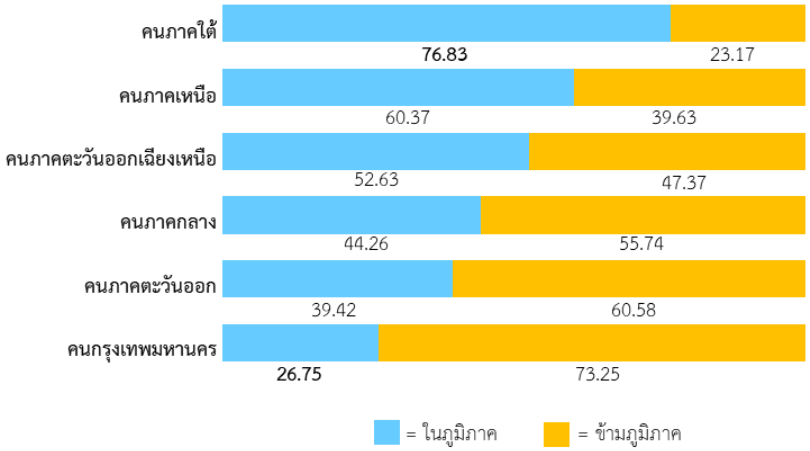


- จากนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด (ภาพรวม) มีสัดส่วนการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ร้อยละ 55.35)

5.3.2 การท่องเที่ยวในภูมิภาคของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

หากจำแนกข้อมูลตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พบว่า คนภาคใต้มีร้อยละการท่องเที่ยวในภูมิภาคมากที่สุด (ร้อยละ 76.83) ในขณะที่คนกรุงเทพมหานคร (นับรวมอยู่ในภาคกลาง) มีร้อยละการท่องเที่ยวในภูมิภาคน้อยที่สุด (ร้อยละ 26.75)

แผนภาพที่ 5.3.2A: การท่องเที่ยวในภูมิภาคของนักท่องเที่ยว (จำแนกตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่)



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

หากจำแนกข้อมูลตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พบว่า จังหวัดในภูมิภาคที่เป็นจุดหมายท่องเที่ยว (Destination) และได้รับความนิยมจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนแต่ละภูมิภาค โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 5.3.2B: จังหวัดในภูมิภาคที่ได้รับความนิยม จำแนกตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
เชียงใหม่	5.09	กาญจนบุรี	27.10	เชียงใหม่	21.12	ขอนแก่น	13.09
กระบี่	4.32	พระนครศรีอยุธยา	15.89	เชียงราย	11.89	นครพนม	7.68
ขอนแก่น	3.23	ประจวบคีรีขันธ์	14.95	น่าน	9.20	อุบลราชธานี	7.61
กาญจนบุรี	2.99	สระบุรี	8.41	ลำปาง	8.06	บึงกาฬ	6.53
กรุงเทพมหานคร	2.90	นครปฐม	7.48	พะเยา	6.75	กาฬสินธุ์	6.33
เชียงราย	2.86	นนทบุรี	5.14	แพร่	5.76	บุรีรัมย์	6.22
นครศรีธรรมราช	2.49	เพชรบุรี	4.67	พิษณุโลก	5.37	นครราชสีมา	5.72
ชลบุรี	2.27	สุพรรณบุรี	4.67	สุโขทัย	4.52	เลย	5.69
น่าน	2.21	ลพบุรี	3.27	กำแพงเพชร	4.20	อุดรธานี	5.37
ตรัง	2.21	ปทุมธานี	2.80	ลำพูน	4.18	มุกดาหาร	4.80

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
กาญจนบุรี	16.96	ชลบุรี	27.24	กระบี่	17.12
กรุงเทพมหานคร	16.45	จันทบุรี	14.16	นครศรีธรรมราช	9.87
พระนครศรีอยุธยา	10.03	ฉะเชิงเทรา	11.49	ตรัง	8.77
ประจวบคีรีขันธ์	7.49	ระยอง	11.38	ภูเก็ต	8.74
นครปฐม	7.04	ตราด	9.62	พัทลุง	8.52
เพชรบุรี	6.76	นครนายก	9.30	พังงา	7.07
ราชบุรี	5.65	ปราจีนบุรี	7.19	ชุมพร	5.94
ชัยนาท	5.28	สระแก้ว	6.80	ปัตตานี	4.25
สุพรรณบุรี	3.95	สมุทรปราการ	2.82	ยะลา	3.65
ลพบุรี	3.87			ระนอง	2.44

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.3.3 แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาค ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) (ร้อยละ 55.36) อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน (ร้อยละ 50.96) และโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม (ร้อยละ 49.50)

แผนภาพที่ 5.3.3: แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม (ภาพรวม)

อันดับ	1	2	3
แหล่งท่องเที่ยว (3 อันดับแรก)	แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) 55.36	อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน 50.96	โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม 49.50

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.3.4 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.3.4: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวในภูมิภาค						
	ภาพรวม	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	34,094	214	8,210	8,421	5,806	2,838	8,605
สัดส่วน (%)	100.00	0.63	24.08	24.70	17.03	8.32	25.24
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคใต้	25.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	24.70	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00
ภาคเหนือ	24.08	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาคกลาง	14.75	100.00	0.00	0.00	83.55	0.00	0.00
ภาคตะวันออก	8.32	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00
กรุงเทพมหานคร	2.90	0.00	0.00	0.00	16.45	0.00	0.00
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
ข้ามภูมิภาค	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
การกระจายตัว							
เมืองรอง	60.33	13.08	78.88	81.19	25.07	47.08	51.27
เมืองหลัก	39.67	86.92	21.12	18.81	74.93	52.92	48.73
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	58.49	57.01	63.87	59.67	60.68	68.39	47.41
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	23.17	30.84	23.43	22.67	28.19	27.06	18.59
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	18.34	12.15	12.69	17.66	11.13	4.55	33.99
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	99.13	100.00	99.44	99.44	98.49	99.79	98.74
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	0.87	0.00	0.56	0.56	1.51	0.21	1.26
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	70.76	73.36	74.03	72.39	63.59	53.28	76.84
ไม่พักค้างคืน	29.24	26.64	25.97	27.61	36.41	46.72	23.16

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่คนไทยไปท่องเที่ยวในภูมิภาคที่สุด (ร้อยละ 25.24) และโดยส่วนใหญ่มีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 99.13) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 70.76)

5.3.5 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.3.5: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวในภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	12.68	13.63	13.55	12.06	12.71	15.05	11.65
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	85.16	87.38	84.49	84.49	87.04	93.62	82.36
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	56.41	57.01	62.34	57.71	52.52	54.83	52.71
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	42.85	53.74	46.09	43.47	42.16	56.45	35.15
กิจกรรมในพื้นที่	34.08	34.58	27.21	37.80	31.30	41.75	36.42
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	30.17	39.72	21.13	25.58	32.59	66.42	29.65
เส้นทางในการเดินทาง	27.81	34.11	25.70	31.72	21.79	42.67	25.30
แหล่งชอปปิง	25.97	14.02	30.73	33.62	24.15	12.37	19.69
โรงแรม/ที่พัก	25.94	37.85	20.07	23.35	26.61	37.07	29.95
งานเทศกาล/ประเพณี	24.46	17.29	26.83	29.58	16.83	13.64	26.11
พาหนะในการเดินทาง	22.41	25.70	16.46	25.73	21.71	27.98	23.47
ตั๋วเดินทางต่างๆ	3.96	6.07	4.59	4.76	2.71	2.47	3.95
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	93.62	96.73	95.72	94.20	92.56	94.29	91.55
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	83.11	89.25	87.53	77.34	85.35	80.51	83.81
เส้นทางในการเดินทาง	74.18	91.59	65.23	75.19	73.12	87.17	78.18
กิจกรรมในพื้นที่	64.37	72.43	58.01	67.12	67.92	47.60	70.77
โรงแรม/ที่พัก	58.78	76.17	60.58	55.42	53.60	49.96	66.88
งานเทศกาล/ประเพณี	55.18	48.13	56.65	62.36	49.82	32.24	58.08
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	41.63	41.59	44.79	45.54	41.59	33.54	37.48
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	26.37	21.50	30.04	18.80	26.01	11.38	35.46
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.55	17.29	11.90	10.03	16.58	28.15	7.68
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	9.04	6.54	10.39	6.79	5.51	22.94	7.83
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	8.81	8.41	9.63	8.85	9.83	4.72	8.62
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	7.78	9.35	7.00	12.11	6.68	3.49	6.45

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคใช้เวลาเท่ากับ 12.68 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 85.16) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 93.62) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 26.37)

5.3.6 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.3.6: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	การท่องเที่ยวในภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	2.06	2.10	2.10	2.09	1.95	1.80	2.16
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	4,637	5,900	5,107	4,387	4,048	4,431	4,913
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	5,267	6,439	5,670	4,948	4,682	5,644	5,445
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,112	4,417	3,502	2,918	2,941	3,048	3,151
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	73.53	67.76	73.52	80.89	73.21	67.55	68.53
คู่สมรส/แฟน	61.72	64.49	63.75	63.02	55.33	74.00	58.92
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	16.92	11.68	15.79	15.78	19.60	14.24	18.13
คนเดียว (ตนเอง)	1.80	1.87	0.96	1.22	1.43	2.54	3.16
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	90.80	90.65	92.94	91.34	88.97	93.06	88.79
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	3.85	3.74	3.51	4.42	4.62	2.89	3.40
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	2.86	3.74	2.10	2.70	3.65	1.94	3.50
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.48	0.93	0.35	1.00	1.84	1.48	2.75
รถไฟ	0.63	0.93	0.51	0.23	0.60	0.14	1.34
รถเช่า (ขับเอง)	0.37	0.00	0.60	0.32	0.32	0.39	0.22
เครื่องบิน	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11	0.00
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	37.42	38.79	42.38	33.04	38.31	27.03	39.79
รีสอร์ท	15.09	21.03	10.41	14.04	13.84	19.56	19.98
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	11.06	7.94	14.37	15.78	5.18	2.89	10.09
โฮมสเตย์	3.37	2.34	3.50	3.88	2.57	0.99	4.08
บังกะโล	1.62	1.40	1.50	1.07	2.19	1.66	1.87
ที่พักในอุทยานต่างๆ	1.18	0.47	0.88	2.77	0.75	0.95	0.28
เกสต์เฮ้าส์	0.52	0.00	0.51	0.88	0.35	0.14	0.41
โฮสเทล	0.51	1.40	0.49	0.94	0.40	0.07	0.35
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	37.86	46.26	43.28	30.34	33.70	32.73	44.64
ไม่ได้พักค้างคืน	29.24	26.64	25.97	27.61	36.41	46.72	23.16
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	21.01	11.21	20.50	31.91	16.28	6.24	19.02
จองผ่านเว็บไซต์	10.87	15.89	9.23	9.19	12.48	13.64	12.05
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	0.67	0.00	0.68	0.48	0.81	0.25	0.88
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.35	0.00	0.34	0.48	0.32	0.42	0.24

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคเท่ากับ 2.06 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 4,637 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 73.53
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 90.80)
- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคจะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 37.42) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 37.86)

5.3.7 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.3.7: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวในภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	70.76	65.89	73.23	68.44	70.71	74.98	69.32
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	55.76	53.27	55.47	59.30	53.39	51.41	55.65
ชอปปิง	51.20	52.80	52.25	54.42	52.36	41.93	49.27
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	50.39	46.26	46.20	52.19	41.11	55.95	57.28
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	46.23	46.73	51.01	54.52	52.92	54.69	26.10
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	33.99	34.11	30.86	31.22	38.82	48.98	31.37
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	18.04	28.97	16.86	25.25	17.52	7.86	15.85
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	17.13	14.95	6.38	11.16	13.26	26.07	32.99
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	14.27	22.43	13.01	16.29	16.03	12.33	12.90
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	12.27	11.68	15.55	17.66	9.05	6.84	7.89
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	9.54	14.02	7.32	13.80	6.91	8.28	9.73
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.13	8.88	9.39	13.93	7.44	4.79	6.81
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	6.88	7.01	5.75	10.45	4.82	3.74	6.96
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	6.47	2.34	5.04	5.13	5.03	5.07	10.62
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	5.95	1.87	5.31	7.17	4.40	2.50	7.58
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	5.00	3.74	4.42	6.08	6.03	2.29	4.68
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	4.63	6.07	4.32	6.00	4.98	3.24	3.79
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	2.98	1.87	2.75	4.22	2.26	1.62	2.95

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคมากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 70.76) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 55.76) และชอปปิง (ร้อยละ 51.20) ตามลำดับ

5.3.8 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 5.3.8: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	การท่องเที่ยวในภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.39	4.48	4.47	4.48	4.28	4.29	4.35
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	90.69	92.99	93.84	94.43	84.78	93.73	87.17
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	61.22	63.55	72.78	61.71	54.29	56.45	56.12
เท่ากับที่คาดหวัง	38.24	36.45	26.74	37.88	45.50	42.92	42.94
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.55	0.00	0.49	0.40	0.22	0.63	0.94
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	74.04	76.64	74.49	73.44	76.88	76.92	71.26
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	52.60	53.74	47.20	56.42	50.58	62.02	52.34
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	38.15	37.38	36.75	40.66	40.18	48.56	32.19
กิจกรรมในพื้นที่	28.59	33.64	22.44	33.35	28.04	28.82	30.10
งานเทศกาล/ประเพณี	21.55	14.49	23.17	24.74	14.63	12.02	24.87
แหล่งชอปปิง	21.36	8.41	22.47	28.07	19.85	10.39	18.42
โรงแรม/ที่พัก	14.93	21.50	12.58	15.88	15.91	15.15	15.48
เส้นทางในการเดินทาง	14.92	14.95	15.72	17.88	12.11	5.14	16.43
พาหนะในการเดินทาง	9.67	11.68	11.12	11.39	8.75	2.89	9.48
ตั๋วเดินทางต่างๆ	2.25	4.67	2.81	2.95	1.45	0.81	2.08

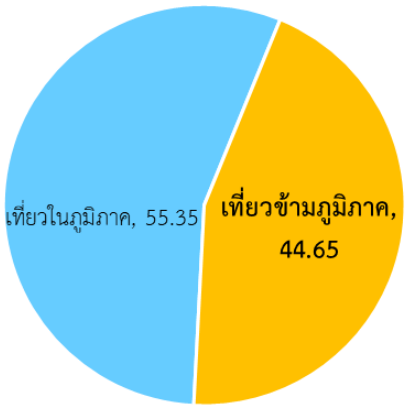
หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 90.69 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น "มากกว่าที่คาดหวัง" เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 61.22
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในภูมิภาค คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 74.04)

5.4 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค

5.4.1 ร้อยละการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค

แผนภาพที่ 5.4.1: ร้อยละการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค

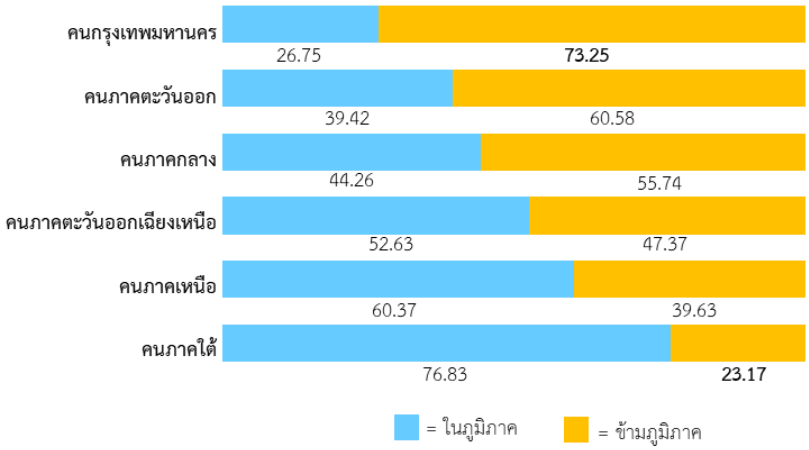


- จากนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด (ภาพรวม) มีสัดส่วนการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค (ร้อยละ 44.65)

5.4.2 การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

หากจำแนกข้อมูลตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พบว่า คนในกรุงเทพมหานคร (นับรวมอยู่ในภาคกลาง) มีร้อยละการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคมากที่สุด (ร้อยละ 73.25) ในขณะที่คนภาคใต้ มีร้อยละการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคน้อยที่สุด (ร้อยละ 23.17)

แผนภาพที่ 5.4.2A: การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว (จำแนกตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่)



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

หากจำแนกข้อมูลตามภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ พบว่า จังหวัดข้ามภูมิภาคที่เป็นจุดหมายท่องเที่ยว (Destination) และได้รับความนิยมจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนแต่ละภูมิภาค โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 5.4.2: จังหวัดข้ามภูมิภาคที่ได้รับความนิยม จำแนกตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	9.53	ชลบุรี	20.99	กรุงเทพมหานคร	13.32	ชลบุรี	10.03
กรุงเทพมหานคร	8.48	เชียงใหม่	7.00	ชลบุรี	9.89	กรุงเทพมหานคร	7.34
กาญจนบุรี	5.06	ระยอง	6.66	กาญจนบุรี	5.94	กาญจนบุรี	6.47
เชียงใหม่	3.84	นครนายก	5.46	เลย	4.82	เชียงใหม่	4.92
จันทบุรี	3.40	ฉะเชิงเทรา	4.61	พระนครศรีอยุธยา	4.40	เพชรบูรณ์	4.70
กระบี่	3.09	จันทบุรี	4.27	ขอนแก่น	3.77	ระยอง	4.51
ระยอง	2.81	ขอนแก่น	4.27	ชัยนาท	3.10	จันทบุรี	4.41
นครนายก	2.78	นครราชสีมา	3.41	จันทบุรี	2.89	กระบี่	3.29
พระนครศรีอยุธยา	2.76	กระบี่	3.07	กระบี่	2.58	นครนายก	2.73
นครราชสีมา	2.70	ภูเก็ต	3.07	นครนายก	2.49	พระนครศรีอยุธยา	2.68

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	15.26	กรุงเทพมหานคร	12.75	กรุงเทพมหานคร	19.34
เชียงใหม่	5.12	กาญจนบุรี	7.22	กาญจนบุรี	10.33
จันทบุรี	5.11	พระนครศรีอยุธยา	6.30	ประจวบคีรีขันธ์	9.83
นครนายก	5.11	นครราชสีมา	5.18	ชลบุรี	6.59
นครราชสีมา	4.46	ประจวบคีรีขันธ์	3.92	เชียงใหม่	6.44
กระบี่	4.43	เพชรบูรณ์	3.90	ขอนแก่น	2.81
ระยอง	3.46	ราชบุรี	3.07	กาฬสินธุ์	2.66
ฉะเชิงเทรา	3.32	เชียงใหม่	2.93	เชียงราย	2.35
ตราด	3.19	กระบี่	2.91	เพชรบุรี	2.31
ภูเก็ต	2.88	เพชรบุรี	2.50	จันทบุรี	2.27

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.4.3 แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค ได้แก่ อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน (ร้อยละ 55.80) แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) (ร้อยละ 54.02) และโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม (ร้อยละ 49.23)

แผนภาพที่ 5.4.3: แหล่งท่องเที่ยวที่แวะชม (ภาพรวม)



หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

5.4.4 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.4.4: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
สัดส่วนนักท่องเที่ยว							
จำนวน (คน)	27,506	586	5,390	7,579	6,994	4,362	2,595
สัดส่วน (%)	100.00	2.13	19.60	27.55	25.43	15.86	9.43
สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยว							
ภาคตะวันออก	24.40	46.08	22.12	28.37	39.09	0.00	15.68
ภาคกลาง	21.15	0.00	28.27	24.16	0.00	37.62	31.64
ภาคเหนือ	19.73	20.99	0.00	27.09	26.68	19.76	18.92
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.76	15.87	23.84	0.00	16.08	20.82	14.41
ภาคใต้	12.47	17.06	12.45	13.05	18.15	9.06	0.00
กรุงเทพมหานคร	8.48	0.00	13.32	7.34	0.00	12.75	19.34
การเดินทางท่องเที่ยว							
ในภูมิภาค	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ข้ามภูมิภาค	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
การกระจายตัว							
เมืองหลัก	54.97	56.48	59.20	54.44	46.21	58.25	67.75
เมืองรอง	45.03	43.52	40.80	45.56	53.79	41.75	32.25
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว							
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	53.63	47.44	59.87	53.57	55.33	56.24	31.48
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	28.06	38.91	24.40	26.27	31.40	30.47	27.09
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	18.31	13.65	15.73	20.16	13.27	13.30	41.43
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว							
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	97.70	98.81	98.53	97.04	97.45	98.95	96.45
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	2.30	1.19	1.47	2.96	2.55	1.05	3.55
รูปแบบการท่องเที่ยว							
พักค้างคืน	92.76	80.72	93.49	98.30	90.61	82.21	99.11
ไม่พักค้างคืน	7.24	19.28	6.51	1.70	9.39	17.79	0.89

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่คนไทยไปท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคมากที่สุด (ร้อยละ 24.40) และโดยส่วนใหญ่มีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 97.70) และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก (ร้อยละ 92.76)

5.4.5 การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.4.5: การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค						
	ภาพรวม	ภาคกรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
การวางแผนก่อนการเดินทางท่องเที่ยว							
ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้า (วัน)	16.15	15.20	14.87	15.60	14.74	18.81	20.08
แผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ล่วงหน้า							
แหล่งท่องเที่ยว	86.82	88.57	82.41	86.83	88.92	87.87	88.09
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	59.66	66.89	60.09	60.69	59.30	60.61	55.14
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	45.39	53.75	46.53	45.24	42.57	53.90	37.38
โรงแรม/ที่พัก	39.21	43.69	34.30	35.72	40.08	47.23	43.55
กิจกรรมในพื้นที่	36.17	32.59	32.37	39.58	31.13	39.64	43.01
ช่วงเวลา (ที่จะไป)	32.80	38.23	24.79	27.71	33.28	48.67	36.26
เส้นทางในการเดินทาง	30.58	42.49	30.33	33.38	27.03	34.64	26.44
แหล่งชอปปิง	28.90	24.40	37.12	34.12	22.07	20.56	30.52
พาหนะในการเดินทาง	25.32	39.59	17.63	30.00	21.20	28.36	34.57
งานเทศกาล/ประเพณี	23.27	17.75	28.53	26.22	17.01	18.45	30.10
ตั๋วเดินทางต่างๆ	8.46	14.85	7.31	9.41	6.86	6.30	16.34
การหาข้อมูล							
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	94.34	94.71	95.58	93.69	95.99	91.88	92.95
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	84.77	84.30	86.44	80.45	88.58	82.53	86.63
เส้นทางในการเดินทาง	77.62	87.37	77.53	75.74	77.15	82.42	76.61
โรงแรม/ที่พัก	71.77	70.82	74.75	69.23	71.02	68.59	80.50
กิจกรรมในพื้นที่	65.63	63.82	68.65	66.18	65.66	57.70	70.94
งานเทศกาล/ประเพณี	56.90	43.86	65.51	59.03	50.80	47.07	67.17
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	47.18	44.71	49.81	47.72	44.35	41.75	57.46
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	26.49	26.45	26.23	27.07	33.51	16.53	21.54
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.71	16.04	12.93	11.02	12.22	17.33	10.87
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.94	10.24	10.15	9.45	10.73	6.53	14.34
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.67	5.63	7.96	7.72	5.94	16.51	7.78
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	7.21	10.07	7.74	7.02	6.95	7.18	7.51

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคใช้เวลาเท่ากับ 16.15 วัน ในการวางแผนล่วงหน้า โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 86.82) สำหรับหัวข้อที่ทำการค้นหามากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (ร้อยละ 94.34) และปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกจุดหมาย คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ร้อยละ 26.49)

5.4.6 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.4.6: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

	การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว							
วันท่องเที่ยวเฉลี่ย (วัน/ทริป)	3.17	2.65	3.30	3.20	2.91	2.83	4.18
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	6,692	7,251	7,430	6,967	5,737	5,843	8,569
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,947	7,461	7,679	7,009	5,969	6,460	8,622
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,419	6,374	3,843	4,515	3,499	2,995	2,614
ผู้ร่วมเดินทาง							
ครอบครัว/ญาติ	70.31	66.04	71.34	74.39	68.87	70.40	60.35
คู่สมรส/แฟน	62.72	65.53	62.17	64.44	60.44	70.45	52.49
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	20.44	18.09	19.11	20.12	20.80	15.68	31.10
คนเดียว (ตนเอง)	1.84	3.07	1.41	1.66	1.77	1.83	3.43
พาหนะหลักที่ใช้เดินทางไปจุดหมาย							
พาหนะส่วนตัว	76.87	73.21	80.72	74.44	79.12	82.90	59.27
เครื่องบิน	8.24	16.04	6.33	8.47	7.68	5.32	18.11
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	8.05	2.90	8.40	10.95	6.02	5.09	9.71
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	3.48	3.41	2.36	3.65	2.68	3.46	7.63
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.37	1.37	0.26	0.53	2.51	1.95	1.85
รถไฟ	1.10	2.05	0.91	0.91	1.09	0.62	2.89
รถเช่า (ขับเอง)	0.89	1.02	1.02	1.04	0.91	0.66	0.54
ประเภทที่พักที่นิยม							
โรงแรม	52.84	44.03	55.79	51.80	51.83	46.61	63.12
รีสอร์ท	20.09	14.85	16.73	21.19	21.93	22.56	14.37
บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว	9.29	12.97	11.91	9.91	6.75	6.65	13.91
โฮมสเตย์	5.44	5.97	3.51	8.38	5.61	3.42	3.74
บังกะโล	2.18	0.85	2.19	2.45	2.60	1.44	1.35
โฮสเทล	1.00	0.00	1.02	1.82	0.61	0.46	0.62
เกสต์เฮ้าส์	0.99	0.51	1.22	1.65	0.53	0.39	0.92
ที่พักในอุทยานต่างๆ	0.94	1.54	1.11	1.10	0.75	0.69	1.08
ช่องทางการจองที่พัก							
จองโดยตรงกับที่พัก	51.16	42.49	49.85	53.53	50.29	46.68	56.99
จองผ่านเว็บไซต์	20.22	20.31	21.76	15.31	23.96	23.02	15.80
ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า	18.32	16.89	19.15	24.79	14.00	10.55	23.35
ไม่ได้พักค้างคืน	7.24	19.28	6.51	1.70	9.39	17.79	0.89
จองผ่านบริษัทนำเที่ยว	2.07	1.02	1.61	3.01	1.89	0.96	2.62
จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	1.00	0.00	1.11	1.66	0.47	1.01	0.35

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- จำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเท่ากับ 3.17 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) เท่ากับ 6,692 บาท และจะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 70.31
- สำหรับการเดินทางไปยังจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง จะใช้พาหนะส่วนตัว ในการเดินทางเป็นหลัก (ร้อยละ 76.87)
- นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคจะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 52.84) และใช้การจองโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 51.16)

5.4.7 กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.4.7: กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

ประเด็น	การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กิจกรรมที่ทำ							
ถ่ายรูป	76.10	76.62	76.10	73.27	77.03	77.81	78.81
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	61.39	62.12	60.78	61.88	57.16	64.24	68.79
ชอปปิง	54.77	55.46	55.86	57.05	44.68	58.00	69.90
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	50.74	50.85	44.68	54.14	56.49	46.72	43.35
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	45.05	39.08	44.82	41.65	43.72	61.21	32.18
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	34.92	42.49	33.67	28.64	35.04	43.15	41.62
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	22.21	19.97	21.43	24.33	24.18	14.99	23.97
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	21.20	21.67	20.00	25.49	24.09	12.75	16.92
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	14.10	20.99	13.88	15.74	13.07	14.65	11.83
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	12.22	6.14	10.04	15.23	11.07	11.12	13.18
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	11.44	11.60	10.24	13.09	10.03	9.88	15.84
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	10.31	11.43	9.57	14.98	8.55	5.69	11.14
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	9.30	12.97	9.50	10.29	6.83	9.06	13.56
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	7.75	3.92	6.01	9.38	6.39	5.87	13.80
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	7.54	3.92	6.59	7.38	5.42	5.62	19.42
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	7.27	5.29	7.25	9.87	7.66	2.38	6.82
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.70	5.80	5.08	6.60	5.28	3.44	9.36
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.44	4.95	3.53	3.88	2.68	2.80	5.28

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- กิจกรรม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค มากที่สุด คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 76.10) ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น (ร้อยละ 61.39) และชอปปิง (ร้อยละ 54.77) ตามลำดับ

5.4.8 ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ตารางที่ 5.4.8: ความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/การบอกต่อ

ประเด็น	การท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค						
	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความพึงพอใจ							
คะแนนเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	4.44	4.48	4.53	4.51	4.36	4.35	4.42
ค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B)	91.57	94.37	94.19	93.80	87.60	92.46	89.75
ความคาดหวังในภาพรวม							
มากกว่าที่คาดหวัง	62.37	65.19	67.96	61.93	59.34	62.15	61.27
เท่ากับที่คาดหวัง	37.00	33.79	31.43	37.68	40.33	36.73	37.34
น้อยกว่าที่คาดหวัง	0.63	1.02	0.61	0.38	0.33	1.12	1.39
การแนะนำ/การบอกต่อ							
แหล่งท่องเที่ยว	75.71	77.13	74.14	76.87	74.99	73.41	81.58
จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	56.39	55.97	52.43	58.21	55.21	59.72	57.19
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	43.17	37.71	44.51	45.19	37.60	49.61	39.96
กิจกรรมในพื้นที่	31.69	29.18	29.80	35.56	28.72	28.73	38.00
แหล่งชอปปิง	25.10	12.46	29.85	30.43	18.22	17.29	32.87
โรงแรม/ที่พัก	24.14	24.40	21.11	24.77	23.13	25.95	28.52
งานเทศกาล/ประเพณี	20.44	18.26	23.77	22.27	15.78	14.67	31.45
เส้นทางในการเดินทาง	16.71	17.24	17.42	20.77	14.83	9.72	20.66
พาหนะในการเดินทาง	11.22	16.38	9.00	13.63	11.03	5.16	19.54
ตั๋วเดินทางต่างๆ	4.31	9.22	3.10	5.71	3.64	2.41	7.86

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

- ความพึงพอใจโดยรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับร้อยละ 91.57 โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 คะแนน และเมื่อให้นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น “มากกว่าที่คาดหวัง” เกินครึ่งหนึ่ง โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 62.37
- หัวข้ออันดับแรกที่มีการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค คือ แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 75.71)

06

พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

6 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

โครงสร้างของเนื้อหาในบทนี้ เป็นการแสดงรายละเอียดของพฤติกรรมและข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนไทย (นักท่องเที่ยวชาวไทย) ที่เข้าไปท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค โดยนำเสนอเฉพาะหัวข้อที่มีความสำคัญจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงของคนไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

6.1 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคเหนือ

6.1.1 สัดส่วนของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ

จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคเหนือ (ใช้ข้อมูลทริปล่าสุด) มีจำนวนทั้งหมดเท่ากับ 13,637 ทริป และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
***จำนวนทริปของคนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ**	**13,637**	**123**	**8,210**	**2,053**	**1,898**	**862**	**491**
****ร้อยละของจำนวนทริปที่คนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ	100.00	0.90	60.20	15.05	13.92	6.32	3.60

หมายเหตุ: *จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ คำนวณจากทริปล่าสุดของคนไทยในแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย (จังหวัดละ 800 คน) และเนื่องจากในแต่ละภูมิภาคมีจำนวนจังหวัดไม่เท่ากัน ทำให้จำนวนทริปของคนกรุงเทพมีจำนวนน้อยสุดเสมอ
**คำนวณจาก จำนวนทริปของคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ หารด้วย จำนวนทริปของคนทั้งหมดที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ

6.1.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ

สัดส่วนของเพศและช่วงอายุ เมื่อจำแนกตามคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ สามารถแสดงได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพศชาย	47.88	43.90	48.53	47.64	47.01	48.26	41.14
เพศหญิง	52.12	56.10	51.47	52.36	52.99	51.74	58.86
ช่วงอายุ 15-24 ปี	13.79	13.82	14.18	14.32	11.38	14.27	14.26
ช่วงอายุ 25-34 ปี	16.87	16.26	16.16	17.68	16.33	19.72	22.61
ช่วงอายุ 35-44 ปี	17.01	20.33	15.96	16.90	18.75	21.23	20.57
ช่วงอายุ 45-54 ปี	18.66	18.70	17.27	21.58	20.29	20.88	19.14
ช่วงอายุ 55-64 ปี	17.79	14.63	18.88	16.80	17.22	14.50	11.81
ช่วงอายุ 65 ขึ้นไป	15.87	16.26	17.55	12.71	16.03	9.40	11.61

6.1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคเหนือ

จังหวัดในภาคเหนือที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนในแต่ละภูมิภาคเมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคเหนือ พบว่า คนทุกภูมิภาคนิยมไปเที่ยวเชียงใหม่มากที่สุด ยกเว้นคนภาคตะวันออกนิยมไปเที่ยวเพชรบูรณ์มากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของจังหวัดต่างๆ ที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
จังหวัดที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยว							
เชียงใหม่	20.46	33.33	21.12	18.17	19.20	14.85	34.01
เชียงราย	10.09	13.01	11.89	6.92	7.87	4.41	12.42
น่าน	8.68	11.38	9.20	7.65	8.11	9.05	6.11
เพชรบูรณ์	7.53	5.69	3.75	17.34	8.41	19.72	4.68
ลำปาง	6.41	1.63	8.06	4.97	3.02	3.94	3.05
พิษณุโลก	5.49	4.88	5.37	6.28	5.24	7.42	1.63
กำแพงเพชร	5.32	3.25	4.20	6.19	8.71	4.87	7.33
พะเยา	5.31	4.88	6.75	3.31	3.02	3.25	2.65
ตาก	4.71	1.63	4.13	4.04	6.93	6.03	5.70
แพร่	4.70	2.44	5.76	3.70	3.07	2.32	2.04
นครสวรรค์	4.52	4.88	2.87	5.55	8.31	8.35	5.30
สุโขทัย	4.25	3.25	4.52	3.46	3.36	4.41	6.52
ลำพูน	3.01	0.81	4.18	2.05	0.99	0.70	0.00
พิจิตร	2.85	2.44	2.57	3.95	2.92	3.02	2.24
อุทัยธานี	2.32	2.44	1.14	2.00	7.17	3.60	1.22
แม่ฮ่องสอน	2.30	4.07	1.97	2.29	2.87	3.25	3.67
อุตรดิตถ์	2.05	0.00	2.51	2.14	0.79	0.81	1.43

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาค เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคเหนือ พบว่า คนทุกภูมิภาคมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบันมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของวัตถุประสงค์หลักต่างๆ ในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	รวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว							
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	40.62	55.28	39.74	37.46	43.00	49.30	43.38
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	14.45	8.94	16.50	11.54	11.38	8.58	15.07
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	11.96	15.45	11.52	13.74	10.94	15.08	10.59
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	11.12	10.57	10.89	12.47	11.88	7.89	12.02
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	8.93	4.07	9.57	6.92	10.59	7.31	2.65
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	8.07	4.88	7.99	9.55	6.43	8.12	9.78
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	2.45	0.81	1.69	3.80	3.96	2.90	2.44
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	1.71	0.00	1.36	3.80	1.14	0.46	3.26
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)	0.38	0.00	0.43	0.39	0.35	0.12	0.20
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	0.32	0.00	0.29	0.34	0.35	0.23	0.61

หากมองในวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว พบว่า คนภาคใต้มาเที่ยวในภาคเหนือเพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิตมากกว่าคนภูมิภาคอื่น สำหรับคนภาคกลางมาเที่ยวในภาคเหนือเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนามากกว่าคนภูมิภาคอื่น

ปัจจัยหลักที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคเหนือเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกจากปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด ยกเว้นคนกรุงเทพมหานครเลือกจากปัจจัยด้านเป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน และสามารถแสดงรายละเอียดของปัจจัยหลักต่างๆ ที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคเหนือเพื่อการท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / ปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัด	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	27.84	15.45	30.04	24.74	26.18	22.27	20.77
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	12.17	18.70	11.90	10.42	13.81	15.43	11.41
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.91	13.01	9.63	9.55	11.68	6.96	14.05
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.85	6.50	10.39	6.33	5.20	10.21	6.31
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	7.55	13.82	7.00	8.91	8.02	8.35	7.74
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	7.05	6.50	7.41	6.43	6.04	6.03	9.57
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	5.04	4.88	4.37	7.01	5.49	6.50	3.46
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	3.61	2.44	3.92	2.97	2.23	4.29	5.50
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	3.26	1.63	3.01	3.70	4.01	2.67	3.46
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	2.60	3.25	3.36	0.88	1.29	2.67	2.44
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	2.49	2.44	1.86	2.83	4.21	1.28	6.72
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	1.73	4.07	1.28	3.21	2.28	1.39	1.43
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	1.54	4.88	1.49	1.70	2.03	0.81	1.02
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	1.49	0.81	0.76	2.87	2.38	3.13	1.43
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	1.47	0.81	1.04	3.12	1.14	1.74	2.65
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	1.13	0.81	1.22	0.88	0.89	1.97	0.20
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	0.95	0.00	0.44	1.56	1.78	2.55	0.61
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	0.56	0.00	0.32	1.46	0.49	0.81	0.61
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.51	0.00	0.41	0.73	0.79	0.46	0.20
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.26	0.00	0.16	0.68	0.10	0.46	0.41

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคเหนือ หากพิจารณาปัจจัยในการเลือกจังหวัด พบว่า ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดที่คนภาคใต้ให้ความสำคัญมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดที่คนกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

สำหรับรายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
รายละเอียด							
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,753	7,754	5,107	6,868	5,702	6,996	9,929
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,234	7,795	5,670	6,958	5,968	6,996	9,929
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,413	2,800	3,502	2,247	2,474	N/A	N/A
จำนวนคนที่เดินทางด้วย (คน)	4.22	3.97	3.95	4.84	4.34	4.47	5.28
จำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง (วัน)	2.61	2.95	2.10	3.29	3.00	3.88	4.26
ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง							
พาหนะส่วนตัว	85.33	53.66	92.94	74.72	76.25	81.21	47.05
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	5.39	3.25	3.51	9.94	6.33	6.26	12.42
เครื่องบิน	4.74	34.96	0.00	9.89	11.63	7.77	28.92
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	2.54	2.44	2.10	3.21	2.62	2.09	7.74
รถเช่า (ขับเอง)	0.78	2.44	0.60	1.17	1.24	0.58	0.61
รถไฟ	0.71	2.44	0.51	0.68	1.09	1.16	1.83
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	0.51	0.81	0.35	0.39	0.84	0.93	1.43

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคเหนือ หากพิจารณารายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า

- คนภาคใต้ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) มากที่สุด เท่ากับ 9,929 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วยเฉลี่ยเท่ากับ 5.28 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 4.26 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง
- คนภาคเหนือ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) น้อยที่สุด เท่ากับ 5,107 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วย เฉลี่ยเท่ากับ 3.95 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 2.10 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

แหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคเหนือ พบว่า คนภาคเหนือและคนภาคตะวันออกเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรมมากที่สุด และคนภาคที่เหลือทั้งหมด (คนกรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คนภาคกลาง และคนภาคใต้) เลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลนมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชมได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	รวมทุกภาค	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว							
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	54.99	55.28	50.33	62.20	62.05	61.25	62.73
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	52.10	39.02	52.19	49.25	52.40	62.30	43.38
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	48.68	54.47	45.47	52.46	52.94	54.52	58.66
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	44.06	54.47	42.92	41.16	47.06	51.04	50.71
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	42.36	52.03	37.53	52.41	44.29	53.02	54.58
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	28.77	32.52	27.49	31.76	29.29	29.93	33.60
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	23.66	27.64	21.18	31.95	24.15	23.55	28.51
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	20.95	19.51	21.58	19.34	21.38	21.81	13.85
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	17.17	11.38	14.31	21.87	19.74	23.67	23.42
สวนสนุก/สวนสัตว์	15.49	12.20	16.18	15.39	14.25	13.34	13.44
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	8.95	10.57	7.56	11.69	10.24	10.79	12.22
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	7.90	4.88	5.86	10.47	9.65	11.37	18.13
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	7.79	8.13	6.60	10.42	8.96	6.50	14.05
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคเหนือ หากพิจารณารายละเอียดด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต) เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่คนภาคใต้เลือกที่จะเยี่ยมชมมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนกรุงเทพมหานครเลือกที่จะเยี่ยมชมน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

กิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคเหนือ พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะทำกิจกรรมถ่ายรูปมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของกิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคเหนือ**

ประเภทกิจกรรม / ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	รวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ถ่ายรูป	74.87	81.30	73.23	74.77	76.50	82.25	83.10
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	58.90	65.04	55.47	61.91	63.29	67.75	70.06
ชอปปิง	53.08	56.91	52.25	53.73	49.73	59.74	66.40
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	51.04	40.65	51.01	47.20	53.83	61.25	38.09
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	50.27	46.34	46.20	59.23	54.63	56.03	52.75
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	31.78	40.65	30.86	25.62	35.68	38.63	44.81
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	20.11	26.83	16.86	28.01	25.28	14.04	30.96
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	15.20	9.76	15.55	17.19	12.67	11.02	18.74
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	13.54	19.51	13.01	17.34	13.06	10.67	13.65
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	10.27	17.89	7.32	15.10	14.40	9.63	23.63
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	8.94	9.76	9.39	10.03	7.77	3.25	11.61
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	8.03	6.50	6.38	12.37	9.45	7.31	12.83
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	7.41	7.32	5.75	9.30	7.87	10.90	19.14
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	7.36	3.25	5.04	11.84	7.87	8.82	22.81
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	7.10	4.88	5.31	9.01	7.82	7.54	25.25
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	5.74	5.69	4.42	9.45	7.62	3.13	9.16
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	4.96	6.50	4.32	6.62	5.99	2.78	8.15
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.12	5.69	2.75	3.80	3.71	1.74	6.52

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคเหนือ หากพิจารณารายละเอียดด้านประเภทกิจกรรม พบว่า การเดินชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม เป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคใต้เลือกที่จะทำมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคตะวันออกเลือกที่จะทำน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

6.2 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6.2.1 สัดส่วนของคนที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ใช้ข้อมูลทริปล่าสุด) มีจำนวนทั้งหมดเท่ากับ 12,207 ทริป และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
***จำนวนทริปของคนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**	**12,207**	**93**	**1,285**	**8,421**	**1,126**	**908**	**374**
******ร้อยละของจำนวนทริปที่คนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	100.00	0.76	10.53	68.99	9.22	7.44	3.06

หมายเหตุ: *จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คำนวณจากทริปล่าสุดของคนไทยในแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย (จังหวัดละ 800 คน) และเนื่องจากในแต่ละภูมิภาคมีจำนวนจังหวัดไม่เท่ากัน ทำให้จำนวนทริปของคนกรุงเทพมีจำนวนน้อยสุดเสมอ
**คำนวณจาก จำนวนทริปของคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หารด้วย จำนวนทริปของคนทั้งหมดที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6.2.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สัดส่วนของเพศและช่วงอายุ เมื่อจำแนกตามคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถแสดงได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพศชาย	49.55	52.69	51.91	49.59	49.55	47.25	46.26
เพศหญิง	50.45	47.31	48.09	50.41	50.45	52.75	53.74
ช่วงอายุ 15-24 ปี	14.60	9.68	12.45	15.47	11.98	12.78	15.24
ช่วงอายุ 25-34 ปี	16.34	12.90	17.04	15.65	17.15	18.06	22.73
ช่วงอายุ 35-44 ปี	17.04	22.58	16.73	16.89	17.47	17.62	18.72
ช่วงอายุ 45-54 ปี	19.51	18.28	20.00	19.61	17.72	20.59	18.98
ช่วงอายุ 55-64 ปี	16.48	19.35	18.68	15.92	18.87	16.85	12.83
ช่วงอายุ 65 ขึ้นไป	16.02	17.20	15.10	16.46	16.82	14.10	11.50

6.2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนในแต่ละภูมิภาคเมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า คนกรุงเทพมหานคร คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคใต้ นิยมไปเที่ยวขอนแก่นมากที่สุด คนภาคเหนือ นิยมไปเที่ยวเลยมากที่สุด ในขณะที่คนภาคกลาง และคนภาคตะวันออก นิยมไปเที่ยวนครราชสีมามากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของจังหวัดต่างๆ ที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
จังหวัดที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยว							
ขอนแก่น	13.74	26.88	15.80	13.09	16.24	11.12	19.52
นครราชสีมา	10.04	21.51	9.88	5.72	27.73	24.89	13.90
เลย	7.36	6.45	20.23	5.69	6.23	6.72	5.88
นครพนม	7.12	6.45	7.08	7.68	6.97	4.07	2.41
กาฬสินธุ์	6.37	9.68	4.67	6.33	6.64	3.74	18.45
อุบลราชธานี	6.35	4.30	2.88	7.61	2.95	4.41	5.61
บุรีรัมย์	6.14	4.30	3.42	6.22	5.74	10.13	5.08
บึงกาฬ	6.12	3.23	6.69	6.53	4.92	4.63	2.41
อุดรธานี	4.71	3.23	4.59	5.37	2.54	2.31	3.21
ชัยภูมิ	4.40	5.38	6.69	3.46	6.56	6.28	6.15
มุกดาหาร	3.92	0.00	1.95	4.80	1.56	1.98	3.48
หนองคาย	3.62	1.08	2.18	4.42	1.31	2.20	1.60
ร้อยเอ็ด	3.58	3.23	2.41	4.13	2.38	2.64	1.34
สุรินทร์	2.81	0.00	1.79	2.85	1.39	5.40	3.74
มหาสารคาม	2.79	0.00	1.63	3.22	1.72	2.31	1.60
สกลนคร	2.62	0.00	1.79	3.14	1.07	1.54	1.60
ยโสธร	2.52	2.15	1.87	2.97	1.48	1.10	1.60
ศรีสะเกษ	2.52	1.08	1.32	2.84	1.39	3.19	1.60
หนองบัวลำภู	1.85	0.00	2.26	2.19	0.57	0.55	0.27
อำนาจเจริญ	1.43	1.08	0.86	1.76	0.57	0.77	0.53

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาค เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า คนทุกภูมิภาคมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบันมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของวัตถุประสงค์หลักต่างๆ ในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาค ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว							
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	37.45	46.24	33.85	35.44	45.12	47.91	44.65
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	11.81	5.38	16.89	11.54	11.81	5.84	14.97
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	11.62	15.05	7.94	12.83	8.78	13.33	2.14
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	10.81	3.23	18.13	9.71	10.91	8.59	15.51
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	10.62	18.28	8.87	11.17	10.58	9.14	7.75
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	8.97	3.23	7.55	9.63	6.89	8.48	6.95
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	5.79	7.53	4.59	6.41	3.77	5.62	2.94
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	2.12	0.00	1.25	2.38	1.64	0.88	4.01
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	0.50	0.00	0.16	0.62	0.25	0.11	0.80
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)	0.31	1.08	0.78	0.27	0.25	0.11	0.27

หากมองในวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว พบว่า คนภาคเหนือมาเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิตและเพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิตมากกว่าคนภูมิภาคอื่น สำหรับคนกรุงเทพมหานครมาเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วยและเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนามากกว่าคนภูมิภาคอื่น

ปัจจัยหลักที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า คนภาคเหนือ คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คนภาคกลาง เลือกจากปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด คนกรุงเทพมหานคร เลือกจากปัจจัยด้านความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่มากที่สุด คนภาคตะวันออก เลือกจากปัจจัยด้านเป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกันมากที่สุด และคนภาคใต้เลือกจากปัจจัยด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของปัจจัยหลักต่างๆ ที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อการท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัด							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	19.30	12.90	20.47	18.80	28.71	11.12	15.78
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	11.52	18.28	11.44	12.11	9.52	10.24	8.02
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	11.34	16.13	11.13	10.03	12.14	22.91	10.70
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.20	10.75	9.81	8.85	10.58	6.72	16.58
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	7.11	2.15	6.69	6.79	4.76	14.21	6.15
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	5.49	5.38	7.16	4.76	7.30	6.39	8.02
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	5.21	8.60	3.50	5.58	5.17	5.62	1.87
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	4.51	2.15	2.57	5.27	2.38	1.54	8.29
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	3.58	5.38	3.81	3.48	3.53	2.64	7.49
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	3.38	4.30	0.39	4.12	1.89	3.63	1.07
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	3.02	2.15	0.93	3.69	2.21	1.54	1.34
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	2.75	1.08	1.32	3.36	1.39	1.32	1.87
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	2.40	1.08	1.40	2.79	0.57	2.86	1.87
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	2.34	2.15	3.81	2.02	2.38	3.52	1.60
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	2.26	3.23	11.60	1.10	0.82	1.76	2.14
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	2.14	2.15	1.71	2.17	3.53	0.55	2.14
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	2.02	0.00	0.47	2.68	0.41	0.77	0.80
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	1.50	2.15	1.09	1.31	2.21	1.98	3.74
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.60	0.00	0.23	0.70	0.33	0.66	0.27
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.33	0.00	0.47	0.37	0.16	0.00	0.27

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากพิจารณาปัจจัยในการเลือกจังหวัด พบว่า ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดของคนกรุงเทพมหานครมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่ เป็นปัจจัยที่คนภาคตะวันออกให้ความสำคัญน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

สำหรับรายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
รายละเอียด							
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	4,958	5,876	6,662	4,387	5,122	5,972	8,961
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	5,493	5,876	6,957	4,948	5,251	6,121	8,961
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	2,919	N/A	2,693	2,918	3,466	2,150	N/A
จำนวนคนที่เดินทางด้วย (คน)	4.50	4.10	4.42	4.48	4.44	4.43	5.45
จำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง (วัน)	2.44	3.18	3.15	2.09	3.04	2.87	4.85
ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง							
พาหนะส่วนตัว	89.01	87.10	88.87	91.34	83.18	86.12	63.10
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	5.29	2.15	6.61	4.42	6.40	5.95	15.24
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	2.83	2.15	2.02	2.70	2.95	2.42	9.36
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.22	2.15	0.08	1.00	3.04	2.42	1.34
เครื่องบิน	0.85	1.08	1.25	0.00	2.46	2.31	9.89
รถเช่า (ขับเอง)	0.41	2.15	0.78	0.32	0.66	0.44	0.27
รถไฟ	0.38	3.23	0.39	0.23	1.31	0.33	0.80

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากพิจารณารายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า

- คนภาคใต้ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) มากที่สุด เท่ากับ 8,961 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วยเฉลี่ยเท่ากับ 5.45 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 4.85 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง
- คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) น้อยที่สุด เท่ากับ 4,387 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วย เฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 2.09 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

แหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า คนกรุงเทพมหานคร คนภาคกลาง คนภาคใต้ เลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน คนภาคเหนือและคนภาคตะวันออกเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม และคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) และสามารถแสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว							
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	57.53	46.24	44.36	60.71	51.35	56.72	53.48
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	55.83	45.16	54.55	55.31	57.67	66.74	39.30
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	54.26	53.76	52.68	53.47	60.54	52.42	61.50
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	46.60	44.09	48.33	44.60	47.74	57.71	55.08
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	43.41	33.33	38.99	44.96	35.52	44.05	47.86
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	30.79	9.68	32.37	30.98	26.50	33.26	29.14
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	27.49	21.51	30.04	27.87	23.95	24.78	28.34
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	23.38	10.75	22.72	24.30	25.10	17.62	13.37
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	20.19	9.68	16.81	20.48	20.18	21.92	20.86
สวนสนุก/สวนสัตว์	20.00	7.53	11.36	22.33	18.13	12.89	20.86
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	11.61	3.23	16.42	12.45	7.14	3.19	11.23
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	10.68	5.38	8.02	11.26	8.86	10.57	13.10
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	6.77	3.23	8.09	6.14	8.12	7.38	10.70
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากพิจารณาด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต) เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่คนภาคเหนือ คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคตะวันออกเลือกที่จะเยี่ยมชมมากกว่าคนภูมิภาคอื่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนภาคเหนือเลือกที่จะเยี่ยมชมมากกว่าคนภูมิภาคอื่น

กิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะทำกิจกรรมถ่ายรูปมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของกิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ประเภทกิจกรรม							
ถ่ายรูป	70.78	73.12	76.50	68.44	73.50	77.20	79.41
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	60.13	62.37	65.84	59.30	56.93	62.00	64.97
ชอปปิง	55.17	59.14	59.14	54.42	48.89	58.15	71.66
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	54.47	55.91	48.64	54.52	54.96	71.04	31.55
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	52.22	34.41	53.85	52.19	54.80	50.99	41.71
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	33.74	27.96	38.21	31.22	32.16	48.13	45.45
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	25.09	17.20	25.37	25.25	26.83	18.94	29.95
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	16.43	1.08	12.45	17.66	14.93	11.01	20.32
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	16.23	32.26	12.84	16.29	17.15	20.48	13.10
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	13.55	10.75	13.23	13.80	9.76	13.33	21.93
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	11.85	6.45	7.47	13.93	7.79	4.30	11.76
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	10.61	6.45	10.58	11.16	9.60	6.39	11.76
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	9.90	2.15	8.95	10.45	6.73	7.71	16.58
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	7.59	1.08	7.32	7.17	6.97	5.29	25.40
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.05	2.15	6.23	6.08	8.04	2.20	7.75
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.91	1.08	5.21	6.00	5.91	3.74	11.50
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	5.64	1.08	5.99	5.13	7.30	4.63	13.10
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.77	2.15	3.11	4.22	2.63	1.43	5.35

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากพิจารณารายละเอียดด้านประเภทกิจกรรม พบว่า การทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม และการชอปปิง เป็นกิจกรรมที่คนภาคใต้เลือกที่จะทำเมื่อไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากกว่าคนภูมิภาคอื่น

6.3 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคกลาง

6.3.1 สัดส่วนของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง

จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคกลาง (ใช้ข้อมูลทริปล่าสุด) มีจำนวนทั้งหมดเท่ากับ 14,169 ทริป และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
***จำนวนทริปของคนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง**	**14,169**	**214**	**2,242**	**2,387**	**5,806**	**2,197**	**1,323**
******ร้อยละของจำนวนทริปที่คนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ไปท่องเที่ยวภาคกลาง	100.00	1.51	15.82	16.85	40.98	15.51	9.34

หมายเหตุ: *จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง คำนวณจากทริปล่าสุดของคนไทยในแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย (จังหวัดละ 800 คน) และเนื่องจากในแต่ละภูมิภาคมีจำนวนจังหวัดไม่เท่ากัน ทำให้จำนวนทริปของคนกรุงเทพมีจำนวนน้อยสุดเสมอ
**คำนวณจาก จำนวนทริปของคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง หารด้วย จำนวนทริปของคนทั้งหมดที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง

6.3.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง

สัดส่วนของเพศและช่วงอายุ เมื่อจำแนกตามคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง สามารถแสดงได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพศชาย	48.73	47.66	49.91	50.65	47.61	47.97	49.66
เพศหญิง	51.27	52.34	50.09	49.35	52.39	52.03	50.34
ช่วงอายุ 15-24 ปี	15.42	14.95	14.36	13.32	15.33	15.43	21.39
ช่วงอายุ 25-34 ปี	17.35	14.95	16.86	19.44	16.03	17.16	20.79
ช่วงอายุ 35-44 ปี	17.12	16.36	17.04	19.31	15.95	17.52	17.99
ช่วงอายุ 45-54 ปี	18.02	18.22	18.24	19.73	17.54	17.34	17.84
ช่วงอายุ 55-64 ปี	16.75	13.55	17.98	16.63	17.28	17.16	11.87
ช่วงอายุ 65 ขึ้นไป	15.33	21.96	15.52	11.56	17.87	15.38	10.13

6.3.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคกลาง

จังหวัดในภาคกลางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนในแต่ละภูมิภาคเมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคกลาง พบว่า คนทุกภูมิภาคนิยมไปเที่ยวกรุงเทพมหานครมากที่สุด ยกเว้นคนกรุงเทพมหานครและคนภาคกลางนิยมไปเที่ยวกาญจนบุรี และสามารถแสดงรายละเอียดของจังหวัดต่างๆ ที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / จังหวัดที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยว	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กรุงเทพมหานคร	23.45	0.00	32.02	23.29	16.45	25.31	37.94
กาญจนบุรี	17.04	27.10	14.27	20.53	16.96	14.34	20.26
พระนครศรีอยุธยา	9.63	15.89	10.57	8.50	10.03	12.52	3.40
ประจวบคีรีขันธ์	7.94	14.95	5.31	5.40	7.49	7.78	19.27
นครปฐม	5.67	7.48	4.19	6.33	7.04	4.92	2.04
เพชรบุรี	5.22	4.67	3.17	3.85	6.76	4.96	4.54
ชัยนาท	4.81	0.47	7.45	5.03	5.28	2.28	1.97
ราชบุรี	4.71	2.80	2.90	3.69	5.65	6.10	3.02
ลพบุรี	3.62	3.27	5.31	4.69	3.87	1.73	0.83
สุพรรณบุรี	3.37	4.67	3.88	3.14	3.95	2.73	1.28
นนทบุรี	3.28	5.14	2.41	2.97	3.50	4.28	2.65
สระบุรี	3.25	8.41	2.41	4.90	3.14	4.19	0.68
ปทุมธานี	2.43	2.80	2.27	2.01	2.46	3.82	1.06
สิงห์บุรี	1.81	0.00	2.36	1.84	2.21	1.18	0.08
อ่างทอง	1.54	0.47	0.76	1.68	2.01	1.73	0.15
สมุทรสงคราม	1.25	1.40	0.31	0.88	2.09	0.68	0.60
สมุทรสาคร	0.99	0.47	0.40	1.26	1.10	1.46	0.23

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาค เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคกลาง พบว่า คนทุกภูมิภาคมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบันมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของวัตถุประสงค์หลักต่างๆ ในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	รวมภาค	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว							
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	43.82	57.48	43.00	38.25	42.64	52.21	46.71
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	12.38	11.68	10.53	7.21	16.38	14.34	3.40
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	10.95	12.15	10.04	11.81	11.79	8.42	11.34
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	10.59	6.54	14.27	10.60	9.85	5.96	15.42
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	9.20	3.74	11.06	12.07	8.29	7.42	7.94
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	7.20	4.67	6.42	11.19	5.32	7.24	9.83
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	3.77	3.27	2.85	4.94	4.22	3.32	1.89
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	1.30	0.47	1.20	2.81	0.83	0.50	2.19
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)	0.44	0.00	0.36	0.75	0.32	0.27	0.83
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	0.35	0.00	0.27	0.38	0.37	0.32	0.45

หากมองในวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว พบว่า คนภาคใต้มาเที่ยวในภาคกลางเพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิตมากกว่าคนภูมิภาคอื่น สำหรับคนภาคตะวันออกเที่ยวในภาคกลางเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วยน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

ปัจจัยหลักที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคกลางเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกจากปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด ยกเว้น คนภาคตะวันออกเลือกจากปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่มากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของปัจจัยหลักต่างๆ ที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคกลางเพื่อการท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / ปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัด	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	23.21	21.50	26.58	21.28	26.01	14.70	22.30
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	15.14	17.29	14.54	12.07	16.58	17.52	11.19
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	9.83	8.41	10.04	9.76	9.83	6.10	15.80
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.57	6.54	8.43	7.00	5.51	19.12	8.01
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	6.97	9.35	7.67	8.13	6.68	5.46	7.48
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	5.74	8.41	5.44	7.21	5.45	6.87	3.10
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	4.83	4.21	4.95	5.24	4.73	4.69	4.61
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	3.44	5.61	0.71	2.30	5.05	4.05	1.81
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	3.23	0.47	3.17	3.35	2.77	3.10	5.37
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	2.32	1.87	1.92	2.72	2.61	1.78	1.89
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	2.31	2.80	3.48	2.30	1.94	2.41	1.81
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	2.23	1.87	4.77	1.21	1.40	2.64	2.87
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	2.13	1.87	1.56	1.84	1.54	3.73	3.63
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	2.11	3.27	1.16	3.02	2.13	0.59	4.54
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	2.03	1.40	0.71	1.80	2.64	2.50	1.06
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	1.95	1.87	1.61	3.64	1.83	1.64	0.53
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	1.94	1.87	0.98	3.90	1.69	1.50	1.89
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.94	1.40	0.98	0.88	1.13	0.46	0.91
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	0.77	0.00	0.71	1.76	0.37	0.73	0.98
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.32	0.00	0.58	0.59	0.10	0.41	0.23

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคกลาง หากพิจารณารายละเอียดปัจจัยในการเลือกจังหวัด พบว่า ความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดที่คนภาคตะวันออก และคนกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดที่คนภาคตะวันออกให้ความสำคัญน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

สำหรับรายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
รายละเอียด							
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,375	5,900	6,776	6,469	4,048	4,801	8,018
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,056	6,439	7,104	6,500	4,682	5,703	8,113
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,128	4,417	4,254	5,605	2,941	3,033	2,614
จำนวนคนที่เดินทางด้วย (คน)	4.52	3.72	4.28	4.84	4.50	4.37	4.64
จำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง (วัน)	2.52	2.10	2.94	2.94	1.95	2.16	4.20
ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง							
พาหนะส่วนตัว	84.23	90.65	84.92	79.72	88.97	87.66	63.95
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	6.18	3.74	7.40	10.77	4.62	4.19	6.20
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	3.90	3.74	2.45	3.77	3.65	4.46	6.73
เครื่องบิน	2.75	0.00	3.43	3.69	0.00	0.27	16.48
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	1.43	0.93	0.22	0.25	1.84	2.46	2.04
รถไฟ	1.09	0.93	1.07	1.17	0.60	0.46	4.23
รถเช่า (ขับเอง)	0.43	0.00	0.49	0.63	0.32	0.50	0.38

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคกลาง หากพิจารณารายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า

- คนภาคใต้ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) มากที่สุด เท่ากับ 8,018 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วยเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 4.20 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง
- คนภาคกลาง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) น้อยที่สุด เท่ากับ 4,048 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วย เฉลี่ยเท่ากับ 4.50 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 1.95 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

แหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคกลาง พบว่า คนกรุงเทพมหานคร เลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคใต้เลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ ในขณะที่คนภาคเหนือ คนภาคกลาง และคนภาคตะวันออกเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม และสามารถแสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว							
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	55.61	41.59	47.15	60.41	54.63	59.67	59.03
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	54.51	50.00	54.77	49.06	56.15	65.63	37.94
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	52.61	57.01	47.86	56.26	53.39	51.84	51.85
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	52.16	44.39	51.56	43.32	53.42	59.67	50.94
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	39.20	37.38	35.37	48.05	34.60	44.24	42.25
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	24.74	35.51	28.77	30.04	20.53	24.76	27.44
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	22.93	27.57	23.86	29.07	20.07	20.98	26.53
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	20.35	19.16	22.35	21.28	19.77	22.62	14.21
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	19.45	16.82	15.97	21.16	18.21	22.85	22.30
สวนสนุก/สวนสัตว์	16.94	15.42	15.83	19.10	17.31	14.88	16.63
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	12.63	10.75	9.86	14.96	11.58	13.88	15.87
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)	10.06	16.36	5.80	6.62	11.36	10.61	16.63
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	9.19	7.48	8.47	9.68	7.71	9.65	15.50
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	8.84	8.88	8.47	9.22	7.77	9.01	13.30

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคกลาง หากพิจารณารายละเอียดด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต) เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่คนกรุงเทพมหานครเลือกที่จะเยี่ยมชมมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่คนภาคตะวันออกชอบถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้ามากกว่าคนภูมิภาคอื่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนภาคใต้เลือกที่จะเยี่ยมชมเมื่อไปท่องเที่ยวภาคกลางมากกว่าคนภูมิภาคอื่น

กิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคกลาง พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะทำกิจกรรมถ่ายรูปมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของกิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคกลาง**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / ประเภทกิจกรรม	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ถ่ายรูป	72.78	65.89	76.40	69.63	70.71	75.42	77.32
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	58.53	53.27	57.89	62.13	53.39	62.77	69.46
ชอปปิง	56.50	52.80	56.33	58.94	52.36	56.40	71.35
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	50.53	46.73	51.34	46.29	52.92	59.99	30.16
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	41.68	46.26	38.80	49.27	41.11	40.69	37.04
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	38.09	34.11	37.29	29.87	38.82	45.52	38.62
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	18.55	28.97	19.40	24.80	17.52	13.29	19.27
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	15.69	14.95	15.57	22.50	13.26	14.06	17.38
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	15.48	22.43	14.81	18.31	16.03	14.75	10.28
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	11.21	11.68	11.24	16.42	9.05	12.29	9.83
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	9.13	14.02	10.44	12.40	6.91	9.33	10.81
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.12	8.88	9.23	14.75	7.44	6.33	11.04
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	7.67	7.01	8.83	11.35	4.82	8.78	10.20
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	6.68	1.87	7.40	8.29	4.40	5.19	15.34
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	6.18	2.34	6.11	8.55	5.03	4.92	9.37
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.08	3.74	7.63	9.13	6.03	1.59	5.59
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	5.79	6.07	5.80	7.54	4.98	3.73	9.67
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.27	1.87	4.28	3.77	2.26	3.78	4.38

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคกลาง หากพิจารณารายละเอียดด้านประเภทกิจกรรม พบว่า ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน และทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน เป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคใต้เลือกที่จะทำมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่การทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ เป็นประเภทกิจกรรมที่คนกรุงเทพมหานครเลือกที่จะทำเมื่อไปท่องเที่ยวภาคกลางมากกว่าคนภูมิภาคอื่น

6.4 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

6.4.1 สัดส่วนของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก

จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออก (ใช้ข้อมูลทริปล่าสุด) มีจำนวนทั้งหมดเท่ากับ 9,551 ทริป และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
***จำนวนทริปของคนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก**	**9,551**	**270**	**1,192**	**2,150**	**2,694**	**2,838**	**407**
******ร้อยละของจำนวนทริปที่คนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก	100.00	2.83	12.48	22.51	28.21	29.71	4.26

หมายเหตุ: *จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก คำนวณจากทริปล่าสุดของคนไทยในแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย (จังหวัดละ 800 คน) และเนื่องจากในแต่ละภูมิภาคมีจำนวนจังหวัดไม่เท่ากัน ทำให้จำนวนทริปของคนกรุงเทพมีจำนวนน้อยสุดเสมอ
**คำนวณจาก จำนวนทริปของคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก หารด้วย จำนวนทริปของคนทั้งหมดที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก

6.4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก

สัดส่วนของเพศและช่วงอายุ เมื่อจำแนกตามคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก สามารถแสดงได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพศชาย	49.17	45.56	46.14	50.37	47.87	50.49	51.84
เพศหญิง	50.83	54.44	53.86	49.63	52.13	49.51	48.16
ช่วงอายุ 15-24 ปี	16.34	14.81	16.28	16.19	15.92	16.70	17.94
ช่วงอายุ 25-34 ปี	18.92	18.89	19.55	19.16	18.99	17.86	22.60
ช่วงอายุ 35-44 ปี	18.32	15.19	16.86	19.26	18.42	17.76	20.88
ช่วงอายุ 45-54 ปี	18.00	18.89	17.11	20.23	17.75	17.44	14.50
ช่วงอายุ 55-64 ปี	15.60	16.67	16.95	15.02	15.55	15.43	16.22
ช่วงอายุ 65 ขึ้นไป	12.82	15.56	13.26	10.14	13.36	14.80	7.86

6.4.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออก

จังหวัดในภาคตะวันออกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนในแต่ละภูมิภาคเมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออก พบว่า คนทุกภูมิภาคนิยมไปเที่ยวชลบุรีมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของจังหวัดต่างๆ ที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / จังหวัดที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยว	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ชลบุรี	35.54	45.56	44.71	35.35	39.04	27.24	42.01
จันทบุรี	14.01	9.26	13.09	15.53	13.06	14.16	14.50
ระยอง	11.48	14.44	10.82	15.91	8.84	11.38	9.83
นครนายก	10.78	11.85	11.24	9.63	13.06	9.30	9.34
ฉะเชิงเทรา	8.38	10.00	5.96	6.00	8.50	11.49	5.41
ตราด	8.23	3.70	7.63	6.56	8.16	9.62	9.58
ปราจีนบุรี	5.00	1.11	3.69	5.40	3.51	7.19	2.46
สระแก้ว	3.55	0.00	1.93	3.95	0.84	6.80	3.19
สมุทรปราการ	3.04	4.07	0.92	1.67	4.99	2.82	3.69

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาค เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออก พบว่า คนทุกภูมิภาคมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบันมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของวัตถุประสงค์หลักต่างๆ ในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว							
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	51.20	72.96	47.40	40.88	54.82	58.53	39.31
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	11.55	7.41	9.65	13.26	11.81	10.47	13.76
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	9.44	2.59	14.26	13.86	7.52	5.78	11.55
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	8.70	3.70	14.01	9.86	9.58	3.59	16.22
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	7.54	3.70	8.64	11.16	6.14	5.11	12.29
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	6.75	5.93	2.10	3.30	5.70	13.00	2.70
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	3.09	2.22	2.01	4.37	3.07	2.85	1.23
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	1.28	1.48	1.09	2.88	0.81	0.46	2.46
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	0.23	0.00	0.25	0.28	0.24	0.21	0.00
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)	0.22	0.00	0.59	0.14	0.30	0.00	0.49

หากมองในวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว พบว่า คนภาคใต้มาเที่ยวในภาคตะวันออกเพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต มากกว่าคนภูมิภาคอื่น สำหรับคนภาคตะวันออกมาเที่ยวในภาคตะวันออกเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนามากกว่าคนภูมิภาคอื่น

ปัจจัยหลักที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคตะวันออกเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกจากปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด ยกเว้นคนภาคตะวันออกเลือกจากปัจจัยด้านเป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกันมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของปัจจัยหลักต่างๆ ที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคตะวันออกเพื่อการท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัด							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	29.54	38.52	32.30	34.19	43.02	11.38	25.31
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	17.03	14.44	14.09	11.26	12.82	28.15	9.34
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	12.37	5.93	8.56	9.86	5.87	22.94	10.32
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	6.65	6.67	7.63	7.58	7.25	4.72	7.86
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	4.40	6.67	4.78	4.51	4.69	3.49	6.88
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	3.43	5.19	0.50	1.16	2.87	7.43	0.25
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	3.05	2.96	4.19	3.30	3.00	1.90	6.63
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	2.75	5.19	2.68	3.26	2.60	2.71	1.72
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	2.74	2.59	6.04	2.47	2.09	2.33	2.21
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	2.60	2.59	5.96	1.53	1.59	2.61	5.65
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	2.25	1.85	3.36	2.65	1.59	1.87	4.42
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	2.13	0.37	1.09	3.44	2.16	0.49	9.34
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	2.09	0.37	0.84	1.95	1.25	3.74	1.23
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	1.94	1.48	2.01	3.26	2.02	0.78	2.21
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	1.90	0.74	0.84	1.40	2.97	1.76	0.74
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	1.84	1.11	2.10	2.05	2.36	1.06	1.72
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	1.78	0.37	2.01	3.21	1.05	1.41	1.47
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	0.60	0.74	0.25	1.53	0.17	0.42	0.98
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.52	2.22	0.34	0.56	0.54	0.56	0.49
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.40	0.00	0.42	0.84	0.10	0.25	1.23

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออก หากพิจารณารายละเอียดปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัด พบว่า ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ เป็นปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัดที่คนภาคตะวันออกให้ความสำคัญมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น เป็นปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัดที่คนภาคกลางให้ความสำคัญน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

สำหรับรายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
รายละเอียด							
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,780	6,599	7,957	6,590	5,256	4,431	8,358
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,361	6,737	7,974	6,598	5,502	5,644	8,358
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,271	6,406	2,838	4,532	3,900	3,048	N/A
จำนวนคนที่เดินทางด้วย (คน)	4.68	3.50	4.56	5.81	4.30	4.22	4.98
จำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง (วัน)	2.53	2.00	3.60	2.95	2.38	1.80	3.39
ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง							
พาหนะส่วนตัว	84.55	91.85	79.78	77.58	87.38	93.06	55.28
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	7.27	2.22	12.84	12.79	4.45	2.89	12.78
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	3.09	2.96	2.27	4.65	2.60	1.94	8.85
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	2.21	1.85	0.50	1.02	4.45	1.48	2.21
เครื่องบิน	1.79	0.74	3.27	2.28	0.24	0.11	17.94
รถเช่า (ขับเอง)	0.67	0.00	0.84	1.07	0.51	0.39	1.23
รถไฟ	0.43	0.37	0.50	0.60	0.37	0.14	1.72

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออก หากพิจารณารายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า

- คนภาคใต้ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) มากที่สุด เท่ากับ 8,358 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วยเฉลี่ยเท่ากับ 4.98 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 3.39 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง
- คนภาคตะวันออก มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) น้อยที่สุด เท่ากับ 4,431 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วย เฉลี่ยเท่ากับ 4.22 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 1.80 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

แหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออก พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล) มากที่สุด ยกเว้นคนภาคตะวันออกเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า มากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว							
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)	69.16	74.07	74.41	72.19	70.04	62.68	76.41
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	55.59	57.04	49.92	57.12	61.13	51.13	54.79
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	52.81	60.00	46.22	59.16	57.89	45.38	53.32
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	51.98	57.41	43.12	45.53	48.38	64.62	50.12
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	49.25	50.37	41.36	45.30	44.23	63.00	33.91
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	36.80	49.26	33.98	46.42	30.67	35.91	45.21
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	20.33	41.11	25.59	26.65	17.51	15.57	25.31
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	18.07	32.59	14.68	20.14	19.33	16.95	15.72
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	17.69	38.15	17.28	26.00	16.36	11.63	27.03
สวนสนุก/สวนสัตว์	16.00	32.59	12.42	22.14	14.07	15.33	12.78
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	15.71	37.04	12.08	17.53	15.96	14.52	23.10
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	11.03	26.67	6.63	12.88	9.18	12.97	14.00
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	7.78	26.30	5.62	11.26	8.54	4.65	12.04
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	6.88	24.81	5.12	7.91	8.13	5.18	9.34

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออก หากพิจารณารายละเอียดด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่คนกรุงเทพมหานครเลือกที่จะเยี่ยมชมมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนภาคเหนือเลือกที่จะเยี่ยมชมภาคตะวันออกน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

กิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออก พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะทำกิจกรรมถ่ายรูปมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของกิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคตะวันออก**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย **ประเภทกิจกรรม**	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ถ่ายรูป	76.01	72.96	77.18	73.77	77.90	74.98	77.89
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	57.02	62.59	47.15	58.98	61.00	55.95	54.05
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	56.59	58.15	62.84	64.14	51.92	51.41	68.55
ชอปปิง	46.65	51.11	52.85	59.44	36.50	41.93	67.81
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	41.93	41.11	35.74	37.58	36.71	54.69	32.19
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	38.34	45.93	27.68	32.23	36.10	48.98	43.98
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	31.45	30.37	32.38	35.63	34.08	26.07	25.06
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	17.97	17.78	21.39	22.56	21.93	7.86	25.31
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	11.72	21.11	13.59	11.67	10.16	12.33	13.51
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.45	10.37	9.23	20.00	6.24	4.79	10.32
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	8.96	5.56	5.70	14.00	8.40	6.84	10.81
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	8.79	7.78	7.21	12.19	6.31	8.28	17.20
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	7.70	20.74	10.99	12.00	6.04	3.74	14.99
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	5.85	3.33	4.78	7.44	4.22	5.07	17.94
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	5.26	4.07	5.45	9.63	4.59	2.29	7.13
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	4.50	4.81	4.53	5.81	3.31	2.50	20.15
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	3.70	5.56	2.85	5.30	2.73	3.24	7.86
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	2.92	5.93	3.19	4.84	2.16	1.62	6.63

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคตะวันออก หากพิจารณารายละเอียดด้านประเภทกิจกรรม พบว่า การชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น เป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคใต้เลือกที่จะทำมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคตะวันออกเลือกที่จะทำน้อยมากกว่าคนภูมิภาคอื่น

6.5 พฤติกรรมคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคใต้

6.5.1 สัดส่วนของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้

จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในภาคใต้ (ใช้ข้อมูลทริปล่าสุด) มีจำนวนทั้งหมดเท่ากับ 12,036 ทริป และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
***จำนวนทริปของคนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้**	**12,036**	**100**	**671**	**989**	**1,276**	**395**	**8,605**
******ร้อยละของจำนวนทริปที่คนไทย (จากแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย) ไปท่องเที่ยวภาคใต้	100.00	0.83	5.57	8.22	10.60	3.28	71.49

หมายเหตุ: *จำนวนทริปของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้ คำนวณจากทริปล่าสุดของคนไทยในแต่ละภูมิภาคที่อยู่อาศัย (จังหวัดละ 800 คน) และเนื่องจากในแต่ละภูมิภาคมีจำนวนจังหวัดไม่เท่ากัน ทำให้จำนวนทริปของคนกรุงเทพมีจำนวนน้อยสุดเสมอ
**คำนวณจาก จำนวนทริปของคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้ หารด้วย จำนวนทริปของคนทั้งหมดที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้

6.5.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้

สัดส่วนของเพศและช่วงอายุ เมื่อจำแนกตามคนในแต่ละภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้ สามารถแสดงได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เพศชาย	48.75	44.00	48.44	46.71	49.27	44.30	49.13
เพศหญิง	51.25	56.00	51.56	53.29	50.73	55.70	50.87
ช่วงอายุ 15-24 ปี	16.63	13.00	14.61	16.08	14.10	11.14	17.50
ช่วงอายุ 25-34 ปี	18.56	24.00	19.82	21.03	18.97	18.99	18.09
ช่วงอายุ 35-44 ปี	18.95	23.00	19.67	21.64	19.84	22.03	18.30
ช่วงอายุ 45-54 ปี	18.10	17.00	17.29	18.50	18.90	22.78	17.78
ช่วงอายุ 55-64 ปี	14.76	15.00	15.65	13.04	16.13	13.16	14.74
ช่วงอายุ 65 ขึ้นไป	13.00	8.00	12.97	9.71	12.06	11.90	13.59

6.5.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยที่ไปท่องเที่ยวภาคใต้

จังหวัดในภาคใต้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนในแต่ละภูมิภาคเมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคใต้ พบว่า คนทุกภูมิภาคนิยมไปเที่ยวกระบี่มากที่สุด และมีเพิ่มเติมที่คนกรุงเทพมหานครนิยมไปเที่ยวภูเก็ตมากที่สุด อีกหนึ่งจังหวัดด้วยเช่นกัน และสามารถแสดงรายละเอียดของจังหวัดต่างๆ ที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / จังหวัดที่คนในแต่ละภูมิภาคนิยมไปท่องเที่ยว	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
กระบี่	19.31	18.00	20.72	25.18	24.42	32.15	17.12
ภูเก็ต	11.31	18.00	19.37	20.42	15.84	14.94	8.74
นครศรีธรรมราช	9.02	17.00	6.71	5.16	8.87	4.81	9.87
ตรัง	8.23	4.00	7.90	6.27	7.05	5.82	8.77
ชุมพร	7.77	10.00	12.67	9.50	13.30	15.70	5.94
สงขลา	7.55	3.00	4.32	3.54	3.05	3.29	9.18
พัทลุง	7.19	5.00	4.32	3.44	4.22	2.78	8.52
พังงา	7.08	6.00	9.39	7.48	6.18	5.57	7.07
สุราษฎร์ธานี	6.20	0.00	4.32	3.94	5.74	7.34	6.62
สตูล	4.92	1.00	2.98	4.35	2.91	2.28	5.58
ปัตตานี	3.47	5.00	1.34	1.92	1.53	0.76	4.25
ระนอง	2.95	1.00	2.83	6.07	3.71	3.80	2.44
ยะลา	2.93	3.00	1.34	1.42	1.02	0.51	3.65
นราธิวาส	2.08	9.00	1.79	1.31	2.18	0.25	2.25

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาค เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคใต้ พบว่า คนทุกภูมิภาคมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน มากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของวัตถุประสงค์หลักต่างๆ ในการท่องเที่ยวของคนในแต่ละภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	รวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว							
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	50.08	54.00	49.48	49.54	45.86	54.43	50.67
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	13.69	16.00	7.75	13.14	10.83	6.08	15.03
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	11.55	12.00	14.46	8.49	14.03	7.34	11.47
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	9.35	6.00	15.05	13.45	13.37	21.27	7.24
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	6.75	7.00	7.60	7.58	8.72	7.59	6.23
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	4.15	0.00	1.79	2.53	2.83	0.51	4.90
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	2.02	5.00	1.19	2.22	1.67	1.52	2.14
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	1.75	0.00	0.45	2.73	1.60	0.51	1.82
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	0.37	0.00	0.89	0.20	0.44	0.51	0.33
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)	0.29	0.00	1.34	0.10	0.65	0.25	0.17

หากมองในวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว พบว่า คนภาคตะวันออกมาเที่ยวในภาคใต้เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิตมากกว่าคนภูมิภาคอื่น สำหรับคนกรุงเทพมหานครมาเที่ยวในภาคใต้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วยมากกว่าคนภูมิภาคอื่น

ปัจจัยหลักที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคใต้เพื่อการท่องเที่ยว พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกจากปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของปัจจัยหลักต่างๆ ที่ทำให้คนในแต่ละภูมิภาคเลือกจังหวัดในภาคใต้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ปัจจัยหลักในการเลือกจังหวัด							
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	33.34	20.00	25.34	30.43	28.05	26.58	35.46
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	10.25	16.00	15.65	12.54	16.93	7.59	8.62
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	8.29	7.00	7.75	7.68	8.21	21.01	7.83
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	7.98	17.00	8.94	9.20	8.65	7.59	7.68
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	6.58	7.00	6.11	5.86	7.99	7.09	6.45
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	6.01	7.00	4.92	3.24	7.34	4.05	6.29
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	4.30	4.00	1.94	3.44	2.54	1.27	5.00
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	3.31	0.00	3.87	4.45	3.49	2.03	3.16
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	2.94	2.00	8.20	2.93	2.25	4.30	2.58
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	2.70	1.00	2.53	2.83	3.34	2.03	2.63
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	2.44	0.00	4.47	2.02	1.45	4.05	2.42
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	2.10	6.00	1.34	2.22	1.60	1.01	2.28
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	1.84	2.00	1.64	3.74	1.53	1.27	1.72
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	1.71	9.00	4.32	2.33	1.67	2.28	1.42
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	1.57	0.00	1.04	1.82	1.45	4.81	1.45
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	1.51	0.00	0.30	0.61	0.58	0.00	1.93
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	1.06	1.00	1.04	1.31	1.02	1.27	1.03
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	1.06	1.00	0.15	1.72	0.73	0.76	1.13
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.64	0.00	0.30	1.01	0.80	0.00	0.63
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.35	0.00	0.15	0.61	0.36	1.01	0.30

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคใต้ หากพิจารณารายละเอียดปัจจัยในการเลือกจังหวัด พบว่า ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดที่คนภาคตะวันออกให้ความสำคัญมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม) เป็นปัจจัยในการเลือกจังหวัดที่คนภาคเหนือให้ความสำคัญน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

สำหรับรายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
รายละเอียด							
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ภาพรวม : บาท)	5,966	9,670	10,145	9,190	7,372	8,828	4,913
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (พักค้างคืน : บาท)	6,531	9,670	10,145	9,190	7,430	8,828	5,445
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป (ไม่พักค้างคืน : บาท)	3,143	N/A	N/A	N/A	2,067	N/A	3,151
จำนวนคนที่เดินทางด้วย (คน)	4.42	4.14	4.44	4.69	4.66	4.20	4.36
จำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง (วัน)	2.69	3.54	4.24	4.21	3.78	4.15	2.16
ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง							
พาหนะส่วนตัว	79.69	34.00	52.76	54.30	61.92	52.66	88.79
เครื่องบิน	7.97	48.00	31.15	30.54	22.53	34.94	0.00
รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)	4.79	5.00	7.30	9.50	8.58	5.57	3.40
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ	3.25	7.00	2.83	2.12	2.69	3.29	3.50
พาหนะของคนร่วมเดินทาง	2.06	0.00	0.30	0.40	0.29	0.25	2.75
รถไฟ	1.50	5.00	2.09	1.42	2.47	1.01	1.34
รถเช่า (ขับเอง)	0.75	1.00	3.58	1.72	1.53	2.28	0.22

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคใต้ หากพิจารณารายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย จำนวนคนที่เดินทางด้วย จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า

- คนภาคเหนือ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) มากที่สุด เท่ากับ 10,145 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วย เฉลี่ยเท่ากับ 4.44 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 4.24 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง
- คนภาคใต้ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (ต่อคนต่อทริป) น้อยที่สุด เท่ากับ 4,913 บาท และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางด้วย เฉลี่ยเท่ากับ 4.36 คน โดยมีจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทาง 2.16 วัน และใช้พาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

แหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคใต้ พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล) มากที่สุด ยกเว้น คนกรุงเทพมหานคร เลือกที่จะไปเยี่ยมชมถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า และสามารถแสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะเยี่ยมชม ได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว							
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)	69.61	59.00	60.95	64.21	67.51	72.41	71.11
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)	57.20	47.00	41.88	46.01	45.28	59.75	61.46
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	50.68	50.00	49.93	54.90	52.40	67.09	49.23
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	42.13	64.00	40.54	37.41	45.06	48.35	42.05
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	36.61	26.00	30.70	39.03	34.67	54.18	36.29
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	33.82	23.00	33.98	35.69	37.86	51.14	32.16
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	22.77	19.00	26.83	24.47	25.00	22.53	21.92
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	21.12	18.00	18.33	24.97	22.97	18.48	20.72
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	20.02	17.00	17.29	20.22	24.49	22.53	19.38
สวนสนุก/สวนสัตว์	15.37	21.00	16.39	18.81	17.81	16.96	14.43
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	13.09	9.00	17.88	17.39	21.37	18.23	10.67
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	11.19	9.00	10.73	13.14	11.70	14.94	10.75
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	7.38	5.00	5.96	9.40	7.19	5.32	7.38
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	7.29	3.00	10.28	7.79	9.30	10.89	6.52

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคใต้ หากพิจารณารายละเอียดด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่คนภาคตะวันออกเลือกที่จะเยี่ยมชมมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนกรุงเทพมหานครเลือกที่จะไปเยี่ยมชมน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

กิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำ เมื่อไปท่องเที่ยวที่ภาคใต้ พบว่า คนทุกภูมิภาคเลือกที่จะทำกิจกรรมถ่ายรูปมากที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของกิจกรรมที่คนในแต่ละภูมิภาคเลือกที่จะทำได้ดังนี้

ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว: **ภาคใต้**

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย / ประเภทกิจกรรม	ภาพรวม	คนกรุงเทพมหานคร	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ถ่ายรูป	71.75	84.00	72.43	77.86	79.07	82.78	69.32
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	56.71	69.00	57.08	56.32	59.67	69.87	55.65
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	54.47	40.00	42.32	44.79	51.02	50.13	57.28
ชอปปิง	50.56	62.00	53.35	54.20	51.16	62.78	49.27
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	33.69	31.00	30.85	37.92	36.92	31.90	32.99
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	30.58	49.00	23.55	24.17	34.38	28.35	31.37
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	28.10	16.00	31.89	27.81	34.01	45.32	26.10
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	17.52	20.00	20.72	19.41	25.07	17.47	15.85
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	13.31	12.00	13.26	15.07	15.77	9.37	12.90
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	10.07	9.00	7.90	10.52	8.07	7.59	10.62
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	10.04	15.00	9.24	12.54	11.85	5.57	9.73
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	9.05	21.00	15.35	14.86	15.33	10.63	6.81
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	8.47	8.00	9.09	10.92	11.05	5.06	7.89
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	7.17	9.00	10.13	6.07	7.12	9.62	6.96
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	6.91	3.00	6.11	5.16	5.09	4.56	7.58
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	6.83	11.00	11.18	13.04	14.03	5.57	4.68
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	4.78	10.00	6.41	7.08	9.16	2.53	3.79
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	2.78	4.00	2.38	2.22	2.33	2.78	2.95

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ภาคใต้ หากพิจารณารายละเอียดด้านประเภทกิจกรรม พบว่า การชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น เป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคตะวันออกเลือกที่จะทำมากกว่าคนภูมิภาคอื่น ในขณะที่กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นประเภทกิจกรรมที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลือกที่จะทำน้อยกว่าคนภูมิภาคอื่น

07

การเปรียบเทียบข้อมูลในประเด็นที่น่าสนใจ

7.1 การเปรียบเทียบข้อมูลในประเด็นที่น่าสนใจ

ข้อมูลไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2566 กับ ไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2565

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเปรียบเทียบไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2566 เท่ากับ 61,600 ตัวอย่าง และจำนวนตัวอย่างไตรมาส 1 - ไตรมาส 3 ปี 2565 เท่ากับ 28,479 ตัวอย่าง

7.1.1 วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ของปัจจัยที่มีอิทธิพล/กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.1.1: วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ภาพรวม)

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	92.41	85.84	+6.57
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	89.16	76.81	+12.35
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	87.06	79.94	+7.12
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	86.56	82.07	+4.49
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	86.47	76.69	+9.78
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	81.33	62.85	+18.48
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	79.72	64.11	+15.61
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	74.29	63.94	+10.35
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	73.50	63.52	+9.98
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรน)	68.07	59.35	+8.72

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.1.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- วัตถุประสงค์ในอันดับหนึ่งยังคงเหมือนกันทั้ง ปี 2566 กับ ปี 2565 คือ การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน และวัตถุประสงค์ในอันดับสุดท้ายยังคงเหมือนกันทั้ง 2 ปี คือ การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์)
- วัตถุประสงค์ที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2566 คือ การท่องเที่ยวเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.48) ในทางตรงกันข้ามวัตถุประสงค์ที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นน้อยสุด คือ การท่องเที่ยวเพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.49)

7.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ของปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.1.2: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว (ภาพรวม)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	90.35	N/A	N/A
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	89.70	77.78	+11.92
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	85.55	71.46	+14.09
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	84.23	N/A	N/A
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	83.41	80.95	+2.46
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	83.20	79.86	+3.34
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	82.96	N/A	N/A
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	82.94	84.99	-2.05
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	82.53	73.51	+9.02
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	82.21	77.50	+4.71
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	82.09	76.79	+5.30
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	81.32	70.84	+10.48
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	81.08	N/A	N/A
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	80.65	75.29	+5.36
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	80.12	69.84	+10.28
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	79.61	71.79	+7.82
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	79.58	70.97	+8.61
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	79.09	N/A	N/A
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	78.25	69.28	+8.97
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	77.70	68.26	+9.44

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.1.2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันระหว่าง ปี 2566 กับ ครึ่งปีแรก ปี 2565 โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

อันดับ	ปี 2566	ปี 2565
1	เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่
2	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
3	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ได้อันดับ 1 ในปี 2566 เป็นปัจจัยใหม่ที่เพิ่มเข้ามาในปี 2566 คือ การเป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ตามมาด้วยเรื่องของความหลากหลายในอันดับ 2 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และอันดับ 3 ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ แต่ในครึ่งปีแรก ปี 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่เป็นอันดับ 1 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่เป็นอันดับ 2 และความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่เป็นอันดับ 3

- ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เพิ่มขึ้นสูงสุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.09) ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นน้อยสุด คือ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.46)

  อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยหนึ่งปัจจัยที่ได้รับความสำคัญลดลง ได้แก่ ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกลดลง (ลดลงร้อยละ 2.05)

7.1.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนทริปท่องเที่ยว จุดหมายการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และประสบการณ์ในการไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.1.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย (ภาพรวม)

หัวข้อ	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
จุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว			
ในภูมิภาค	55.35	59.18	-3.83
ข้ามภูมิภาค	44.65	40.82	+3.83
รูปแบบการท่องเที่ยว			
พักค้างคืน	80.59	57.53	+23.06
ไม่พักค้างคืน	19.41	42.47	-23.06
ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว			
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	56.32	50.72	+5.60
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	25.35	11.42	+13.93
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	18.33	37.86	-19.53
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว			
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	98.49	97.03	+1.46
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.51	2.97	-1.46
ประสบการณ์ในการไปยังจุดหมายปลายทาง			
เคย	79.88	80.26	-0.38
ไม่เคย	20.12	19.74	+0.38

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.1.3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเพิ่มมากขึ้นในปี 2566 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.83)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยพักค้างคืนเพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.06)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยววันธรรมดา (จ.-ศ.) น้อยลง (ลดลงร้อยละ 19.53) โดยเปลี่ยนไปท่องเที่ยวในวันหยุดปกติ (ส.-อา.) เพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.60) และวันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษเพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.93)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.46)
- จังหวัดจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นจังหวัดจุดหมายปลายทางที่เคยไปมาแล้วลดลง (ลดลงร้อยละ 0.38)

7.1.4 ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.1.4: ผู้ตัดสินใจหลัก (ภาพรวม)

ผู้ตัดสินใจหลัก	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
ครอบครัว/ญาติ	35.91	24.91	+11.00
คู่สมรส/แฟน	33.55	11.06	+22.49
คนเดียว (ตนเอง)	18.50	54.93	-36.43
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	9.33	8.63	+0.70
อื่นๆ (ตัดสินใจร่วมกัน)	2.71	0.15	+2.56

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.1.4 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับบุคคลที่เดินทางด้วยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยลดอำนาจในการตัดสินใจของตัวเองลง (ลดลงร้อยละ 36.43) และหันไปให้ความสำคัญในการตัดสินใจกับบุคคลเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น คู่สมรส/แฟน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.49) ครอบครัว/ญาติ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.00) ตัดสินใจร่วมกัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.56) และเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.70)

7.1.5 การวางแผนล่วงหน้าและการหาข้อมูล

ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้า (วัน) การหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และการหาข้อมูลระหว่างการเดินทาง พิจารณาจากร้อยละของคำตอบที่ได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1.5.1 การวางแผนล่วงหน้า

ตารางที่ 7.1.5.1: การวางแผนล่วงหน้า (ภาพรวม)

การวางแผนล่วงหน้า	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้า (วัน)	14.23	12.51	+1.72

- ในปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นในการวางแผนล่วงหน้า โดยเพิ่มขึ้น 1.72 วัน

7.1.5.2 ช่วงเวลาและหัวข้อในการหาข้อมูล

ตารางที่ 7.1.5.2A: หัวข้อที่หาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

หัวข้อที่หาข้อมูล	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	90.67	76.62	+14.05
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	73.34	45.24	+28.10
โรงแรม/ที่พัก	70.31	71.22	-0.91
เส้นทางในการเดินทาง	68.99	81.68	-12.69
กิจกรรมในพื้นที่	55.56	53.08	+2.48
งานเทศกาล/ประเพณี	55.31	N/A	N/A
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	46.39	55.60	-9.21

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 7.1.5.2B: หัวข้อที่หาข้อมูลระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

หัวข้อที่หาข้อมูล	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	60.25	72.26	-12.01
เส้นทางในการเดินทาง	58.99	36.84	+22.15
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	56.72	45.92	+10.80
กิจกรรมในพื้นที่	44.05	55.41	-11.36
โรงแรม/ที่พัก	40.35	31.17	+9.18
งานเทศกาล/ประเพณี	37.96	N/A	N/A
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	26.16	25.68	+0.48

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.1.5.2A และตาราง 7.1.5.2B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการหาข้อมูลก่อนการเดินทางในภาพรวม หัวข้อที่นักท่องเที่ยวทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรกในปี 2566 คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.05)
- สำหรับการหาข้อมูลระหว่างการเดินทางในภาพรวม หัวข้อที่นักท่องเที่ยวทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรกในปี 2566 คือ ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง (ลดลงร้อยละ 12.01)

7.1.6 ความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม โดยพิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.1.6: ความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ภาพรวม)

ความพึงพอใจ	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	92.38	87.72	+4.66
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	89.32	81.96	+7.36
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	88.39	83.44	+4.95
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	87.40	N/A	N/A
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	87.27	87.07	+0.20
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	87.21	90.63	-3.42
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	87.07	86.73	+0.34
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	86.80	N/A	N/A
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	86.59	N/A	N/A
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	86.46	88.71	-2.25
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	85.27	N/A	N/A
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	85.16	81.21	+3.95
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	85.09	85.36	-0.27
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	85.05	81.62	+3.43
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	85.04	81.92	+3.12
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	84.15	N/A	N/A
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	83.74	N/A	N/A
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	83.33	78.52	+4.81
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	82.68	79.67	+3.01
ความพึงพอใจโดยรวม	91.09	90.36	+0.73

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.1.6 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.73
- ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก มีความแตกต่างกันระหว่างปี 2566 กับ ปี 2565 ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

อันดับ	ปี 2566	ปี 2565
1	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่
2	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
3	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

จะเห็นได้ว่า ในปี 2566 ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ และความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น แต่ในปี 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่เป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่เป็นอันดับ 2 และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอันดับ 3

ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกที่เพิ่มขึ้นสูงสุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.36) ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นน้อยสุด คือ ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติ เชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.20)

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ มีปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกที่ลดลงอยู่ด้วย โดยปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกที่ลดลงมากสุด คือ ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกลดลง (ลดลงร้อยละ 3.42) รองลงมาเป็นปัจจัยความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ (ลดลงร้อยละ 2.25) และความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม) (ลดลงร้อยละ 0.27)

7.1.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย) และจำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วย (เฉลี่ย) พิจารณาจากการประมาณการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทริปล่าสุด ของปี 2566 กับปี 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.1.7: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ภาพรวม)

ค่าใช้จ่าย	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
ค่าใช้จ่าย (บาทต่อคนต่อทริป)	5,554	5,778	-224
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย)	2.56	2.22	0.34
จำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วย (เฉลี่ย)	4.45	4.37	0.08
จำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ย (ทริปต่อไตรมาส)	1.87	1.60	0.27

ตาราง 7.1.7 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายลดลง 224 บาทต่อคนต่อทริป แต่มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.27 ทริปต่อไตรมาส
- มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.34 วัน และมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วยเพิ่มขึ้น 0.08 คน

7.1.8 การแนะนำ/การบอกต่อ

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.7.8: ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (ภาพรวม)

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง	96.38	82.43	+13.95
แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	88.24	64.52	+23.72
เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ	45.06	8.85	+36.21

ตาราง 7.1.8 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการแบ่งปันประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น โดยลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ เพิ่มขึ้นมากที่สุด (เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.21) ส่วนการบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.95)

7.2 การเปรียบเทียบข้อมูลในประเด็นที่น่าสนใจ ระหว่างไตรมาส 1 ไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเปรียบเทียบในไตรมาส 1 ปี 2566 (23,100 ตัวอย่าง) ไตรมาส 2 ปี 2566 (23,100 ตัวอย่าง) และไตรมาส 3 ปี 2566 (15,400 ตัวอย่าง) รวม 61,600 ตัวอย่าง

7.2.1 วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ของปัจจัยที่มีอิทธิพล/กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.1: วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ภาพรวม)

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	91.70	92.27	93.70
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	86.98	90.43	90.52
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	84.94	86.88	88.52
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	85.75	87.83	87.88
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	85.45	86.59	87.82
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	78.29	83.00	83.39
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	77.69	80.33	81.83
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	68.94	75.10	77.96
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	70.88	75.32	77.84
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรน)	62.68	70.61	72.34

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.2.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- วัตถุประสงค์ในอันดับหนึ่งยังคงเหมือนกันทั้งไตรมาส 1 ไตรมาส 2 ปี 2566 และ ไตรมาส 3 ปี 2566 คือ การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน และวัตถุประสงค์ในอันดับสุดท้ายยังคงเหมือนกันทั้ง 3 ไตรมาส คือ การท่องเที่ยวเพื่อเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ ไม่ตกเทรนด์)

7.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ของปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.2: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว (ภาพรวม)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	87.44	91.57	92.87
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	87.27	91.06	91.33
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	84.36	86.39	86.08
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	82.17	85.41	85.54
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	79.39	83.74	85.44
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	81.48	84.10	85.27
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	82.51	82.68	85.04
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	81.78	82.90	84.81
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	76.84	81.90	84.49
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	80.79	84.12	84.38
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	80.87	82.01	84.06
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	76.32	80.07	83.73
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	81.25	82.19	83.67
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	78.86	82.71	82.94
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	76.35	79.66	82.33
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	78.87	82.55	82.19
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	76.45	81.32	81.78
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	73.32	79.61	81.41
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	75.38	79.60	80.55
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	80.47	79.50	80.53

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.2.2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว มีความเหมือนกันระหว่างไตรมาส 1 ไตรมาส 2 ปี 2566 และไตรมาส 3 ปี 2566 โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

อันดับ	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
1	เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน
2	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
3	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่

จากตารางจะเห็นได้ว่า 3 ปัจจัยแรกที่มีความสำคัญสูงสุดในไตรมาส 1 ไตรมาส 2 ปี 2566 และไตรมาส 3 ปี 2566 เป็นปัจจัยเดียวกันทั้งหมด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวยังคงเหมือนเดิม

7.2.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนทริปท่องเที่ยว จุดหมายการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และประสบการณ์ในการไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม พิจารณาจากร้อยละของคำตอบที่ได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย (ภาพรวม)

	ปี 2566		
หัวข้อ	**ไตรมาส 1**	**ไตรมาส 2**	**ไตรมาส 3**
การเดินทางท่องเที่ยว			
เที่ยวในภูมิภาค	54.87	57.23	53.23
เที่ยวข้ามภูมิภาค	45.13	42.77	46.77
รูปแบบการท่องเที่ยว			
ค้างคืน	78.72	79.35	85.25
เช้าไปเย็นกลับ	21.28	20.65	14.75
ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว			
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	60.45	52.75	55.47
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	19.06	30.23	27.47
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	20.49	17.01	17.06
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว			
เที่ยวเอง	98.25	99.05	98.01
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	1.75	0.95	1.99
ประสบการณ์ในการไปยังจุดหมายปลายทาง			
เคย	83.80	81.54	71.50
ไม่เคย	16.20	18.46	28.50

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในไตรมาส 1 ไตรมาส 2 ปี 2566 และไตรมาส 3 ปี 2566 ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตนเอง ในช่วงวันหยุดปกติ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด โดยมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมักจะพักค้างคืนเป็นหลัก

7.2.4 ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.4: ผู้ตัดสินใจหลัก (ภาพรวม)

ผู้ตัดสินใจหลัก	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
ครอบครัว/ญาติ	37.02	34.34	36.59
คู่สมรส/แฟน	32.72	34.74	33.01
คนเดียว (ตนเอง)	19.29	21.33	13.08
อื่นๆ (ตัดสินใจร่วมกัน)	0.60	0.22	9.62
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	10.37	9.37	7.71

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.2.4 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับบุคคลที่เดินทางด้วยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยลดอำนาจในการตัดสินใจของตัวเองลงจากไตรมาส 2 (ลดลงร้อยละ 8.25) และหันไปให้ความสำคัญในการตัดสินใจกับบุคคลเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น ครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 36.59) และตัดสินใจร่วมกัน (ร้อยละ 9.62)

7.2.5 การวางแผนล่วงหน้าและการหาข้อมูล

ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้า (วัน) การหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และการหาข้อมูลระหว่างการเดินทาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.2.5.1 การวางแผนล่วงหน้า

ตารางที่ 7.2.5: การวางแผนล่วงหน้า (ภาพรวม)

การวางแผนล่วงหน้า	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้า (วัน)	14.23	14.76	13.45

- ในปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ระยะเวลาในการวางแผนล่วงหน้า ในไตรมาส 1 (14.23 วัน) ไตรมาส 2 (14.76 วัน) และไตรมาส 3 (13.45 วัน)

7.2.5.2 ช่วงเวลาและหัวข้อในการหาข้อมูล

ตารางที่ 7.2.5.2A: หัวข้อที่หาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

หัวข้อที่หาข้อมูล	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	86.90	90.96	95.89
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	69.66	71.16	82.14
โรงแรม/ที่พัก	67.57	65.34	81.86
เส้นทางในการเดินทาง	66.55	64.49	79.40
กิจกรรมในพื้นที่	45.59	51.11	77.18
งานเทศกาล/ประเพณี	47.03	49.43	76.56
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	41.40	35.66	69.98

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 7.2.5.2B: หัวข้อที่หาข้อมูลระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

หัวข้อที่หาข้อมูล	ปี 2566 ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
เส้นทางในการเดินทาง	52.29	52.48	78.81
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	50.62	49.07	77.36
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	53.83	56.08	76.13
กิจกรรมในพื้นที่	33.41	37.95	69.16
งานเทศกาล/ประเพณี	27.38	30.65	64.81
โรงแรม/ที่พัก	34.93	32.22	60.67
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	18.57	15.51	53.52

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.2.5.2A และตาราง 7.2.5.2B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการหาข้อมูลก่อนการเดินทางในภาพรวม หัวข้อที่นักท่องเที่ยวทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรกในไตรมาส 3 คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.93) จากไตรมาส 2
- สำหรับการหาข้อมูลระหว่างการเดินทางในภาพรวม หัวข้อที่นักท่องเที่ยวทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรกในไตรมาส 3 คือ เส้นทางในการเดินทาง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.33) จากไตรมาส 2

7.2.6 ความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม โดยพิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.6: ความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ภาพรวม)

	ปี 2566		
ความพึงพอใจ	**ไตรมาส 1**	**ไตรมาส 2**	**ไตรมาส 3**
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	90.47	93.27	93.94
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	87.91	89.81	90.73
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	85.04	87.72	90.49
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	82.56	88.09	90.47
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	86.55	88.87	90.43
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	84.51	86.71	90.40
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	85.24	87.19	89.67
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	77.87	85.87	89.44
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	85.76	87.54	89.16
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	84.74	88.69	88.76
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	84.22	87.24	88.67
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	82.67	85.13	88.51
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	83.16	85.00	88.14
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	82.20	86.52	88.03
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	82.77	85.84	87.75
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	79.92	83.01	86.34
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	83.67	85.94	85.77
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	82.68	82.62	85.37
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	82.45	85.59	84.56
ความพึงพอใจโดยรวม	**89.82**	**91.93**	**91.72**

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.2.6 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในไตรมาส 3 ความพึงพอใจโดยรวมลดลง ร้อยละ 0.21 จากไตรมาส 2
- ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก มีความคล้ายกันระหว่างไตรมาส 1 ปี 2566 กับไตรมาส 2 ปี 2566 ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

	ปี 2566		
อันดับ	**ไตรมาส 1**	**ไตรมาส 2**	**ไตรมาส 3**
1	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
2	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่
3	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่

จะเห็นได้ว่า ในไตรมาส 3 ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ และความหลากหลายของที่พักในพื้นที่

7.2.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย) และจำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วย (เฉลี่ย) พิจารณาจากการประมาณการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทริปล่าสุด ของไตรมาส 1 ไตรมาส 2 ปี 2566 และไตรมาส 3 ปี 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.7: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ภาพรวม)

	ปี 2566		
ค่าใช้จ่าย	**ไตรมาส 1**	**ไตรมาส 2**	**ไตรมาส 3**
ค่าใช้จ่าย (บาทต่อคนต่อทริป)	5,241	6,096	5,212
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย)	2.53	2.51	2.66
จำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วย (เฉลี่ย)	4.42	4.41	4.57
จำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ย (ทริปต่อไตรมาส)	1.97	1.89	1.87

ตาราง 7.2.7 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายลดลง 884 บาทต่อคนต่อทริป และมีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยลดลง 0.02 ทริปต่อไตรมาส รวมถึงมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.15 วัน และมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางเพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.16 คน จากไตรมาส 2

7.2.8 การแนะนำ/การบอกต่อ

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2.8: ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์

	ปี 2566		
ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์	**ไตรมาส 1**	**ไตรมาส 2**	**ไตรมาส 3**
บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง	95.18	94.83	99.92
แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	84.82	83.80	98.39
เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ	31.69	22.43	91.82

ตาราง 7.2.8 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการแบ่งปันประสบการณ์เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 โดยลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ เพิ่มขึ้นมากที่สุด (เพิ่มขึ้นร้อยละ 69.39) ส่วนการบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.09)

7.3 การเปรียบเทียบข้อมูลในประเด็นที่น่าสนใจ ระหว่างไตรมาส 3 ปี 2566 กับ ไตรมาส 3 ปี 2565

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเปรียบเทียบในไตรมาส 3 ปี 2566 เท่ากับ 15,400 ตัวอย่าง และไตรมาส 3 ปี 2565 เท่ากับ 9,546 ตัวอย่าง

7.3.1 วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ของปัจจัยที่มีอิทธิพล/กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.1: วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ภาพรวม)

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	93.70	85.19	+8.51
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	90.52	77.16	+13.36
เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	88.52	81.88	+6.64
เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	87.88	79.66	+8.22
เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	87.82	75.91	+11.91
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	83.39	64.56	+18.83
เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	81.83	63.76	+18.07
เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	77.96	64.23	+13.73
เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	77.84	65.83	+12.01
เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรน)	72.34	60.13	+12.21

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.3.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- วัตถุประสงค์ในอันดับหนึ่งยังคงเหมือนกันทั้งไตรมาส 3 ปี 2566 และไตรมาส 3 ปี 2565 คือ การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน และวัตถุประสงค์ในอันดับสุดท้ายยังคงเหมือนกันทั้ง 2 ปี คือ การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ ไม่ตกเทรนด์)
- วัตถุประสงค์ที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นสูงสุด คือ เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนาโดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.83) ในทางตรงกันข้าม วัตถุประสงค์ที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นน้อยสุด คือ เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.64)

7.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม พิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ของปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.2: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว (ภาพรวม)

	ไตรมาส 3		
ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ปี 2566	ปี 2565	ผลต่าง
เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	92.87	N/A	N/A
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	91.33	77.89	+13.44
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	86.08	72.53	+13.55
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	85.54	N/A	N/A
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	85.44	74.22	+11.22
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	85.27	81.18	+4.09
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	85.04	80.15	+4.89
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	84.81	N/A	N/A
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	84.49	75.16	+9.33
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	84.38	84.51	-0.13
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	84.06	76.80	+7.26
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	83.73	71.80	+11.93
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	83.67	78.56	+5.11
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	82.94	71.99	+10.95
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	82.33	N/A	N/A
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	82.19	N/A	N/A
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	81.78	72.61	+9.17
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	81.41	68.62	+12.79
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	80.55	70.60	+9.95
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	80.53	70.91	+9.62

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.3.2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันระหว่างไตรมาส 3 ปี 2565 กับไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

อันดับ	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565
1	เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่
2	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
3	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ได้อันดับ 1 ในไตรมาส 3 ปี 2566 เป็นปัจจัยใหม่ที่ไม่ได้มีการสอบถามในปี 2565 คือ การเป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ตามมาด้วยเรื่องของความหลากหลายในอันดับ 2 และอันดับ 3 ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ ตามลำดับ แต่ในไตรมาส 3 ปี 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่เป็นอันดับ 1 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่เป็นอันดับ 2 และความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่เป็นอันดับ 3

- ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เพิ่มขึ้นสูงสุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.55) ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นน้อยสุด คือ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.09)

  อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ มีปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกที่ลดลงอยู่ด้วย โดยปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกลดลง คือ ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกลดลง (ลดลงร้อยละ 0.13)

7.3.3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนทริปท่องเที่ยว จุดหมายการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และประสบการณ์ในการไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.3: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย (ภาพรวม)

หัวข้อ	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
การเดินทางท่องเที่ยว			
ในภูมิภาค	53.23	60.59	-7.36
ข้ามภูมิภาค	46.77	39.41	7.36
รูปแบบการท่องเที่ยว			
พักค้างคืน	85.25	53.76	31.49
ไม่พักค้างคืน	14.75	46.24	-31.49
ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว			
วันหยุดปกติ (ส.-อา.)	55.47	52.02	3.45
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ	27.47	10.59	16.88
วันธรรมดา (จ.-ศ.)	17.06	37.39	-20.33
การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว			
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	98.01	96.33	1.68
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	1.99	3.67	-1.68
ประสบการณ์ในการไปยังจุดหมายปลายทาง			
เคย	71.50	81.60	-10.10
ไม่เคย	28.50	18.40	10.10

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.3.3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.36)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยพักค้างคืนเพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.49)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยววันธรรมดา (จ.-ศ.) น้อยลง (ลดลงร้อยละ 20.33) โดยเปลี่ยนไปท่องเที่ยววันหยุดปกติ (ส.-อา.) (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.45) และท่องเที่ยววันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษเพิ่มมากขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.88)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 1.68)
- จังหวัดจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นจังหวัดจุดหมายปลายทางที่เคยไปมาแล้วลดลง (ลดลงร้อยละ 10.10)

7.3.4 ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.4: ผู้ตัดสินใจหลัก (ภาพรวม)

ผู้ตัดสินใจหลัก	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
ครอบครัว/ญาติ	36.59	25.22	+11.37
คู่สมรส/แฟน	33.01	11.95	+21.06
คนเดียว (ตนเอง)	13.08	53.89	-40.81
อื่นๆ (ตัดสินใจร่วมกัน)	9.62	0.15	+9.47
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	7.71	8.33	-0.62

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.3.4 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับบุคคลที่เดินทางด้วยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยลดอำนาจในการตัดสินใจของตัวเองลง (ลดลงร้อยละ 40.81) และหันไปให้ความสำคัญในการตัดสินใจกับบุคคลเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น คู่สมรส/แฟน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.06) ครอบครัว/ญาติ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.37) และตัดสินใจร่วมกัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.47)

7.3.5 การวางแผนล่วงหน้าและการหาข้อมูล

ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้า (วัน) การหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และการหาข้อมูลระหว่างการเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

7.3.5.1 การวางแผนล่วงหน้า

ตารางที่ 7.3.5.1: การวางแผนล่วงหน้า (ภาพรวม)

การวางแผนล่วงหน้า	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้า (วัน)	13.45	11.96	+1.49

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นในการวางแผนล่วงหน้า โดยเพิ่มขึ้น 1.49 วัน

7.3.5.2 การหาข้อมูล

ตารางที่ 7.3.5.2A: หัวข้อที่หาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

หัวข้อที่หาข้อมูล	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	95.89	75.64	+20.25
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	82.14	45.19	+36.95
โรงแรม/ที่พัก	81.86	70.06	+11.80
เส้นทางในการเดินทาง	79.40	64.55	+14.85
กิจกรรมในพื้นที่	77.18	52.84	+24.34
งานเทศกาล/ประเพณี	76.56	N/A	N/A
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	69.98	53.97	+16.01

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 7.3.5.2B: หัวข้อที่หาข้อมูลระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

หัวข้อที่หาข้อมูล	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
เส้นทางในการเดินทาง	78.81	54.37	+24.44
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	77.36	46.00	+31.36
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	76.13	71.08	+5.05
กิจกรรมในพื้นที่	69.16	54.43	+14.73
งานเทศกาล/ประเพณี	64.81	N/A	N/A
โรงแรม/ที่พัก	60.67	32.01	+28.66
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	53.52	26.59	+26.93

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.3.5.2A และตาราง 7.3.5.2B สามารถอธิบายได้ดังนี้

- สำหรับการหาข้อมูลก่อนการเดินทางในภาพรวม หัวข้อที่นักท่องเที่ยวทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรกในปี 2566 คือ แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว (เพิ่มขึ้น 20.25)
- สำหรับการหาข้อมูลระหว่างการเดินทางในภาพรวม หัวข้อที่นักท่องเที่ยวทำการหาข้อมูลเป็นอันดับแรกในปี 2566 คือ เส้นทางในการเดินทาง (เพิ่มขึ้น 24.44)

7.3.6 ความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม โดยพิจารณาจากค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) ที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกภูมิภาค/จังหวัด/แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.6: ความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ภาพรวม)

ความพึงพอใจ	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	93.94	87.61	+6.33
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	90.73	82.50	+8.23
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	90.49	N/A	N/A
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	90.47	N/A	N/A
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	90.43	84.37	+6.06
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	90.40	N/A	N/A
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	89.67	87.06	+2.61
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	89.44	N/A	N/A
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	89.16	87.86	+1.30
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	88.76	90.22	-1.46
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	88.67	88.71	-0.04
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	88.51	82.03	+6.48
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	88.14	85.76	+2.38
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	88.03	N/A	N/A
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	87.75	81.86	+5.89
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	86.34	80.32	+6.02
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	85.77	82.03	+3.74
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	85.37	80.29	+5.08
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	84.56	N/A	N/A
ความพึงพอใจโดยรวม	91.72	90.34	+1.38

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ตาราง 7.3.6 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.38)
- ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก มีความแตกต่างกันระหว่างไตรมาส 3 ปี 2566 กับไตรมาส 3 ปี 2565 ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565
1	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่
2	ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
3	ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่

จะเห็นได้ว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดใน 3 อันดับแรก จะเป็นเรื่องความหลากหลาย ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ และความหลากหลายของที่พักในพื้นที่ แต่ในไตรมาส 3 ปี 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่เป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่เป็นอันดับ 2 และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอันดับ 3

ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นสูงสุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.23) ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกเพิ่มขึ้นน้อยสุด คือ ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติ เชิงบวกเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 1.30)

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ มีปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกที่ลดลงอยู่ด้วย โดยปัจจัยที่ได้รับค่าทัศนคติเชิงบวกลดลงมากสุด คือ ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกลดลง (ลดลงร้อยละ 1.46) และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ โดยมีค่าทัศนคติเชิงบวกลดลง (ลดลงร้อยละ 0.04)

7.3.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย) และจำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วย (เฉลี่ย) พิจารณาจากการประมาณการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทริปล่าสุด ของไตรมาส 3 ปี 2566 กับไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.7: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ภาพรวม)

ค่าใช้จ่าย	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ส่วนต่าง
ค่าใช้จ่าย (บาทต่อคนต่อทริป)	5,212	5,388	-176
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย)	2.66	2.09	+0.57
จำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วย (เฉลี่ย)	4.57	4.36	+0.21
จำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ย (ทริปต่อไตรมาส)	1.87	1.67	+0.20

ตาราง 7.3.7 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายลดลง 176 บาทต่อคนต่อทริป แต่มีจำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.20 ทริปต่อไตรมาส มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.57 วัน และมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางด้วยเพิ่มขึ้น 0.21 คน

7.3.8 การแนะนำ/การบอกต่อ

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.3.8: ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ (ภาพรวม)

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์	ไตรมาส 3 ปี 2566	ไตรมาส 3 ปี 2565	ผลต่าง
บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง	99.92	82.87	+17.05
แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	98.39	64.75	+33.64
เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ	91.82	7.70	+84.12

ตาราง 7.3.8 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการแบ่งปันประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น โดยลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ เพิ่มขึ้นมากที่สุด (เพิ่มขึ้นร้อยละ 84.12) ส่วนการบอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด (เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.05)

08

การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

8 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

8.1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว

8.1.1 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว เริ่มต้นด้วยการจำแนกคนไทย (นักท่องเที่ยวชาวไทย) โดยใช้ข้อมูลจากคำถาม Q52.1 (มีการท่องเที่ยวตามแผนการที่เตรียมไว้หรือไม่) เพื่อจำแนกคนไทยเป็น 2 กลุ่มได้แก่

- กลุ่มที่ 1: คนไทยที่ได้ทำตามแผนการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ล่วงหน้าทั้งหมด
- กลุ่มที่ 2: คนไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยวระหว่างท่องเที่ยว

ในขั้นตอนต่อมา ที่ปรึกษาได้นำข้อมูลจากคำถาม Q49 (แหล่งข้อมูลและหัวข้อข้อมูลที่เชื่อถือและใช้เป็นข้อมูลหลักในการวางแผนการท่องเที่ยว) มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

- เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในการใช้แหล่งข้อมูลระหว่างคนไทยทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งแหล่งข้อมูลประกอบด้วยช่องทางต่างๆ ดังนี้
  - คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน)
  - คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน)
  - บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว
  - หน่วยงานภาครัฐ
  - เว็บไซต์เอกชนต่างๆ
  - Search engine (Google)
  - โซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่างๆ
  - สื่อทั่วไป (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น)

และเพิ่มชั้นความลึกของข้อมูล (Data level) ด้วยการใช้หัวข้อข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงลึก ซึ่งหัวข้อข้อมูลประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ดังนี้

  - แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว
  - งานเทศกาล/ประเพณี
  - กิจกรรมในพื้นที่
  - ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง
  - เส้นทางในการเดินทาง
  - ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง
  - โรงแรม/ที่พัก

หลังจากการจำแนกคนไทยเป็น 2 กลุ่ม และรวบรวมข้อมูลของแหล่งข้อมูลและหัวข้อข้อมูลแล้ว ที่ปรึกษาได้ทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมดังกล่าว ว่าแหล่งข้อมูลใดระหว่างคนไทยทั้ง 2 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หลังจากนั้น ที่ปรึกษาได้เพิ่มชั้นความลึกของข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ว่าแหล่งข้อมูลดังกล่าว ถูกใช้ในการหาข้อมูลหัวข้อใดบ้าง และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ระหว่างคนไทยทั้ง 2 กลุ่มหรือไม่

การวิเคราะห์ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของพฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลและหัวข้อข้อมูล ทำให้ทราบได้ว่า แหล่งข้อมูลผนวกกับหัวข้อข้อมูลใด ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยวตามที่ได้วางแผนไว้

8.1.2 จำนวนและสัดส่วนของคนไทยในแต่ละกลุ่ม

จากผลการศึกษาในช่วงระหว่างเดือน ม.ค. - ส.ค. ปี 2566 พบว่า จำนวนและสัดส่วน (ร้อยละ) ของคนไทยภายใต้ 2 กลุ่ม สามารถแสดงได้ดังนี้

กลุ่มคนไทย	8 เดือนแรก ปี 2566 จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มที่ 1: คนไทยที่ได้ทำตามแผนการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ล่วงหน้าทั้งหมด	42,629	74.54
กลุ่มที่ 2: คนไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยวระหว่างท่องเที่ยว	14,558	25.46
รวม	**57,187***	**100.00**

หมายเหตุ: *ครึ่งปีแรก ปี 2566 มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 61,600 ราย แต่มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4,413 ราย ที่ไม่ได้ระบุรายละเอียดของแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4,413 รายดังกล่าว จึงไม่สามารถตอบคำถามในส่วนนี้ได้ ทำให้เหลือจำนวนตัวอย่างในคำถามนี้ เท่ากับ 57,187 ราย

ช่วงอายุและเพศไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว เนื่องจากสัดส่วน (ร้อยละ) มีการกระจายตัวที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม โดยแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

	เพศ		ช่วงอายุ (ปี)					
	ชาย	หญิง	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
กลุ่มที่ 1	74.73	74.37	73.34	73.50	74.29	75.62	75.40	75.07
กลุ่มที่ 2	25.27	25.63	26.66	26.50	25.71	24.38	24.60	24.93
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: ตารางแสดงร้อยละของคนไทยในแต่ละกลุ่ม จำแนกตามเพศและช่วงอายุ คำนวณร้อยละตามแนวตั้ง และเปรียบเทียบร้อยละตามแนวนอน

8.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินความแตกต่างของการใช้ข้อมูล ซึ่งวัดจากระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า

- แหล่งข้อมูล

  ผลการวิเคราะห์: คนไทยที่ค้นหาข้อมูลด้วยช่องทางคนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน) และค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางอินเตอร์เน็ตต่างๆ มีโอกาสเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว

  ในทางตรงกันข้าม คนไทยที่ค้นหาข้อมูลด้วยช่องทางคนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) และบริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว มีโอกาสไม่เปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว

  คำอธิบาย: จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มที่ 2 มีพฤติกรรมการใช้หรือพึ่งพาช่องทาง 6 ช่องทางมากกว่ากลุ่มที่ 1 ได้แก่ คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน) หน่วยงานภาครัฐ เว็บไซต์เอกชน Search engine Social Media และสื่อทั่วไป

  ผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้ 6 ช่องทางดังกล่าวระหว่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 (สำหรับช่องทางที่กลุ่มที่ 2 ใช้มากกว่ากลุ่มที่ 1) มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำให้สรุปได้ว่า หากคนไทยใช้ช่องทางดังกล่าวในการค้นหาข้อมูล ส่งผลให้มีโอกาสเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่ใช้ข้อมูลในช่องทางนั้นมากกว่าและเป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยว

  ทั้งนี้ การหาพึ่งพาข้อมูลในช่องทางต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมา เช่น คนในพื้นที่ อาจทำให้เกิดความสนใจและเชื่อใจข้อมูลที่ได้รับมากกว่าที่หาเองในตอนก่อนที่จะมาท่องเที่ยว ซึ่งอาจเกิดจากการบอกเล่าเรื่องที่น่าสนใจของคนในพื้นที่ หรือการได้รับข้อมูลใหม่ๆ จากอินเตอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดความสนใจ และทำให้เปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	กลุ่มที่ 1		กลุ่มที่ 2	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน)	31,691	74.34*	9,766	67.08
คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน)	23,757	55.73	8,711	59.84*
บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว	1,331	3.12	439	3.02
หน่วยงานภาครัฐ	3,250	7.62	1,125	7.73
เว็บไซต์เอกชน	13,368	31.36	5,210	35.79*
Search engine	27,025	63.40	10,651	73.16*
Social media	20,216	47.42	8,363	57.45*
สื่อทั่วไป	2,335	5.48	946	6.50*
Total	**42,629**	**100.00**	**14,558**	**100.00**

หมายเหตุ: *มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ในตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่า ช่องทางหรือแหล่งข้อมูลที่ทั้ง 2 กลุ่มใช้เป็นหลัก (สัดส่วนการใช้มากกว่าร้อยละ 50) มีดังนี้

- กลุ่มที่ 1 ใช้ช่องทางคนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) Search engine และ คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน) เป็นหลัก
- กลุ่มที่ 2 ใช้ช่องทาง Search engine คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน) และ Social media

ดังนั้น การวิเคราะห์เชิงลึกด้วยการเพิ่มชั้นความลึกของข้อมูล (Data level) โดยใช้หัวข้อข้อมูลและแหล่งข้อมูลจะเป็นการวิเคราะห์เฉพาะช่องทางหลักที่ทั้ง 2 กลุ่มใช้ (เนื่องจากช่องทางรองอื่นๆ เป็นช่องทางที่มีสัดส่วนในการใช้งานต่ำกว่าร้อยละ 50) โดยจะทำวิเคราะห์ว่า แหล่งข้อมูลดังกล่าว ถูกใช้ในการหาข้อมูลหัวข้อใดบ้าง และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ระหว่างคนไทยทั้ง 2 กลุ่มหรือไม่

แหล่งข้อมูล	**คนรู้จัก**		**คนในพื้นที่**		Search engine		Social media	
หัวข้อข้อมูล	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	75.37*	67.77	55.93	60.24*	65.20	74.01*	49.22	58.60*
งานเทศกาล/ประเพณี	80.39*	73.50	68.89	68.83	66.06	73.06*	48.51	57.14*
กิจกรรมในพื้นที่	79.01*	72.71	65.84	68.89*	67.88	74.82*	51.24	58.63*
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	75.30*	67.84	59.79	62.60*	67.89	77.10*	51.86	60.82*
เส้นทางในการเดินทาง	75.23*	65.28	56.86	60.68*	76.14	85.21*	52.17	62.99*
ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	83.69*	75.57	61.36	62.28*	68.62	78.60*	53.56	62.04*
โรงแรม/ที่พัก	73.33*	65.22	61.08	62.77*	72.42	83.42*	51.97	64.86*

หมายเหตุ: *มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

จากผลการทดสอบพบว่า หัวข้อข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลักที่ทั้ง 2 กลุ่มใช้ในการค้นหาข้อมูลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หัวข้อข้อมูลไม่ได้มีความสำคัญหรือไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว เพราะทุกหัวข้อข้อมูลที่ค้นหาหรือสอบถามผ่านช่องทางหรือแหล่งข้อมูลหลักของตนเอง ส่งผลให้เกิดความแตกต่างทางพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า หัวข้อข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาไม่ได้มีอิทธิพลในการสร้างความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว แต่ช่องทางหรือแหล่งข้อมูลต่างหาก ที่มีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของแผนการท่องเที่ยว

8.2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากความชอบที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว

8.2.1 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากความชอบที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว เริ่มต้นด้วยการจำแนกคนไทย โดยใช้ข้อมูลจากคำถาม Q21 (ความชอบที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว) เพื่อจำแนกคนไทยเป็น 4 กลุ่มได้แก่

- Everything New: คนไทยที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมใหม่ๆ
- Activity Compulsive: คนไทยที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ แต่ทำกิจกรรมเดิมๆ
- Ambience Connected: คนไทยที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ แต่ทำกิจกรรมใหม่ๆ
- Habit Circle: คนไทยที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และทำกิจกรรมเดิมๆ

ในขั้นตอนต่อมา ที่ปรึกษาได้นำข้อมูลจากคำถาม Q22 (ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ) และ Q23 (ประเภทของกิจกรรมที่ชอบ) มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ 2 ข้อได้แก่

- เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทแหล่งท่องเที่ยวระหว่างคนไทย 4 กลุ่ม ซึ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้
  - อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน
  - ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์
  - แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)
  - แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)
  - โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม
  - ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น
  - ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)
  - สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง
  - อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์
  - โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ
  - สวนสนุก/สวนสัตว์
  - โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย
  - ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า
  - แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม

- เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทกิจกรรมระหว่างคนไทย 4 กลุ่ม ซึ่งประเภทกิจกรรมที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้
  - ชอปปิง
  - ถ่ายรูป
  - ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น
  - ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ
  - นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)
  - ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า
  - ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน
  - ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ
  - เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ
  - วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย
  - ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน
  - ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม
  - ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา
  - ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น
  - ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน
  - เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)
  - ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน
  - ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม

หลังจากการจำแนกคนไทยเป็น 4 กลุ่ม และรวบรวมข้อมูลของประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวแล้ว ที่ปรึกษาได้ทำการทดสอบความแตกต่างของทั้งประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทของกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์หาประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากคนไทยแต่ละกลุ่ม โดยเจาะจงเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่มีความแตกต่างจากคนไทยกลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95)

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของความชอบที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรม ทำให้ทราบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดและกิจกรรมประเภทใดที่ควรเป็นสินค้าในการเสนอขายให้กับคนไทยกลุ่มต่างๆ

8.2.2 จำนวนและสัดส่วนของคนไทยในแต่ละกลุ่ม

จากผลการศึกษาในช่วงระหว่างเดือน ม.ค. - ส.ค. ปี 2566 พบว่า จำนวนและสัดส่วน (ร้อยละ) ของคนไทยภายใต้ 4 กลุ่ม สามารถแสดงได้ดังนี้

กลุ่มคนไทย	8 เดือนแรก ปี 2566 จำนวน	ร้อยละ
Everything New (ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมใหม่ๆ)	39,860	64.71
Activity Compulsive (ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ แต่ทำกิจกรรมเดิมๆ)	13,333	21.64
Ambience Connected (ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ แต่ทำกิจกรรมใหม่ๆ)	4,096	6.65
Habit Circle (ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และทำกิจกรรมเดิมๆ)	4,311	7.00
รวม	**61,600**	**100.00**

หากเปรียบเทียบสัดส่วนตามข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศและช่วงอายุ) ตามแนวนอนของตารางด้านล่าง พบว่า เพศไม่ส่งผลกระทบต่อความชอบที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรม เนื่องจากสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงในแต่ละกลุ่มมีความใกล้เคียงกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่ม Everything New ประกอบด้วยเพศชายร้อยละ 65.20 และเพศหญิงร้อยละ 64.24 ซึ่งสัดส่วนมีความใกล้เคียงกัน หรือกลุ่ม Habit Circle ประกอบด้วยเพศชายร้อยละ 6.99 และเพศหญิงร้อยละ 7.01 ซึ่งก็มีสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน

อย่างไรก็ตาม ช่วงอายุมีอิทธิพลกับความชอบที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้ว่า กลุ่ม Everything New ประกอบด้วยคนช่วงอายุน้อยเป็นส่วนใหญ่ และสัดส่วนจะลดน้อยลง เมื่อช่วงอายุมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม กลุ่ม Habit Circle ประกอบด้วยคนช่วงอายุน้อยเป็นส่วนน้อย และสัดส่วนจะเพิ่มขึ้น เมื่อช่วงอายุมากขึ้น และในกลุ่ม Activity Compulsive และกลุ่ม Ambience Connected จะมีสัดส่วนของช่วงอายุต่างๆ ที่ใกล้เคียงกัน

	เพศ		ช่วงอายุ (ปี)					
	ชาย	หญิง	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
Everything New	65.20	64.24	74.57	70.19	66.78	62.24	58.15	55.86
Activity Compulsive	21.12	22.15	17.13	20.08	21.47	22.60	24.20	24.36
Ambience Connected	6.70	6.60	5.16	5.82	6.64	7.49	7.42	7.31
Habit Circle	6.99	7.01	3.17	3.91	5.11	7.67	10.23	12.47
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: ตารางแสดงร้อยละของคนไทยในแต่ละกลุ่ม จำแนกตามเพศและช่วงอายุ คำนวณร้อยละตามแนวตั้ง และเปรียบเทียบร้อยละตามแนวนอน

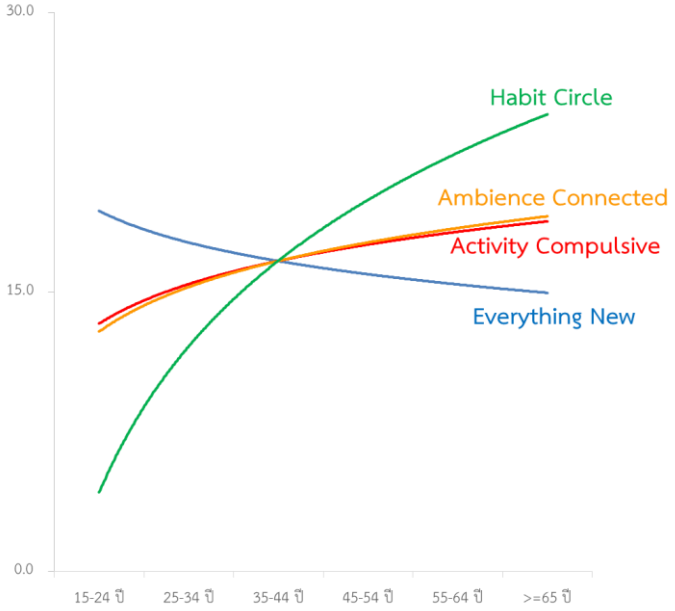
หากนำจำนวนคนไทยในแต่ละกลุ่มที่จำแนกตามช่วงอายุ มาคำนวณสัดส่วนใหม่ โดยคำนวณสัดส่วนของแต่ละช่วงอายุภายในกลุ่มของตนเอง จะทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่า กลุ่ม Everything New ประกอบด้วยคนไทยช่วงอายุน้อย มากกว่าคนไทยช่วงอายุมาก และกลุ่ม Old Habit ประกอบด้วยคนไทยช่วงอายุมาก มากกว่าคนไทยช่วงอายุน้อย ในขณะที่กลุ่ม Activity Compulsive และกลุ่ม Ambience

Connected จะมีสัดส่วนในแต่ละช่วงอายุที่ใกล้เคียงกัน แต่มีความแตกต่างกันตรงที่กลุ่ม Activity Compulsive จะเป็นกลุ่มวัยเริ่มต้นทำงาน และกลุ่ม Ambience Connected จะเป็นกลุ่มวัยกลางคน

	ช่วงอายุ (ปี)						
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65	Total
Everything New	17.60	19.01	18.19	17.77	14.70	12.73	100.00
Activity Compulsive	12.09	16.26	17.48	19.28	18.29	16.59	100.00
Ambience Connected	11.79	15.33	17.60	20.80	18.26	16.21	100.00
Habit Circle	6.91	9.79	12.87	20.25	23.92	26.26	100.00

หมายเหตุ: ตารางแสดงร้อยละของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม จำแนกตามช่วงอายุ คำนวณร้อยละตามแนวนอน

และสามารถแสดงแนวโน้มของผลกระทบจากช่วงอายุที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มได้ดังนี้



แผนภาพด้านขวามือ (แกนตั้งแสดงสัดส่วนช่วงอายุ และแกนนอนแสดงช่วงอายุ) แสดงเส้น Trend line ที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของคนไทยในกลุ่มต่างๆ จะเห็นได้ว่า คนไทยช่วงอายุน้อยจะอยู่ที่กลุ่ม Everything New (สัดส่วนเกินร้อยละ 50.00)

ทั้งนี้ เมื่อคนไทยเริ่มมีอายุที่มากขึ้น จะมีการเปลี่ยนผ่านไปที่กลุ่ม Activity Compulsive โดยจะเห็นได้ว่า คนไทยในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยเริ่มต้นทำงาน (สัดส่วนเกินร้อยละ 50.00) และเมื่ออายุมากขึ้นอีก จะเปลี่ยนผ่านไปสู่กลุ่ม Ambience Connected ซึ่งจะเข้าสู่วัยกลางคน (สัดส่วนเกินร้อยละ 50.00) และท้ายที่สุด คนไทยช่วงอายุมากจะไปอยู่ที่กลุ่ม Habit Circle (สัดส่วนเกินร้อยละ 50.00)

จากความสัมพันธ์ดังกล่าว สามารถกล่าวได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มในการเปลี่ยนกลุ่ม (Segment Transition) โดยเรียงจากกลุ่ม Everything New ➔ กลุ่ม Activity Compulsive ➔ กลุ่ม Ambience Connected ➔ กลุ่ม Habit Circle ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของคนไทยตามวงจรชีวิต (Life Cycle) เพราะคนไทยที่อายุน้อยจะมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวไม่มากนัก ทำให้ต้องการที่จะท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมประเภทใหม่ๆ แต่เมื่อเติบโตขึ้น ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมีมากขึ้น ได้ไปสัมผัสจุดหมายปลายทางมากขึ้นและหลากหลายขึ้น ทำให้ความต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ต่อทั้งจุดหมายปลายทางและกิจกรรมลดลง หรืออาจกล่าวได้ว่า มีทางเลือกให้ไปท่องเที่ยวน้อยลง เพราะอาจไปท่องเที่ยวครบตามความต้องการแล้ว ทำให้เริ่มหันมาสนใจกับประสบการณ์เดิมๆ ผ่านจุดหมายปลายทางเดิมๆ และกิจกรรมเดิมๆ

หากเปรียบเทียบวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของคนไทยแต่ละกลุ่ม จะพบว่า คนไทยทั้ง 4 กลุ่ม มีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันใน 2 หัวข้อ คือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย แต่จะมี 1 วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	**8 เดือนแรก ปี 2566**		
กลุ่มนักท่องเที่ยว	**อันดับ 1**	**อันดับ 2**	**อันดับ 3**
Everything New	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย
Activity Compulsive	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต
Ambience Connected	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต
Habit Circle	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย

ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

- Everything New: เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต
- Activity Compulsive: เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต
- Ambience Connected: เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต
- Old Habit: เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา

8.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินความแตกต่างของประเภทแหล่งท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งวัดจากระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า

- ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของแต่ละกลุ่ม
  - <u>กลุ่ม Everything New</u>:
    เนื่องจากกลุ่ม Everything New เป็นกลุ่มคนไทยที่มีช่วงอายุน้อย ดังนั้น ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจึงยังมีไม่มากนัก ทำให้มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต โดยประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเยี่ยมชมระหว่างการท่องเที่ยว คือ อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืช โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ และสวนสนุก/สวนสัตว์

  - <u>กลุ่ม Activity Compulsive</u>
    กลุ่ม Activity Compulsive มีความชอบในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และประกอบด้วยคนไทยในวัยทำงานตอนต้นและตอนกลาง จึงมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต ซึ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเยี่ยมชมระหว่างการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ) และแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ ทะเล)

  - <u>กลุ่ม Ambience Connected</u>
    กลุ่ม Ambience Connected มีความชอบในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และมีช่วงอายุที่มากกว่ากลุ่ม Activity Compulsive เล็กน้อย ซึ่งช่วงอายุดังกล่าวเป็นช่วงที่บุตร/ธิดาเริ่มโตพอ (คาดการณ์ตาม Life stage และข้อมูลประชากรศาสตร์ของโครงการ) ที่จะไปท่องเที่ยวด้วยกันได้อย่างปลอดภัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต ซึ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเยี่ยมชมระหว่างการท่องเที่ยว คือ ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และโครงการหลวง/ศูนย์วิจัย

  - <u>กลุ่ม Old Habit</u>
    เนื่องจากกลุ่ม Old Habit เป็นกลุ่มคนไทยที่มีช่วงอายุมาก ดังนั้น ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจึงมีมาก ทำให้มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา ซึ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเยี่ยมชมระหว่างการท่องเที่ยว คือ โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม และถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	Sig Test: Confidence interval of 95 percent Everything New	Activity Compulsive	Ambience Connected	Old Habit
อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน	43.36*	39.14	37.16	30.62
ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์	33.49*	31.55	30.91	27.70
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน แม่น้ำ)	39.84	44.78*	38.01	35.40
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ ทะเล)	38.24	40.24*	34.62	32.17
โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	43.08	54.20	45.02	66.20*
ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	21.67	15.99	22.44**	15.87
ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)	22.82	25.46	26.68	23.27
สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง	16.97	14.45	17.48	17.21
อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์	17.37	17.51	15.19	11.11
โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ	9.56*	6.86	8.47	5.40
สวนสนุก/สวนสัตว์	13.32*	11.77	10.50	6.87
โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย	6.12	6.14	8.54*	6.75
ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า	45.24	48.23	36.72	52.52*
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	7.04	7.29	6.84	5.15

หมายเหตุ: *มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) จากทุกกลุ่ม
**Ambience Connected มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) จาก Activity Compulsive และ Old Habit

- ประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของแต่ละกลุ่ม
  - กลุ่ม Everything New:

    กลุ่ม Everything New มักทำกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงอายุของตนเอง โดยให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมใหม่ๆ เพราะต้องการเรียนรู้/เปิดโลกทัศน์/หามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต ซึ่งประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยมทำระหว่างการท่องเที่ยว คือ การชอปปิง การถ่ายรูป และการว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ

  - กลุ่ม Activity Compulsive

    กลุ่ม Activity Compulsive อยู่ในช่วงวัยทำงาน (เริ่มต้นใช้ชีวิต) ดังนั้น กิจกรรมที่เลือกทำจึงเปรียบเสมือนการให้รางวัลกับชีวิต โดยให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมใหม่ๆ ซึ่งประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยมทำระหว่างการท่องเที่ยว คือ การชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น การชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า การชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา การทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน และการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน

  - กลุ่ม Ambience Connected

    กลุ่ม Ambience Connected อยู่ในช่วงการใช้ชีวิตอยู่กับครอบครัวของตนเอง ดังนั้น กิจกรรมที่เลือกทำจึงเน้นไปที่การสร้างความทรงจำ/การสะสมประสบการณ์ชีวิต โดยให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมเดิมๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ต่างๆ ซึ่งอาจจะมาจากความต้องการเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตให้กับบุตร/ธิดา (คาดการณ์ตาม Life stage และข้อมูลประชากรศาสตร์ของโครงการ) และประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยมทำระหว่าง

การท่องเที่ยว คือ การชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น และการเรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)

- <u>กลุ่ม Old Habit</u>

  กลุ่ม Old Habit อยู่ในช่วงอายุมากหรืออาจกล่าวได้ว่า อยู่ในวัยหรือใกล้วัยเกษียณอายุ ดังนั้น กิจกรรมที่เลือกทำจึงเน้นไปที่กิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายของตนเอง โดยให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมเดิมๆ ซึ่งอาจจะมาจากกังวลด้านสมรรถภาพของร่างกาย และประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยมทำระหว่างการท่องเที่ยว คือ การทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ การนมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร) และการเยี่ยมชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน

<u>Sig Test: Confidence interval of 95 percent</u>

ประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว	Everything New	Activity Compulsive	Ambience Connected	Old Habit
ชอปปิง	59.59*	54.38	46.34	44.65
ถ่ายรูป	79.30*	73.06	68.75	55.79
ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น	60.86	68.27*	62.26	61.59
ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ	16.90	21.34	21.26	30.55*
นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)	44.13	60.89	48.93	73.86*
ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า	57.66	69.71*	60.16	60.75
ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน	24.93	29.90*	26.73	24.38
ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ	28.81*	25.11	24.76	16.66
เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ	18.33	17.63	16.46	8.37
วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย	12.40	9.79	11.45	5.38
ปิกนิก/แคมปิ้ง/นอนรถบ้าน	15.23	13.28	14.48	10.53
ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม	17.63	19.19*	17.41	14.29
ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา	12.04	12.98*	10.18	7.26
ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น	17.05	17.81	21.36*	21.20
ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน	36.99	40.60	30.76	47.95*
เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)	9.00	9.61	10.77*	9.14
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน	9.93	15.83*	10.82	10.44
ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม	5.81	4.52	5.42	6.43

<u>หมายเหตุ</u>: *มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) จากทุกกลุ่ม
**Ambience Connected มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) จาก Everything New และ Old Habit

8.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่ได้รับ

(ประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับ)

8.3.1 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มต้นด้วยการจำแนกคนไทย โดยใช้ข้อมูลจากคำถาม Q54 (การเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับในภาพรวม) เพื่อจำแนกคนไทยเป็น 3 กลุ่มได้แก่

- Below: คนไทยที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "น้อยกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม
- Indifference: คนไทยที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "เท่ากับที่คาดหวัง" ในภาพรวม
- Above: คนไทยที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "มากกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม

ในขั้นตอนต่อมา ที่ปรึกษาได้นำข้อมูลจากคำถาม Q1 (ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/จังหวัด/ภูมิภาค สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย) และ Q53 (ระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ใช้เลือกสถานที่ท่องเที่ยว/จังหวัด/ภูมิภาค สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย) มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์หลักได้แก่

- เพื่อวิเคราะห์ว่า ปัจจัยใดที่ทำให้คนไทยในกลุ่ม Above ได้รับความพึงพอใจในภาพรวม "มากกว่าที่คาดหวัง" หรือต้องปรับปรุงปัจจัยใด เพื่อทำให้คนไทยกลุ่มอื่นๆ ย้ายไปอยู่ที่กลุ่ม Above ซึ่งปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลมี 19 ปัจจัยดังนี้
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน
  - ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่
  - ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
  - ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่
  - ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่
  - การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว
  - ความสะอาดของที่พักในพื้นที่
  - ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่
  - พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด
  - ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)
  - ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่
  - ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
  - ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)
  - ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)
  - ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)
  - การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ขั้นตอนต่อไป ที่ปรึกษาได้นำค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย มาคำนวณหาส่วนต่าง (Gap calculation) ระหว่างค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย (ค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ลบด้วย ค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย) เพื่อบ่งชี้ว่า ปัจจัยใดที่คนไทยในแต่ละกลุ่มได้ประเมินคะแนนความพึงพอใจไว้ สูงกว่า ต่ำกว่า หรือเท่ากับคะแนนความสำคัญ และผลการคำนวณช่องว่างดังกล่าว สามารถมีผลลัพธ์ใน 3 รูปแบบดังนี้

- ผลลัพธ์เป็นบวก (+): หมายถึง ปัจจัยดังกล่าว ได้รับค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงกว่าค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย
- ผลลัพธ์เป็นลบ (-):หมายถึง ปัจจัยดังกล่าว ได้รับค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำกว่าค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย
- ผลลัพธ์เป็นศูนย์ (0.00): หมายถึง ปัจจัยดังกล่าว ได้รับค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย

ทั้งนี้ ผลลัพธ์ดังกล่าว (บวก ลบ หรือ ศูนย์) ทำให้สามารถอนุมานได้ว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวสำหรับปัจจัยนั้นๆ เป็นไปในทางบวก ลบ หรือเสมอตัว ทั้งนี้ ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถใช้เป็นตัวแทนในการแปรผลประสบการณ์ที่คนไทยได้รับจากการท่องเที่ยวในแต่ละปัจจัย โดยใช้การแปรผลดังนี้

- ผลลัพธ์เป็นบวก (+): แสดงถึง คนไทยมีทัศนคติในเชิงบวกจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับในปัจจัยนั้น
- ผลลัพธ์เป็นลบ (-): แสดงถึง คนไทยมีทัศนคติในเชิงลบจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับในปัจจัยนั้น
- ผลลัพธ์เป็นศูนย์ (0.00): แสดงถึง คนไทยไม่ได้มีทัศนคติในเชิงบวกหรือเชิงลบจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับในปัจจัยนั้น

ในขั้นตอนสุดท้าย ที่ปรึกษาได้ทำการทดสอบความแตกต่างของช่องว่างในแต่ละปัจจัยระหว่างคนไทยในแต่ละกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ทำให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับในภาพรวมมีความแตกต่างกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ปัจจัยใดส่งผลหรือมีอิทธิพลให้กลุ่ม Above ได้รับความพึงพอใจที่ "มากกว่าที่คาดหวัง" หรือแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95)

8.3.2 จำนวนและสัดส่วนของคนไทยในแต่ละกลุ่ม

จากผลการศึกษาในช่วงระหว่างเดือน ม.ค. - ส.ค. ปี 2566 พบว่า จำนวนและสัดส่วน (ร้อยละ) ของคนไทยภายใต้ 3 กลุ่ม สามารถแสดงได้ดังนี้

กลุ่มคนไทย	8 เดือนแรก ปี 2566 จำนวน	ร้อยละ
Below (คนไทยที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "น้อยกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม)	358	0.58
Indifference (คนไทยที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "เท่ากับที่คาดหวัง" ในภาพรวม)	23,215	37.69
Above (คนไทยที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "มากกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม)	38,027	61.73
รวม	**61,600**	**100.00**

ช่วงอายุและเพศไม่ส่งผลกระทบต่อการประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับ เนื่องจากสัดส่วน (ร้อยละ) มีการกระจายตัวคล้ายคลึงกันระหว่างทั้ง 3 กลุ่ม

อย่างไรก็ตาม จะมีกลุ่มคนไทยช่วงอายุ 15-24 ปีที่อยู่ในกลุ่ม Below (ร้อยละ 0.78) มากกว่าคนไทยช่วงอายุอื่น (แต่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นระดับร้อยละ 95) และสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

	เพศ		ช่วงอายุ (ปี)					
กลุ่มคนไทย	ชาย	หญิง	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
Below	0.54	0.62	0.78	0.60	0.50	0.47	0.61	0.57
Indifference	38.37	37.04	38.69	38.00	37.60	37.48	37.29	37.08
Above	61.09	62.34	60.53	61.39	61.90	62.06	62.11	62.35
Total	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

หมายเหตุ: ตารางแสดงร้อยละของคนไทยในแต่ละกลุ่ม จำแนกตามเพศและช่วงอายุ คำนวณร้อยละตามแนวตั้ง และเปรียบเทียบร้อยละตามแนวนอน

8.3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่ม Below (358 ราย) มีจำนวนที่แตกต่างจากกลุ่ม Indifference (23,215 ราย) และกลุ่ม Above (38,027 ราย) อย่างมาก ทำให้การนำข้อมูลของกลุ่ม Below มาวิเคราะห์ร่วมกับกลุ่มอื่นๆ มีความไม่เหมาะสมทางสถิติ ดังนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างกลุ่ม Indifference และกลุ่ม Above เท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อบ่งชี้ว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลให้คนไทยมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยใดเพื่อทำให้คนไทยได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวในภาพที่เป็นบวก

8 เดือนแรก ปี 2566

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/จังหวัด/ภูมิภาค	กลุ่ม Indifference			กลุ่ม Above		
	ความพึงพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ย)	**ความสำคัญ** (ค่าคะแนนเฉลี่ย)	Gap*	**ความพึงพอใจ** (ค่าคะแนนเฉลี่ย)	**ความสำคัญ** (ค่าคะแนนเฉลี่ย)	Gap*
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	4.22	4.02	0.20	4.50	4.34	0.15
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	4.03	3.88	0.15	4.35	4.29	0.07
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	4.06	3.92	0.14	4.38	4.28	0.10
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	4.08	3.95	0.14	4.38	4.28	0.10
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	4.08	3.98	0.11	4.39	4.31	0.08
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	4.38	4.34	0.04	4.54	4.48	0.06
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	4.24	4.16	0.07	4.46	4.39	0.07
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	4.19	4.11	0.08	4.39	4.32	0.07
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	4.03	3.95	0.08	4.27	4.19	0.08
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	4.14	4.06	0.08	4.36	4.30	0.06
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	4.13	4.07	0.06	4.38	4.34	0.05
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	4.02	3.99	0.03	4.31	4.26	0.05
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	4.08	4.07	0.02	4.34	4.31	0.03
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	4.17	4.05	0.12	4.41	4.33	0.09
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	4.14	4.07	0.06	4.40	4.34	0.05
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	4.17	4.06	0.11	4.37	4.30	0.08
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	4.07	3.96	0.11	4.34	4.28	0.06
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	4.14	4.00	0.14	4.37	4.26	0.11
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	4.00	3.86	0.14	4.31	4.19	0.13

หมายเหตุ: *แสดง ค่าสัมบูรณ์ เนื่องจากเป็นการวัดความห่าง (Gap) ระหว่าง ค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยกับค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย เพื่อวัดระยะห่างของ 2 ตัวแปร ดังนั้น จึงใช้ค่าสัมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลุ่ม Above มีมาตรฐานหรือให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยมากกว่ากลุ่ม Indifference และในขณะเดียวกัน กลุ่ม Above ก็ได้รับความพึงพอใจในทุกปัจจัยที่สูงกว่ากลุ่ม Indifference

อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์โดยใช้เพียงค่าคะแนนเฉลี่ยจากทั้ง 2 ตัวแปร (ความพึงพอใจและความสำคัญ) จะไม่สามารถบ่งชี้ได้ว่า ปัจจัยใดที่ทำให้กลุ่ม Above ได้ประสบการณ์ในเชิงบวกสำหรับการท่องเที่ยวในภาพรวม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ปัจจัยใดที่ส่งผลให้ กลุ่ม Above ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "มากกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม

ดังนั้น การวิเคราะห์เปรียบเทียบ Gap value ด้วยการหาความแตกต่างของค่าช่องว่างดังกล่าว สามารถบ่งชี้ได้ว่า ค่าช่องว่างของปัจจัยใดที่ส่งผลให้คนไทยได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "มากกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ปัจจัยใดที่ภาครัฐต้องให้ความใส่ใจหรือปรับปรุงหรือส่งเสริมเพื่อทำให้คนไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงบวก

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ Gap value ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 สามารถแสดงได้ดังนี้

	8 เดือนแรก ปี 2566	
	Gap Value	
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/จังหวัด/ภูมิภาค	**กลุ่ม Indifference**	**กลุ่ม Above**
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	0.20	0.15
ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	0.15	0.07
ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	0.14	0.10
ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	0.14	0.10
ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	0.11	0.08
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	0.04	0.06*
ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	0.07	0.07
ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	0.08	0.07
การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	0.08	0.08
ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	0.08	0.06
ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	0.06	0.05
พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	0.03	0.05*
ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	0.02	0.03*
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	0.12	0.09
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	0.06	0.05
ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่	0.11	0.08
ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่	0.11	0.06
ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	0.14	0.11
การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.14	0.13

หมายเหตุ: *มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

จากผลการทดสอบพบว่า

- ปัจจัยที่สร้างความแตกต่างให้กับคนไทยในการได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว "มากกว่าที่คาดหวัง" ในภาพรวม คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด และความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)

  3 ปัจจัยข้างต้น เป็นปัจจัยที่ Gap value ของกลุ่ม Above มีค่าสูงกว่ากลุ่ม Indifference และ Gap value ที่สูงกว่านั้น (ระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับความสำคัญ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

  ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า หากภาครัฐสามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยในเรื่องความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด และความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม) ได้ดี จะส่งผลให้คนไทยได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงบวกเพิ่มมากขึ้น

09

อัตราการเปลี่ยนใจ (ที่มีต่อแผนการท่องเที่ยว)

9 อัตราการเปลี่ยนใจ (ที่มีต่อแผนการท่องเที่ยว)

โครงสร้างของเนื้อหาในบทนี้ เป็นการแสดงรายละเอียดสัดส่วนการเปลี่ยนใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแผนการท่องเที่ยวที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า ซึ่งขั้นตอนในการศึกษามีดังนี้

- การสัมภาษณ์ครั้งที่ 1 มีการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวในเดือนถัดไป (T+1) โดยคำตอบที่ได้ จำแนกเป็น 2 คำตอบได้แก่
  - ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1
  - มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1

- การสัมภาษณ์ครั้งที่ 2 เป็นการติดต่อกลับไปยังกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิม เมื่อเดือน T+1 ได้สิ้นสุดลง และทำการสอบถามข้อมูล ทั้งนี้ การสัมภาษณ์และคำถามที่ใช้ ขึ้นอยู่กับคำตอบที่ได้ในการสัมภาษณ์ครั้งที่ 1 โดยมีรายละเอียดของคำถามดังนี้
  - กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1
    - ในเดือน ... (T+1) ... ที่คุณบอกว่า ไม่มีแผนการไปท่องเที่ยว ขออนุญาตสอบถามว่า คุณได้ทำตามข้อมูลที่ให้ไว้ คือ ไม่ได้ไปท่องเที่ยวในเดือน ... (T+1) ... ใช่หรือไม่
    - หากกลุ่มตัวอย่าง ตอบว่า มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว (เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว) ให้ถามว่า เพราะเหตุผลใดที่ทำให้คุณเปลี่ยนใจ
  - กลุ่มที่ 2: กลุ่มที่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1
    - ในเดือน ... (T+1) ... ที่คุณบอกว่า มีแผนการไปท่องเที่ยว ขออนุญาตสอบถามว่า คุณได้ทำตามข้อมูลที่ให้ไว้ คือ ได้ไปท่องเที่ยวในเดือน ... (T+1) ... ใช่หรือไม่
    - หากกลุ่มตัวอย่าง ตอบว่า มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว (ยกเลิกการท่องเที่ยวไปเลย เปลี่ยนใจไปเที่ยวจังหวัดอื่นแทน หรือตัดบางจังหวัดที่วางแผนไว้ออกไป) ให้ถามว่า เพราะเหตุผลใดที่ทำให้คุณเปลี่ยนใจ

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ครอบคลุมทุกจังหวัด โดยมีจำนวน 9,240 ตัวอย่าง และสามารถแสดงรายละเอียดของข้อมูล จำแนกตามภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	**ภาพรวม**	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
จำนวน	**9,240**	**2,040**	**2,400**	**2,040**	**1,080**	**1,680**
กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1	62.31	60.39	62.92	64.61	67.04	57.92
กลุ่มที่ 2: กลุ่มที่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1	37.69	39.61	37.08	35.39	32.96	42.08

9.1 รายละเอียดของกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1

9.1.1 จำนวนตัวอย่าง

ในภาพรวม พบว่า กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1 มีจำนวน 5,757 ตัวอย่าง และมีการกระจายตัวอยู่ในแต่ละภูมิภาคดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	**ภาพรวม**	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
จำนวนกลุ่มที่ 1: กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1	**5,757**	**1,232**	**1,510**	**1,318**	**724**	**973**

9.1.2 อัตราการเปลี่ยนใจ (เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว)

ในภาพรวม พบว่า อัตราการเปลี่ยนใจของกลุ่มที่ 1 เท่ากับร้อยละ 5.87 (เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว) โดยเป็นการคำนวณร้อยละจากคำถามต่อไปนี้

> "ในเดือน ... (T+1) ... ที่คุณบอกว่า ไม่มีแผนการไปท่องเที่ยว คุณได้ทำตามข้อมูลที่ให้ไว้ คือ ไม่ได้ไปท่องเที่ยวในเดือน ... (T+1) ... ใช่หรือไม่"

และจากผลการศึกษาที่ได้ สามารถแสดงรายละเอียดของข้อมูลจำแนกตามภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	**ภาพรวม**	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ใช่ (ยังคงไม่ได้ไปท่องเที่ยวตามที่ได้ให้ข้อมูลไว้)	94.13	94.16	96.03	93.40	95.99	90.75
ไม่ใช่ (มีการเปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว)	5.87	5.84	3.97	6.60	4.01	9.25
จำนวน	**5,757**	**1,232**	**1,510**	**1,318**	**724**	**973**

ตารางด้านบนสามารถอธิบายประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

- คนภาคใต้ มีอัตราการเปลี่ยนใจไปท่องเที่ยวมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 9.25
- คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอัตราการเปลี่ยนใจไปท่องเที่ยวน้อยที่สุด เท่ากับร้อยละ 3.97

9.1.3 เหตุผลหลักที่ทำให้เปลี่ยนใจ (เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว)

ทั้งนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยวหรือมีการเปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว จะถูกสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โดยถามว่า เพราะเหตุผลใดที่ทำให้คุณเปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว และจากผลการศึกษาที่ได้ สามารถแสดงรายละเอียดของข้อมูลจำแนกตามภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ครอบครัว/ญาติชวนไปเที่ยว	28.40	34.72	35.00	19.54	13.79	32.22
เพื่อนชวนไปเที่ยว	13.02	9.72	16.67	18.39	13.79	7.78
เจอสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมที่น่าสนใจ/เห็นโฆษณา/รีวิวที่น่าสนใจ	10.06	8.33	11.67	11.49	3.45	11.11
ได้รับเงินพิเศษจากการทำงาน/จากแหล่งรายได้อื่นๆ	5.62	2.78	8.33	4.60	13.79	4.44
ต้องไปงานแต่งงาน/งานบวช/งานศพ/งานบุญต่างๆ กะทันหัน	19.23	22.22	13.33	22.99	27.59	14.44
มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ (ที่พัก/ค่าเดินทาง)	11.83	15.28	6.67	10.34	6.90	15.56
ไปอบรม/สัมมนากับที่ทำงาน (ไม่รู้ล่วงหน้ามาก่อน)	3.25	1.39	1.67	1.15	6.90	6.67
เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวขึ้นเอง	8.58	5.56	6.67	11.49	13.79	7.78
จำนวน	**338**	**72**	**60**	**87**	**29**	**90**

ตารางด้านบนสามารถอธิบายประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

- ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว มีเหตุผลหลักจากการที่คนในครอบครัว/ญาติได้ชวนไปท่องเที่ยว เท่ากับร้อยละ 28.40
- คนภาคเหนือ คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคนภาคใต้ ที่เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลหลักมาจากการที่คนในครอบครัว/ญาติได้ชวนไปท่องเที่ยว เท่ากับร้อยละ 34.72, 35.00 และ 32.22 ตามลำดับ
- คนภาคกลางและคนภาคตะวันออก ที่เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลหลักมาจากการที่ต้องไปงานแต่งงาน/งานบวช/งานศพ/งานบุญต่างๆ กะทันหัน เท่ากับร้อยละ 22.99 และ 27.59 ตามลำดับ

9.2 รายละเอียดของกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1

9.2.1 จำนวนตัวอย่าง

ในภาพรวม พบว่า กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1 มีจำนวน 3,483 ตัวอย่าง และมีการกระจายตัวอยู่ในแต่ละภูมิภาคดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	**ภาพรวม**	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
จำนวนกลุ่มที่ 2: กลุ่มที่มีการวางแผนท่องเที่ยวในเดือน T+1	**3,483**	**808**	**890**	**722**	**356**	**707**

9.2.2 อัตราการเปลี่ยนใจ (เปลี่ยนใจไม่ไปท่องเที่ยวตามแผนที่วางไว้)

ในภาพรวม พบว่า อัตราการเปลี่ยนใจของกลุ่มที่ 2 เท่ากับร้อยละ 9.02 (เปลี่ยนใจไม่ไปท่องเที่ยวตามแผนที่วางไว้) โดยเป็นการคำนวณร้อยละจากคำถามต่อไปนี้

> "ในเดือน ... (T+1) ... ที่คุณบอกว่า มีแผนการไปท่องเที่ยว คุณได้ทำตามข้อมูลที่ให้ไว้ คือ ได้ไปท่องเที่ยวในเดือน ... (T+1) ... ใช่หรือไม่"

และจากผลการศึกษาที่ได้ สามารถแสดงรายละเอียดของข้อมูลจำแนกตามภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	**ภาพรวม**	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
ใช่ (ยังคงไปท่องเที่ยวตามที่ได้ให้ข้อมูลไว้)	90.98	91.34	92.02	92.80	86.24	89.82
ไม่ใช่ (มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว)	9.02	8.66	7.98	7.20	13.76	10.18
จำนวน	**3,483**	**808**	**890**	**722**	**356**	**707**

ตารางด้านบนสามารถอธิบายประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

- คนภาคตะวันออก มีอัตราการเปลี่ยนใจ (เปลี่ยนแผนการท่องเที่ยว) มากที่สุด เท่ากับร้อยละ 13.76
- คนภาคกลาง มีอัตราการเปลี่ยนใจ (เปลี่ยนแผนการท่องเที่ยว) น้อยที่สุด เท่ากับร้อยละ 7.20

9.2.3 เหตุผลหลักที่ทำให้เปลี่ยนใจ (เปลี่ยนใจไม่ไปท่องเที่ยวตามแผนที่วางไว้)

ทั้งนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยวหรือมีการเปลี่ยนใจไปไม่ท่องเที่ยวตามที่วางแผนไว้ จะถูกสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โดยถามว่า เพราะเหตุผลใดที่ทำให้คุณเปลี่ยนใจไม่ทำไปตามแผนการท่องเที่ยวที่ได้วางไว้ และจากผลการศึกษาที่ได้ สามารถแสดงรายละเอียดของข้อมูลจำแนกตามภูมิภาคได้ดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	**ภาพรวม**	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
จำนวน	**3,483**	**808**	**890**	**722**	**356**	**707**
ไม่ใช่ (มีการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว)	9.02	8.66	7.98	7.20	13.76	10.18
รายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว						
เปลี่ยนใจไปเที่ยวจังหวัดอื่นแทน	3.96	3.71	3.71	2.63	5.62	5.09
ยกเลิกการท่องเที่ยวไปเลย	4.51	3.71	3.93	4.29	7.30	4.95
ตัดบางจังหวัดที่วางแผนไว้ออกไป	0.55	1.24	0.34	0.28	0.84	0.14

ตารางด้านบนสามารถอธิบายประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

- ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่เปลี่ยนใจไม่ทำตามแผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ เท่ากับร้อยละ 9.02 โดยสามารถจำแนกประเด็นในการเปลี่ยนใจ ได้ 3 ประเด็นดังนี้
  - เปลี่ยนใจไปเที่ยวจังหวัดอื่นแทน เท่ากับร้อยละ 3.96
  - ยกเลิกการท่องเที่ยวไปเลย เท่ากับร้อยละ 4.51
  - ตัดบางจังหวัดที่วางแผนไว้ออกไป เท่ากับร้อยละ 0.55

  หากมองในรายละเอียด สามารถสรุปได้ว่า อัตราการเปลี่ยนใจที่แท้จริง (ยกเลิกการท่องเที่ยว) คือ กลุ่มตัวอย่างที่ยกเลิกการท่องเที่ยวไปเลย ซึ่งเท่ากับร้อยละ 4.51

- หากวิเคราะห์เฉพาะอัตราการเปลี่ยนใจที่แท้จริง (ยกเลิกการท่องเที่ยว) พบว่า
  - คนภาคตะวันออก มีการยกเลิกการท่องเที่ยวมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 7.30
  - คนภาคเหนือ มีการยกเลิกการท่องเที่ยวน้อยที่สุด เท่ากับร้อยละ 3.71

สำหรับเหตุผลหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เหตุผลที่เปลี่ยนใจไปเที่ยวจังหวัดอื่นแทน						
มีธุระ/เรื่องส่วนตัวที่ต้องไปทำในจังหวัดอื่น	20.29	13.33	12.12	15.79	25.00	33.33
ครอบครัว/ญาติเปลี่ยนใจอยากไปจังหวัดอื่น	5.07	6.67	N/A	N/A	10.00	8.33
เพื่อนเปลี่ยนใจอยากไปจังหวัดอื่น	7.25	3.33	12.12	15.79	5.00	2.78
จังหวัดอื่นมีสถานที่/กิจกรรมที่น่าสนใจกว่า/เห็นโฆษณา/รีวิวต่างๆ	47.10	43.33	51.52	36.84	50.00	50.00
จังหวัดอื่นมีโปรโมชั่นที่ดีกว่า (ที่พัก/ค่าเดินทาง)	20.29	33.33	24.24	31.58	10.00	5.56
จำนวน	**138**	**30**	**33**	**19**	**20**	**36**

ตารางด้านบนสามารถอธิบายประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

- ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่เปลี่ยนใจไปเที่ยวจังหวัดอื่นแทน มีเหตุผลหลักจากการที่จังหวัดอื่นมีสถานที่/กิจกรรมที่น่าสนใจกว่า/เห็นโฆษณา/รีวิวต่างๆ เท่ากับร้อยละ 47.10 และคนทุกภูมิภาค ก็มีเหตุผลหลักเช่นเดียวกับภาพรวม

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม	คนภาคเหนือ	คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คนภาคกลาง	คนภาคตะวันออก	คนภาคใต้
เหตุผลที่ยกเลิกการท่องเที่ยวไปเลย						
ใช้จ่ายเกินตัวในช่วงก่อนไปท่องเที่ยว (เงินไม่พอท่องเที่ยว)	13.07	12.50	15.79	9.09	20.69	8.33
มีเรื่องอื่นที่ต้องใช้เงินเร่งด่วน (สำคัญกว่าการท่องที่ยว)	5.11	5.00	5.26	3.03	6.90	5.56
เกิดอุบัติเหตุ/เจ็บป่วย/เกิดเหตุกาณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้	56.82	72.50	47.37	60.61	41.38	58.33
มีงานด่วน/งานมีปัญหา	18.75	7.50	23.68	24.24	20.69	19.44
ผู้ร่วมเดินทางติดธุระ	6.25	2.50	7.89	3.03	10.34	8.33
จำนวน	**176**	**40**	**38**	**33**	**29**	**36**

ตารางด้านบนสามารถอธิบายประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

- ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่ยกเลิกการท่องเที่ยวไปเลย มีเหตุผลหลักจากการเกิดอุบัติเหตุ/เจ็บป่วย/เกิดเหตุกาณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เท่ากับร้อยละ 56.82 และคนทุกภูมิภาค ก็มีเหตุผลหลักเช่นเดียวกับภาพรวม

หมายเหตุ: เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนน้อย โปรดระมัดระวังหากนำข้อมูลไปใช้



ภาคผนวก

ก. จังหวัดยอดนิยม (จำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย)

ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	5.51	ชลบุรี	15.38	เชียงใหม่	12.75	ขอนแก่น	6.89
กรุงเทพมหานคร	5.39	กาญจนบุรี	7.25	เชียงราย	7.18	ชลบุรี	4.75
เชียงใหม่	4.53	เชียงใหม่	5.13	น่าน	5.55	นครพนม	4.04
กาญจนบุรี	3.92	ระยอง	4.88	กรุงเทพมหานคร	5.28	อุบลราชธานี	4.01
กระบี่	3.77	พระนครศรีอยุธยา	4.25	ลำปาง	4.87	กรุงเทพมหานคร	3.48
ขอนแก่น	2.72	ประจวบคีรีขันธ์	4.00	พะเยา	4.07	บึงกาฬ	3.44
เชียงราย	2.23	นครนายก	4.00	ชลบุรี	3.92	กาฬสินธุ์	3.33
พระนครศรีอยุธยา	2.21	ฉะเชิงเทรา	3.38	แพร่	3.48	บุรีรัมย์	3.28
ภูเก็ต	2.21	จันทบุรี	3.13	พิษณุโลก	3.24	กาญจนบุรี	3.06
จันทบุรี	2.17	ขอนแก่น	3.13	สุโขทัย	2.73	นครราชสีมา	3.01

คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ชลบุรี	8.51	ชลบุรี	10.74	กระบี่	13.15
กาญจนบุรี	7.51	กรุงเทพมหานคร	7.72	นครศรีธรรมราช	7.58
กรุงเทพมหานคร	7.28	จันทบุรี	5.58	ตรัง	6.74
พระนครศรีอยุธยา	4.44	ฉะเชิงเทรา	4.53	ภูเก็ต	6.71
ประจวบคีรีขันธ์	3.32	ระยอง	4.49	พัทลุง	6.54
นครปฐม	3.12	กาญจนบุรี	4.38	พังงา	5.43
เพชรบุรี	2.99	พระนครศรีอยุธยา	3.82	ชุมพร	4.56
เชียงใหม่	2.85	ตราด	3.79	กรุงเทพมหานคร	4.48
จันทบุรี	2.85	นครนายก	3.67	ปัตตานี	3.27
นครนายก	2.85	นครราชสีมา	3.14	ยะลา	2.80

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงค่าร้อยละ

ข. จังหวัดยอดนิยมตามภูมิภาค (จำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย)

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	ภาพรวม		คนกรุงเทพมหานคร		คนภาคเหนือ		คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	4.53	เชียงใหม่	5.13	กำแพงเพชร	2.54	เชียงใหม่	2.33
	เชียงราย	2.23	เชียงราย	2.00	เชียงราย	7.18	เพชรบูรณ์	2.23
	น่าน	1.92	น่าน	1.75	เชียงใหม่	12.75	น่าน	0.98
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ขอนแก่น	2.72	ขอนแก่น	3.13	กาฬสินธุ์	0.44	ขอนแก่น	6.89
	นครราชสีมา	1.99	นครราชสีมา	2.50	ขอนแก่น	1.49	นครพนม	4.04
	เลย	1.46	กาฬสินธุ์	1.13	ชัยภูมิ	0.63	อุบลราชธานี	4.01
ภาคกลาง	กรุงเทพมหานคร	5.39	กาญจนบุรี	7.25	กรุงเทพมหานคร	5.28	กรุงเทพมหานคร	3.48
	กาญจนบุรี	3.92	พระนครศรีอยุธยา	4.25	กาญจนบุรี	2.35	กาญจนบุรี	3.06
	พระนครศรีอยุธยา	2.21	ประจวบคีรีขันธ์	4.00	ชัยนาท	1.23	พระนครศรีอยุธยา	1.27
ภาคตะวันออก	ชลบุรี	5.51	ชลบุรี	15.38	จันทบุรี	1.15	ชลบุรี	4.75
	จันทบุรี	2.17	ระยอง	4.88	ฉะเชิงเทรา	0.52	ระยอง	2.14
	ระยอง	1.78	นครนายก	4.00	ชลบุรี	3.92	จันทบุรี	2.09
ภาคใต้	กระบี่	3.77	กระบี่	2.25	กระบี่	1.02	กระบี่	1.56
	ภูเก็ต	2.21	ภูเก็ต	2.25	ชุมพร	0.63	ภูเก็ต	1.26
	นครศรีธรรมราช	1.76	นครศรีธรรมราช	2.13	ตรัง	0.39	ชุมพร	0.59

ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	คนภาคกลาง		คนภาคตะวันออก		คนภาคใต้	
ภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยว	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	2.86	เพชรบูรณ์	2.36	เชียงใหม่	1.49
	กำแพงเพชร	1.29	เชียงใหม่	1.78	เชียงราย	0.54
	เพชรบูรณ์	1.25	น่าน	1.08	กำแพงเพชร	0.32
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	2.49	นครราชสีมา	3.14	ขอนแก่น	0.65
	ขอนแก่น	1.46	ขอนแก่น	1.40	กาฬสินธุ์	0.62
	นครพนม	0.63	บุรีรัมย์	1.28	นครราชสีมา	0.46
ภาคกลาง	กาญจนบุรี	7.51	กรุงเทพมหานคร	7.72	กรุงเทพมหานคร	4.48
	กรุงเทพมหานคร	7.28	กาญจนบุรี	4.38	กาญจนบุรี	2.39
	พระนครศรีอยุธยา	4.44	พระนครศรีอยุธยา	3.82	ประจวบคีรีขันธ์	2.28
ภาคตะวันออก	ชลบุรี	8.51	ชลบุรี	10.74	ชลบุรี	1.53
	จันทบุรี	2.85	จันทบุรี	5.58	จันทบุรี	0.53
	นครนายก	2.85	ฉะเชิงเทรา	4.53	ระยอง	0.36
ภาคใต้	กระบี่	2.47	กระบี่	1.76	กระบี่	13.15
	ภูเก็ต	1.60	ชุมพร	0.86	นครศรีธรรมราช	7.58
	ชุมพร	1.35	ภูเก็ต	0.82	สงขลา	7.05

ค. แบบสอบถาม

จังหวัด ..... พื้นที่ 1 ใน 2 นอก เดือนสัมภาษณ์ ..... เดือนข้อมูลที่ต้องการ (T)..... Qnaire# .....

Screening

S1 คุณอาศัยอยู่ในจังหวัดนี้ใช่หรือไม่ 1 ใช่ 2 ไม่ใช่ **(ยุติการสัมภาษณ์)**

S2 ปัจจุบันคุณอายุเท่าใด ..... ปี **(หากอายุน้อยกว่า 15 ปี ให้ยุติการสัมภาษณ์)**

S3 เพศ **(ไม่ต้องถาม – เลือกคำตอบเสริมของเพศในตอนท้ายของแบบสอบถามด้วย)** 1 ชาย 2 หญิง

S4 ภายในเดือน (T) ..... ของปี 2566 คุณได้เดินทางข้ามจังหวัด เพื่อวัตถุประสงค์ต่อไปนี้บ้างหรือไม่ **(หลายคำตอบ)**

1 เพื่อการท่องเที่ยว/เพื่อการพักผ่อน 2 เพื่อเยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน 3 เพื่อชม/เข้าร่วมกิจกรรมทางกีฬา
4 เพื่อการทำบุญ/ไหว้พระ/งานบวช/พิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ 5 อื่นๆ **(หากเลือกคำตอบนี้คำตอบเดียวให้ยุติการสัมภาษณ์)**

S5 โดยทั่วไป คุณมีส่วนร่วมในการวางแผนท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ใช่หรือไม่ 1 ใช่ 2 ไม่ใช่ **(ยุติการสัมภาษณ์)**

S6 โดยทั่วไป คุณมีส่วนร่วมในการออกค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ใช่หรือไม่ 1 ใช่ 2 ไม่ใช่ **(ยุติการสัมภาษณ์)**

A. General Travel Behavior

1 Deciding factor (Supply side)

Q1 ปัจจัยต่อไปนี้ มีความสำคัญกับคุณในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/จังหวัด/ภูมิภาค สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ทั้งแบบค้างคืนและแบบเช้าไปเย็นกลับ) มากหรือน้อยเพียงใด โดยคุณสามารถให้คะแนนได้ระหว่าง 1 – 5 คะแนน และค่าคะแนน 1 หมายถึง ปัจจัยดังกล่าวสำคัญน้อยที่สุด และค่าคะแนน 5 หมายถึง ปัจจัยดังกล่าวสำคัญมากที่สุด **(โชว์การ์ด)**

Q2 ปัจจัยใดสำคัญมากที่สุด ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/จังหวัด/ภูมิภาค ภายในประเทศไทย เพื่อการท่องเที่ยวของคุณ

Rotate	รายละเอียด	Q1 ค่าคะแนน					Q2 Top 1
	1 ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	1	2	3	4	5	
	2 ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	1	2	3	4	5	
	3 ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	4 ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	1	2	3	4	5	
	5 ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	6 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	7 ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	8 ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	9 การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	
	10 ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	11 ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	12 พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	1	2	3	4	5	
	13 ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	1	2	3	4	5	
	14 ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	15 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	1	2	3	4	5	
	16 ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	1	2	3	4	5	
	17 ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	1	2	3	4	5	
	18 ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	1	2	3	4	5	
	19 การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	1	2	3	4	5	
	20 เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน	1	2	3	4	5	

2 Objective/Psychological factor (Demand side)

Q3 วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวต่อไปนี้ มีอิทธิพลในการผลักดัน/กระตุ้นให้คุณท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ทั้งแบบค้างคืนและแบบเช้าไปเย็นกลับ) มากหรือน้อยเพียงใด โดยคุณสามารถให้คะแนนได้ระหว่าง 1 – 5 คะแนน และค่าคะแนน 1 หมายถึง วัตถุประสงค์ดังกล่าวมีอิทธิพลน้อยที่สุด และค่าคะแนน 5 หมายถึง วัตถุประสงค์ดังกล่าวมีอิทธิพลมากที่สุด **(โชว์การ์ด)**

Q4 วัตถุประสงค์ใดตรงกับวัตถุประสงค์ของคุณมากที่สุด ในการผลักดัน/กระตุ้นให้คุณท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

Rotate		รายละเอียด	Q3 ค่าคะแนน					Q4 Top 1
	1	เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน	1	2	3	4	5	
	2	เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต	1	2	3	4	5	
	3	เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต	1	2	3	4	5	
	4	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย	1	2	3	4	5	
	5	เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต	1	2	3	4	5	
	6	เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)	1	2	3	4	5	
	7	เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา	1	2	3	4	5	
	8	เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	
	9	เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรน)	1	2	3	4	5	
	10	เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	1	2	3	4	5	

3 Trip detail & planning

(Q5 และ Q6 ใช้คำตอบชุดเดียวกัน – โชว์การ์ด)

Q5 โดยทั่วไป คุณมักเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยกับใครบ่อยที่สุด (ทั้งแบบค้างคืนและแบบเช้าไปเย็นกลับ) **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

ระบุ .....

Q6 โดยทั่วไป ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยคือใคร (ทั้งแบบค้างคืนและแบบเช้าไปเย็นกลับ) **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)**

ระบุ .....

ตัวเลือกบุคคล

1 พ่อ/แม่ 2 พี่/น้อง 3 คู่สมรส
4 บุตร 5 ญาติ 6 เพื่อน
7 เพื่อนร่วมงาน 8 แฟน/คู่รัก
9 คนเดียว (ตนเอง) 10 อื่นๆ (ระบุ).....

Q7 คุณมักเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในรูปแบบใด 1 แบบค้างคืน 2 แบบเช้าไปเย็นกลับ 3 ไม่แน่นอน

Q8 คุณมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันใด 1 วันธรรมดา (จ.-ศ.) 2 วันหยุดปกติ (ส.-อา.) 3 วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ

Q9 โดยเฉลี่ย สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย คุณวางแผนล่วงหน้าประมาณกี่วัน ..... วัน

Q10 ในการท่องเที่ยวแต่ละทริป แหล่งข้อมูลใดบ้างที่คุณ<u>เชื่อถือ</u>และ<u>ใช้เป็นข้อมูลหลัก</u>สำหรับการวางแผนการท่องเที่ยว ทั้งในช่วงก่อนการเดินทาง และ/หรือ ระหว่างการเดินทาง **(ทั้ง 2 ช่วงเวลาให้ใช้คำตอบชุดเดียวกัน – หลายคำตอบ – โชว์การ์ด)**

หัวข้อ	หาข้อมูลก่อนเดินทาง	หาข้อมูลระหว่างเดินทาง	ไม่มีการหาข้อมูล
1 แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	.....	.....	99
2 งานเทศกาล/ประเพณี	.....	.....	99
3 กิจกรรมในพื้นที่	.....	.....	99
4 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	.....	.....	99
5 เส้นทางในการเดินทาง	.....	.....	99
6 ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	.....	.....	99
7 โรงแรม/ที่พัก	.....	.....	99

ตัวเลือกหาข้อมูลก่อนเดินทาง และหาข้อมูลระหว่างเดินทาง

1 คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) 2 คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน) 3 บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว
4 หน่วยงานภาครัฐ → 4.1 เว็บไซต์ของ ททท. 4.2 โฆษณาของ ททท. 4.3 สำนักงานของ ททท.
4.4 การรถไฟแห่งประเทศไทย 4.5 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 4.6 อื่นๆ (ระบุ) .....
5 เว็บไซต์เอกชน → 5.1 Agoda 5.2 Traveloka 5.3 Booking 5.4 Expedia 5.5 Skyscanner
5.6 Tripadvisor 5.7 Trivago 5.8 Hotels.com 5.9 Trip.com 5.10 Pantip.com
5.11 Wongnai 5.12 เว็บไซต์สายการบิน 5.13 เว็บไซต์รถทัวร์ 5.14 เว็บไซต์ที่พัก
6 Search engine → 6.1 Google.com 6.2 Google map 6.3 Maps.me
7 โซเชียลมีเดีย → 7.1 Facebook 7.2 Instagram 7.3 Line 7.4 Tiktok 7.5 Twitter 7.6 Youtube
8 สื่อทั่วไป → 8.1 โทรทัศน์ 8.2 วิทยุ 8.3 หนังสือนำเที่ยว 8.4 นิตยสารท่องเที่ยว 8.5 อื่นๆ (ระบุ).....

Q11 แผนการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ล่วงหน้า มีการระบุรายละเอียดของการท่องเที่ยวในหัวข้อใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 แหล่งท่องเที่ยว 2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 3 งานเทศกาล/ประเพณี 4 กิจกรรมในพื้นที่
5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 6 แหล่งชอปปิง 7 เส้นทางในการเดินทาง 8 ตั๋วเดินทางต่างๆ
9 พาหนะในการเดินทาง 10 โรงแรม/ที่พัก 11 ช่วงเวลา (ที่จะไป) 12 ไม่มีแผนการ **(ถาม Q14.1)**

Q12 แผนการท่องเที่ยวดังกล่าว มีความครบถ้วนมากหรือน้อยเพียงใด **(ตอบได้คำตอบเดียว - โชว์การ์ด)**

1 ระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ **(ถาม Q13.1)**
2 ระบุเฉพาะชื่อสถานที่ แต่ไม่ระบุเวลาที่จะไป **(ถาม Q13.1)**
3 ระบุแค่รายละเอียดของโรงแรม/ที่พักเท่านั้น **(ถาม Q14.1)**

Q13.1 คุณมักท่องเที่ยวตามแผนการที่เตรียมไว้หรือไม่ 1 ทำตามเสมอ **(ถาม Q14.1)** 2 มีการเปลี่ยนแปลง **(ถาม Q13.2)**

Q13.2 แผนการดังกล่าวมักมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากเวลาไม่เพียงพอ 2 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากมีสถานที่ใหม่ที่น่าสนใจกว่า
3 มีการเพิ่มสถานที่ใหม่เข้ามาในแผนการท่องเที่ยว 4 มีการเพิ่มวันท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนวันไม่เพียงพอ

4 Accommodation & Transportation

Q14.1 คุณมักจะพักที่พักรูปแบบใดเป็นหลัก **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 โรงแรม 2 บังกะโล 3 เกสต์เฮ้าส์ 4 รีสอร์ท 5 โฮสเทล 6 โฮมสเตย์
7 บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว 8 ที่พักในอุทยานต่างๆ 9 อื่นๆ (ระบุ) .....

Q14.2 คุณมักจะจองที่พักต่างๆ ล่วงหน้า ผ่านช่องทางใด **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า 2 จองโดยตรงกับที่พัก 3 จองผ่านบริษัทนำเที่ยว 4 จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
5 จองผ่านเว็บไซต์ ➔ 5.1 Agoda 5.2 Airbnb 5.3 Booking.com 5.4 Expedia 5.5 Hotel.com
5.6 Traveloka 5.7 Trip advisor 5.8 Trip.com 5.9 เว็บไซต์สายการบิน
5.10 เว็บไซต์ของที่พัก
6 ช่องทางอื่นๆ (ระบุ).....

Q15 คุณมักใช้พาหนะใดเป็นหลักในการเดินทางไปจังหวัดปลายทาง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 พาหนะส่วนตัว 2 รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ) 3 รถเช่า (ขับเอง) 4 เครื่องบิน 5 รถไฟ
6 รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ 7 อื่นๆ (ระบุ).....

5 Review/Word of mouth

Q16 โดยทั่วไป หลังจากจบทริปท่องเที่ยว (สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย)
คุณได้มีแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวดังกล่าว ให้กับบุคคลอื่นๆ บ้างหรือไม่ 1 มี 2 ไม่มี **(ถาม Q19)**

Q17 คุณมักแบ่งปันประสบการณ์ในเรื่องใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 แหล่งท่องเที่ยว 2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว 3 งานเทศกาล/ประเพณี 4 กิจกรรมในพื้นที่
5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม 6 แหล่งชอปปิง 7 เส้นทางในการเดินทาง 8 ตั๋วเดินทางต่างๆ
9 พาหนะในการเดินทาง 10 โรงแรม/ที่พัก 11 อื่นๆ (ระบุ).....

Q18 คุณมักแบ่งปันประสบการณ์ในลักษณะใดและแบ่งปันผ่านช่องทางใด **(หลายคำตอบ - ใช้คำตอบชุดเดียวกัน - โชว์การ์ด)**

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์	ช่องทางการแบ่งปันประสบการณ์
1 บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง	ระบุ .....
2 แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	ระบุ .....
3 เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ	ระบุ .....

ตัวเลือกช่องทาง

1 Facebook 2 Line 3 Instagram
4 Twitter 5 Youtube 6 Tiktok
7 Podcast 8 Pantip 9 ผ่านการพูดคุย
10 อื่นๆ (ระบุ) .....

6 Travel preference

Q19 สาม (3) จังหวัดแรกที่คุณชอบไปท่องเที่ยว **(และเคยไปมาแล้ว)** คือจังหวัดใด **(3 คำตอบ)** .....

Q20 สาม (3) จังหวัดแรกที่คุณอยากไปท่องเที่ยว **(แต่ยังไม่เคยไป)** คือจังหวัดใด **(3 คำตอบ)** .....

Q21 สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ประโยคใดที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด **(ตอบได้คำตอบเดียว - โชว์การ์ด)**

1 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมใหม่ๆ
2 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ แต่ทำกิจกรรมเดิมๆ
3 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ แต่ทำกิจกรรมใหม่ๆ
4 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และทำกิจกรรมเดิมๆ

Q22 สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย คุณชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน
2 ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์
3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)
4 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)
5 โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม
6 ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น
7 ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)
8 สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง
9 อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์
10 โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ
11 สวนสนุก/สวนสัตว์
12 โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย
13 ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า
14 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม
15 อื่นๆ (ระบุ).....

Q23 สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย คุณมักจะทำกิจกรรมประเภทใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 ชอปปิง **(ถาม Q24)**
2 ถ่ายรูป
3 ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น **(ถาม Q25)**
4 ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ
5 นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร) **(ถาม Q26.1-Q26.2)**
6 ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า
7 ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน
8 ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ
9 เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ
10 วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย
11 ปิกนิก/แคมปิง/นอนรถบ้าน
12 ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม
13 ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา
14 ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น
15 ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน
16 เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)
17 ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน **(ถาม Q27)**
18 ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม **(ถาม Q28)**
19 อื่นๆ (ระบุ) .....

Q24 ระหว่างการท่องเที่ยว คุณมักชอปปิงสินค้าประเภทใด **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 ผลิตภัณฑ์อาหารคาว (ปรุงสุก)
2 ผลิตภัณฑ์อาหารคาว (ของแห้ง)
3 ผลิตภัณฑ์อาหารหวาน
4 ผลิตภัณฑ์สมุนไพร/ยาทา/ยาบำรุง
5 เสื้อผ้าสำเร็จรูป (ไม่ใช่ของพื้นเมือง)
6 เสื้อผ้าสำเร็จรูป (ของพื้นเมือง)
7 ผ้าพื้นเมือง/ผ้าไหม/ผ้าทอ/ผ้าซิ่น
8 สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง
9 ของฝาก/ของที่ระลึกทั่วไป (ไม่ใช่เสื้อ
10 อื่นๆ (ระบุ).....

Q25 ระหว่างการท่องเที่ยว อาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ประเภทใดที่คุณมักให้ความสนใจเป็นพิเศษ **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ตามการรีวิว/บอกต่อ
2 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่มีมุมถ่ายรูปสวยๆ
3 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่มีวิวทิวทัศน์สวยงาม
4 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่หรูหราและมีคุณภาพ
5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ประเภท Street food
6 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่คนในพื้นที่รับประทาน
7 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ตามเส้นทางที่ผ่าน
8 อื่นๆ (ระบุ).....

Q26.1 การนมัสการศาสนสถาน/ไหว้พระ มีความสำคัญกับคุณในเรื่องใดเป็นหลัก **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 เพื่อปฏิบัติตามประเพณี/เพื่อสืบทอดสิ่งที่ดีงาม
2 เพื่อความสงบ/ยกระดับภาวะทางจิตใจ
3 เพื่อขอพร/เสริมสิริมงคล/เสริมดวงชะตา/แก้ชง
4 เพื่อความสบายใจ/เสริมกำลังใจ
5 ไม่ได้มีความสำคัญในเรื่องใดเป็นพิเศษ แค่อยากทำ
6 อื่นๆ (ระบุ).....

Q26.2 ในขณะที่คุณไหว้พระ/ขอพร คุณมีความปรารถนาในเรื่องใดเป็นหลัก **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 สุขภาพ
2 การเงิน/โชคลาภ
3 การเรียน/การศึกษา
4 ความรัก/ความเมตตา
5 การงาน/ความก้าวหน้า
6 ความปลอดภัย/แคล้วคลาด
7 ไม่ได้มีความปรารถนาเรื่องใด
8 อื่นๆ (ระบุ).....

Q27 คุณมักทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชนใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 อุดหนุนร้านค้า/สินค้าท้องถิ่น 2 เข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น 3 ทำกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น
4 ใช้ชีวิตและทำกิจกรรมประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่น (โฮมสเตย์) 5 อื่นๆ (ระบุ).....

Q28 คุณมักทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 ท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ 2 ใช้บริการที่พัก/ร้านค้าที่ให้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม
3 เดินทางด้วยพาหนะประหยัดพลังงาน/ช่วยลดมลภาวะ 4 ลดการใช้พลาสติกหรือสิ่งย่อยสลายยากในพื้นที่
5 เข้าร่วมกิจกรรม/เป็นอาสาสมัครอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 6 อื่นๆ (ระบุ).....

B. Present (T) Travel Behavior

อ่านคำจำกัดความของการเดินทางท่องเที่ยวให้ RD ฟัง ก่อนเริ่มถามคำถามใน Section นี้

"การเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปต่างจังหวัด (ที่ไม่ได้อยู่ในจังหวัดตนเอง) ภายในประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ได้ใน 4 หัวข้อนี้ 1. เพื่อการท่องเที่ยว/เพื่อการพักผ่อน 2. เพื่อเยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน 3. เพื่อชม/เข้าร่วมกิจกรรมทางกีฬา หรือ 4. เพื่อการทำบุญ/ไหว้พระ/งานบวช/พิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ"

1 Related information

Q29 ในเดือน (T)..... ของปี 2566 คุณได้เดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง ..... ครั้ง

Q30 ในแต่ละครั้ง จังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คือ จังหวัดใด **(หลายคำตอบ – เรียงลำดับจากทริปล่าสุด)**

Q31 คุณไปเที่ยวจังหวัดนั้นๆ ในสัปดาห์ใดของเดือน (T).....

Q32 แต่ละครั้ง เป็นการเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ หรือ แบบค้างคืน

Q33 แต่ละครั้ง เป็นการไปเที่ยวในช่วงวันใด

Q34 แต่ละครั้ง เป็นการไปเที่ยวเอง หรือ ไปกับบริษัทนำเที่ยว

Q35 ก่อนหน้านี้ คุณเคยไปเที่ยวในจังหวัดดังกล่าว มาแล้วหรือไม่

	Q30 จังหวัด (เรียงลำดับจากทริปล่าสุด)	Q31 สัปดาห์	Q32 รูปแบบ		Q33 วัน			Q34		Q35	
			เช้าไปเย็นกลับ	ค้างคืน	จ.-ศ.	ส.-อา.	วันหยุดนักขัตฤกษ์ /วันหยุดพิเศษ	เที่ยวเอง	บริษัทนำเที่ยว	เคย	ไม่เคย
1	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
2	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
3	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
4	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
5	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
6	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
7	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
8	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
9	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
10	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2

2 Latest trip information

Q36 สำหรับทริปล่าสุดที่ ...(ชื่อจังหวัด Q30.1)... คุณใช้เวลาท่องเที่ยวกี่วันกี่คืน ตั้งแต่ออกเดินทางจนกลับถึงบ้าน ..... วัน ..... คืน

Q37.1 นอกเหนือไปจาก.(ชื่อจังหวัด Q30.1)..คุณได้เดินทาง/แวะไปจังหวัดอื่นก่อนหรือหรือหลังที่ไปจังหวัดนี้หรือไม่ 1 มี **(ถาม Q37.2)** 2 ไม่มี (

Q37.2 จังหวัดที่นอกเหนือไปจากจังหวัดปลายทาง คือ จังหวัดใดบ้าง และใช้เวลากี่วันกี่คืนในแต่ละจังหวัดเท่าใดในแต่ละจังหวัด

1 ชื่อจังหวัด ..... จำนวน ..... วัน ..... คืน 2 ชื่อจังหวัด ..... จำนวน ..... วัน ..... คืน
3 ชื่อจังหวัด ..... จำนวน ..... วัน ..... คืน 4 ชื่อจังหวัด ..... จำนวน ..... วัน ..... คืน
5 ชื่อจังหวัด ..... จำนวน ..... วัน ..... คืน 6 ชื่อจังหวัด ..... จำนวน ..... วัน ..... คืน

Q38 จำนวนคนที่เดินทางท่องเที่ยวกับคุณ (นับรวมตัวคุณเองด้วย) มีจำนวนกี่คน ..... คน

Q39 คุณเดินทางท่องเที่ยวกับใครบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 พ่อ/แม่ 2 พี่/น้อง 3 คู่สมรส 4 บุตร 5 ญาติ 6 เพื่อน 7 เพื่อนร่วมงาน 8 แฟน/คู่รัก 9 คนเดียว (ตนเอง) 10 อื่นๆ (ระบ

Q40 คุณใช้พาหนะใดเป็นหลักในการเดินทางไปจังหวัดปลายทาง **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)**

1 พาหนะส่วนตัว 2 รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ) 3 รถเช่า (ขับเอง) 4 เครื่องบิน 5 รถไฟ
6 รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ 7 อื่นๆ (ระบุ).....

Q41 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวครั้งนี้ของคุณคืออะไร **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)** .....

Q42 ปัจจัยหลักที่ทำให้คุณเลือก ...(ชื่อจังหวัด Q36)...
เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวคืออะไร **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)** .....

Q43.1 คุณพักที่พักรูปแบบใดเป็นหลัก **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)** .....
Q43.2 คุณจองผ่านช่องทางใด **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)** .....

Q44 คุณได้ไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)** .....

Q45 คุณทำกิจกรรมใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)** .....

Q46 ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเฉลี่ย<u>ต่อคนต่อทริป</u> ประมาณกี่บาท ..... บาท

(Q47 ถาม Rd ที่ตอบว่า เป็นการ<u>ท่องเที่ยวเอง</u> – ดูคำตอบจาก Q34)

Q47 กรุณาประมาณสัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเป็นเปอร์เซ็นต์ตาม 6 หัวข้อต่อไปนี้ **(รวมกันต้องเท่ากับ 100%)**

1 ค่าที่พัก ..... % 2 ค่าเดินทาง ..... % 3 ค่าอาหาร ..... %
4 ค่าซื้อสินค้า (Shopping) ..... % 5 ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ..... % 6 ค่าเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ ..... %
(เช่น คอนเสิร์ต เจ็ทสกี จักรยาน เป็นต้น)

(Q48.1 ถาม Rd ที่ตอบว่า เป็นการเที่ยวกับ<u>บริษัทนำเที่ยว</u> – ดูคำตอบจาก Q34)

Q48.1 มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือไปจากค่าแพ็กเกจทัวร์อีกหรือไม่ 1 มี **(ถาม Q48.2)** 2 ไม่มี

Q48.2 เป็นค่าใช้จ่ายเท่าไร<u>ต่อคน</u>และเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องใด
1 จำนวนเงิน ..... บาท ➔ ระบุหัวข้อ .....
2 จำนวนเงิน ..... บาท ➔ ระบุหัวข้อ .....
3 จำนวนเงิน ..... บาท ➔ ระบุหัวข้อ .....

Q49 สำหรับทริปล่าสุดนี้ แหล่งข้อมูลใดที่คุณ<u>เชื่อถือ</u>และ<u>ใช้เป็นข้อมูลหลัก</u> **(หลายคำตอบ – โชว์การ์ด)**

หัวข้อ	**แหล่งข้อมูล/ช่องทางสื่อ**
1 แหล่งท่องเที่ยว/จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	.....
2 งานเทศกาล/ประเพณี	.....
3 กิจกรรมในพื้นที่	.....
4 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/แหล่งชอปปิง	.....
5 เส้นทางในการเดินทาง	.....
6 ตั๋วเดินทาง/พาหนะในการเดินทาง	.....
7 โรงแรม/ที่พัก	.....

Q50.1 คุณวางแผนท่องเที่ยว ล่วงหน้ากี่วัน ..... วัน

Q50.2 แผนการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ล่วงหน้า มีการระบุรายละเอียดของการท่องเที่ยวในหัวข้อใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 แหล่งท่องเที่ยว	2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	3 งานเทศกาล/ประเพณี	4 กิจกรรมในพื้นที่
5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	6 แหล่งชอปปิง	7 เส้นทางในการเดินทาง	8 ตั๋วเดินทางต่างๆ
9 พาหนะในการเดินทาง	10 โรงแรม/ที่พัก	11 ช่วงเวลา (ที่จะไป)	12 ไม่มีแผนการ **(ถาม Q53)**

Q51 แผนการท่องเที่ยวดังกล่าว มีความครบถ้วนมากหรือน้อยเพียงใด **(ตอบได้คำตอบเดียว - โชว์การ์ด)**

1 ระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่ **(ถาม Q52.1)**
2 ระบุเฉพาะชื่อสถานที่ แต่ไม่ระบุเวลาที่จะไป **(ถาม Q52.1)**
3 ระบุแค่รายละเอียดของโรงแรม/ที่พักเท่านั้น **(ถาม Q53)**

Q52.1 คุณได้ท่องเที่ยวตามแผนการที่เตรียมไว้หรือไม่ 1 ได้ทำตามทั้งหมด **(ถาม Q53)** 2 มีการเปลี่ยนแปลง **(ถาม Q52.2)**

Q52.2 แผนการดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากเวลาไม่เพียงพอ	2 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากมีสถานที่ใหม่ที่น่าสนใจกว่า
3 มีการเพิ่มสถานที่ใหม่เข้ามาในแผนการท่องเที่ยว	4 มีการเพิ่มวันท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนวันไม่เพียงพอ

3 Satisfaction level

Q53 สำหรับทริปล่าสุด คุณมีความพึงพอใจมากหรือน้อยเพียงใดกับปัจจัยต่อไปนี้ โดยคุณสามารถให้คะแนนได้ระหว่าง 1 – 5 คะแนน และค่าคะแนน 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และค่าคะแนน 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด **(โชว์การ์ด)**

Q54 หากเปรียบเทียบความพึงพอใจ (หลังไปเที่ยว) กับความคาดหวัง (ก่อนไปเที่ยว) คุณได้รับความคาดหวังอยู่ในระดับใด โดยมี 3 คำตอบ คือ ความพึงพอใจที่ได้รับ "น้อยกว่าที่คาดหวัง = 1" "เท่ากับที่คาดหวัง = 2" หรือ "มากกว่าที่คาดหวัง = 3" **(โชว์ก**

Q55 ปัจจัยใดที่คุณพึงพอใจมากที่สุด สำหรับทริปล่าสุดนี้

รายละเอียด	Q53 ค่าคะแนน						Q54 Exp			Q55
1 ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
2 ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
3 ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
4 ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
5 ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
6 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
7 ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
8 ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
9 การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
10 ความสะอาดของที่พักในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
11 ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
12 พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
13 ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
14 ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
15 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
16 ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
17 ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
18 ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
19 การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	1	2	3	4	5	99	1	2	3	
20 **ความพึงพอใจในภาพรวม**	1	2	3	4	5		1	2	3	

4 Benefit received

Q56 คุณได้รับประโยชน์ใดบ้างจากการท่องเที่ยวในทริปล่าสุดนี้ **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต	2 ได้ทำกิจกรรมตามที่วางแผนไว้	3 ได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามที่ตั้งใจไว้
4 ได้ทดลองรับประทานอาหารใหม่ๆ	5 ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย	6 ได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่
7 ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม	8 ได้รับความสนุกสนาน	9 ได้ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน
10 ได้ถ่ายรูป	11 ได้พิสูจน์ตนเอง/ได้ท้าทายตนเอง	12 ได้เรียนรู้วัฒนธรรม/ประเพณีใหม่ๆ

5 Review/Word of mouth

Q57 สำหรับทริปล่าสุด คุณได้มีการแบ่งปันประสบการณ์ในเรื่องใดบ้าง **(หลายคำตอบ - โชว์การ์ด)**

1 แหล่งท่องเที่ยว	2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว	3 งานเทศกาล/ประเพณี	4 กิจกรรมในพื้นที่
5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	6 แหล่งชอปปิ้ง	7 เส้นทางในการเดินทาง	8 ตั๋วเดินทางต่างๆ
9 พาหนะในการเดินทาง	10 โรงแรม/ที่พัก	11 ไม่ได้มีการแบ่งปันประสบการณ์ใดๆ **(ข้ามไปถาม Section C)**	

Q58 คุณได้แบ่งปันประสบการณ์ในลักษณะใดและแบ่งปันผ่านช่องทางใด **(หลายคำตอบ - ใช้คำตอบชุดเดียวกัน - โชว์การ์ด)**

ลักษณะการแบ่งปันประสบการณ์	ช่องทางการแบ่งปันประสบการณ์
1 บอกเล่าให้เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จักฟัง	ระบุ .....
2 แชร์รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	ระบุ .....
3 เขียนเล่าเรื่อง (รีวิว) ประสบการณ์ในสื่อสาธารณะต่างๆ	ระบุ .....

ตัวเลือกช่องทาง

1 Facebook	2 Line	3 Instagram
4 Twitter	5 Youtube	6 Tiktok
7 Podcast	8 Pantip	9 ผ่านการพูดคุย
10 อื่นๆ (ระบุ).....		

C. Past (T – 2 and T – 1) Travel Behavior

1 Related information

Q59.1 ในเดือน (T-2) ..... ของปี 2566 คุณได้เดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง ..... ครั้ง

Q59.2 ในเดือน (T-1) ..... ของปี 2566 คุณได้เดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง ..... ครั้ง

Q60 ในแต่ละครั้ง ในเดือน (T-1) .....จังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทาง คือ จังหวัดใด **(หลายคำตอบ – เรียงลำดับจากทริปล่าสุด)**

Q61 คุณไปเที่ยวจังหวัดนั้นๆ ในสัปดาห์ใดของเดือน (T-1) .....

Q62 แต่ละครั้ง เป็นการเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ หรือ แบบค้างคืน

Q63 แต่ละครั้ง เป็นการไปเที่ยวในช่วงวันใด

Q64 แต่ละครั้ง เป็นการไปเที่ยวเอง หรือ ไปกับบริษัทนำเที่ยว

Q65 ก่อนหน้านี้ คุณเคยไปเที่ยวในจังหวัดดังกล่าว มาแล้วหรือไม่

	Q60 จังหวัด (เรียงลำดับจากทริปล่าสุด)	Q61 สัปดาห์	Q62 รูปแบบ		Q63 วัน			Q64		Q65	
			เช้าไปเย็นกลับ	ค้างคืน	จ.-ศ.	ส.-อา.	วันหยุดนักขัตฤกษ์ /วันหยุดพิเศษ	เที่ยวเอง	บริษัทนำเที่ยว	เคย	ไม่เคย
1	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
2	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
3	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
4	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
5	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
6	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
7	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
8	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
9	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
10	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2

D. Future (T + 1 และ T + 2) Travel Behavior

Q66 ในเดือน (T+1) ..... ของปี 2566 คุณวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยว ประมาณกี่ครั้ง ..... ครั้ง

Q67 ในเดือน (T+1) ..... จังหวัดที่จะเป็นจุดหมายปลายทาง คือ จังหวัดใด **(หลายคำตอบ – เรียงลำดับจากทริปที่จะไปก่อน)**

Q68 คุณจะไปเที่ยวจังหวัดนั้นๆ ในสัปดาห์ใดของเดือน (T+1) .....

Q69 แต่ละครั้ง จะเป็นการเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ หรือ แบบค้างคืน

Q70 แต่ละครั้ง จะเป็นการไปเที่ยวในช่วงวันใด

Q71 แต่ละครั้ง จะเป็นการไปเที่ยวเอง หรือ ไปกับบริษัทนำเที่ยว

Q72 ก่อนหน้านี้ คุณเคยไปเที่ยวในจังหวัดดังกล่าว มาแล้วหรือไม่

	Q67 จังหวัด (เรียงลำดับจากทริปล่าสุด)	Q68 สัปดาห์	Q69 รูปแบบ		Q70 วัน			Q71		Q72	
			เช้าไปเย็นกลับ	ค้างคืน	จ.-ศ.	ส.-อา.	วันหยุดนักขัตฤกษ์ /วันหยุดพิเศษ	เที่ยวเอง	บริษัทนำเที่ยว	เคย	ไม่เคย
1	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
2	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
3	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
4	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
5	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
6	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
7	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
8	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
9	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2
10	.....	.....	1	2	1	2	3	1	2	1	2

Q73 ในเดือน (T+2) ..... ของปี 2566 คุณวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยว ประมาณกี่ครั้ง ..... ครั้ง

E. Demographic

E1 สถานภาพสมรส 1 โสด 2 มีคู่รัก (ยังไม่ได้แต่งงาน) 3 แต่งงาน ไม่มีบุตร 4 แต่งงาน มีบุตร (..... คน) 5 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกัน

E2 อาชีพหลัก **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด)**

1 นักเรียน/นักศึกษา 2 ข้าราชการ 3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 พนักงานบริษัทเอกชน 5 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (จดทะเบียน
6 ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เจ้าของกิจการ) 7 ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย (เป็นลูกจ้าง) 8 ฟรีแลนซ์/งานอิ
9 รับจ้างทั่วไป (เช่น ช่างต่างๆ วินมอเตอร์ไซต์) 10 เกษตรกร/ชาวสวน/ชาวนา/ชาวไร่ 11 แม่บ้าน/พ่อบ้าน (ดูแลครอบครัวไม่มีรา
12 เกษียณ 13 ว่างงาน/ตกงาน 14 อื่นๆ (ระบุ).....

E3 ระดับการศึกษาสูงสุดในปัจจุบัน 1 มัธยมต้นหรือต่ำกว่า 2 มัธยมปลาย/ปวช. 3 อนุปริญญา/ปวส.
4 ปริญญาตรี 5 ปริญญาโทหรือสูงกว่า

E4 รายรับ<u>ส่วนตัว</u>ต่อเดือน จากทุกแหล่งรวมกัน **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด– ช่วงรายได้ตามที่ ททท. ใช้งานจริง)** .....

E5 รายรับ<u>ครอบครัว</u>ต่อเดือน จากทุกแหล่งรวมกัน **(ตอบได้<u>คำตอบเดียว</u> - โชว์การ์ด– ช่วงรายได้ตามที่ ททท. ใช้งานจริง)** .....

E6 จำนวนสมาชิกในบ้าน **(นับรวมตัวคุณเองด้วย)** ..... คน

E7 ชื่อ-นามสกุล ..... E8 เบอร์ติดต่อ .....

E9 รายละเอียดเพศ **(ไม่ต้องถาม RD - ให้ใช้การสังเกตจากการสัมภาษณ์ว่า Rd เป็นชายแท้หรือหญิงแท้หรือไม่)**

1 ชายแท้ 2 ชายไม่แท้ (เช่น กระเทย เกย์ เป็นต้น) 3 หญิงแท้ 4 หญิงไม่แท้ (เช่น ทอม เป็นต้น) 5 ระบุไม่ได้แน่ชัดจากการส

พนักงานภาคสนาม ➔ ชื่อ-นามสกุล..... **เบอร์โทรศัพท์**.....

ง. โชว์การ์ด

SHOWCARD

Q1 ความหมายค่าคะแนน
"ความสำคัญ"

1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด
2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย
3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
4 หมายถึง มีความสำคัญมาก
5 หมายถึง มีสำคัญมากที่สุด

Q3 ความหมายค่าคะแนน
"อิทธิพล"

1 หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด
2 หมายถึง มีอิทธิพลน้อย
3 หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง
4 หมายถึง มีอิทธิพลมาก
5 หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด

Q5 คุณมักเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยกับใครบ่อยที่สุด **(หลายคำตอบ)**

1 พ่อ/แม่
2 พี่/น้อง
3 คู่สมรส
4 บุตร
5 ญาติ
6 เพื่อน
7 เพื่อนร่วมงาน
8 แฟน/คู่รัก
9 คนเดียว (ตนเอง)
10 อื่นๆ (ระบุ).....

Q6 ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยคือใคร **(ตอบได้คำตอบเดียว)**

1 พ่อ/แม่
2 พี่/น้อง
3 คู่สมรส
4 บุตร
5 ญาติ
6 เพื่อน
7 เพื่อนร่วมงาน
8 แฟน/คู่รัก
9 คนเดียว (ตนเอง)
10 อื่นๆ (ระบุ).....

SHOWCARD

Q10 แหล่งข้อมูลใดบ้างที่คุณเชื่อถือและใช้เป็นข้อมูลหลัก **(หลายคำตอบ)**

1 คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน)

2 คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน)

3 บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว

4 หน่วยงานภาครัฐ

4.1 เว็บไซต์ของ ททท. 4.2 โฆษณาของ ททท. 4.3 สำนักงานของ ททท.
4.4 การรถไฟแห่งประเทศไทย 4.5 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 4.6 อื่นๆ (ระบุ).....

5 เว็บไซต์เอกชน

5.1 Agoda 5.2 Traveloka 5.3 Booking 5.4 Expedia
5.5 Skyscanner 5.6 Tripadvisor 5.7 Trivago 5.8 Hotels.com
5.9 Trip.com 5.10 Pantip.com 5.11 Wongnai 5.12 เว็บไซต์สายการบิน
5.13 เว็บไซต์รถทัวร์ 5.14 เว็บไซต์ที่พัก

6 Search engine

6.1 Google.com 6.2 Google map 6.3 Maps.me

7 โซเชี่ยลมีเดีย

7.1 Facebook 7.2 Instagram 7.3 Line 7.4 Tiktok 7.5 Twitter 7.6 Youtube

8 สื่อทั่วไป

8.1 โทรทัศน์ 8.2 วิทยุ 8.3 หนังสือนำเที่ยว 8.4 นิตยสารท่องเที่ยว 8.5 อื่นๆ

SHOWCARD

Q11 แผนการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ (หลายคำตอบ)

1 แหล่งท่องเที่ยว

2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว

3 งานเทศกาล/ประเพณี

4 กิจกรรมในพื้นที่

5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม

6 แหล่งช้อปปิ้ง

7 เส้นทางในการเดินทาง

8 ตั๋วเดินทางต่างๆ

9 พาหนะในการเดินทาง

10 โรงแรม/ที่พัก

11 ช่วงเวลา (ที่จะไป)

12 ไม่มีแผนการ

Q12 แผนการท่องเที่ยวดังกล่าวมีความครบถ้วนมากหรือน้อยเพียงใด (ตอบได้คำตอบเดียว)

1 ระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปแต่ละสถานที่

2 ระบุเฉพาะชื่อสถานที่ แต่ไม่ระบุเวลาที่จะไป

3 ระบุแค่รายละเอียดของโรงแรม/ที่พักเท่านั้น

Q13.2 แผนการดังกล่าวมักมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร (หลายคำตอบ)

1 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากเวลาไม่เพียงพอ

2 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากมีสถานที่ใหม่ที่น่าสนใจกว่า

3 มีการเพิ่มสถานที่ใหม่เข้ามาในแผนการท่องเที่ยว

4 มีการเพิ่มวันท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนวันไม่เพียงพอ

SHOWCARD

Q14.1 คุณมักจะพักที่พักรูปแบบใดเป็นหลัก **(หลายคำตอบ)**

1 โรงแรม
2 บังกะโล
3 เกสต์เฮ้าส์
4 รีสอร์ท
5 โฮสเทล
6 โฮมสเตย์
7 บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว
8 ที่พักในอุทยานต่างๆ
9 อื่นๆ (ระบุ) .....

Q15 คุณมักใช้พาหนะใดเป็นหลักในการเดินทางไปจังหวัดปลายทาง **(หลายคำตอบ)**

1 พาหนะส่วนตัว
2 รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)
3 รถเช่า (ขับเอง)
4 เครื่องบิน
5 รถไฟ
6 รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ
7 อื่นๆ (ระบุ).....

Q14.2 คุณมักจะจองที่พักต่างๆ ล่วงหน้า ผ่านช่องทางใด **(หลายคำตอบ)**

1 ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า
2 จองโดยตรงกับที่พัก
3 จองผ่านบริษัทนำเที่ยว
4 จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
5 จองผ่านเว็บไซต์ ➔

5.1 Agoda	5.2 Airbnb	5.3 Booking.com
5.4 Expedia	5.5 Hotel.com	5.6 Traveloka
5.7 Trip advisor	5.8 Trip.com	5.9 เว็บไซต์สายการบิน
10 เว็บไซต์ของที่พัก		

6 ช่องทางอื่นๆ (ระบุ).....

SHOWCARD

Q17 คุณมักแบ่งปันประสบการณ์ในเรื่องใดบ้าง **(หลายคำตอบ)**

1 แหล่งท่องเที่ยว

2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว

3 งานเทศกาล/ประเพณี

4 กิจกรรมในพื้นที่

5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม

6 แหล่งช้อปปิ้ง

7 เส้นทางในการเดินทาง

8 ตั๋วเดินทางต่างๆ

9 พาหนะในการเดินทาง

10 โรงแรม/ที่พัก

11 อื่นๆ

(ระบุ).....

Q18 ช่องทางการแบ่งปันประสบการณ์ **(หลายคำตอบ)**

1 Facebook

2 Line

3 Instagram

4 Twitter

5 Youtube

6 Tiktok

7 Podcast

8 Pantip

9 ผ่านการพูดคุย

10 อื่นๆ (ระบุ) .....

Q21 สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ประโยคใดที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด **(ตอบได้คำตอบเดียว)**

1 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ และทำกิจกรรมใหม่ๆ

2 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ แต่ทำกิจกรรมเดิมๆ

3 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ แต่ทำกิจกรรมใหม่ๆ

4 ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดิมๆ และทำกิจกรรมเดิมๆ

SHOWCARD

Q22 แหล่งท่องเที่ยว **(หลายคำตอบ)**

1 อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน

2 ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์

3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)

4 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)

5 โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม

6 ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น

7 ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)

8 สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง

9 อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์

10 โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ

11 สวนสนุก/สวนสัตว์

12 โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย

13 ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า

14 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม

15 อื่นๆ (ระบุ) .....

SHOWCARD

Q23 ประเภทกิจกรรมที่ทำ **(หลายคำตอบ)**

1 ช้อปปิ้ง

2 ถ่ายรูป

3 ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น

4 ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ

5 นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)

6 ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า

7 ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน

8 ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ

9 เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ

10 วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย

11 ปิกนิก/แคมปิง/นอนรถบ้าน

12 ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม

13 ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา

14 ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น

15 ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน

16 เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)

17 ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน

18 ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม

19 อื่นๆ (ระบุ) .....

SHOWCARD

Q24 ช้อปปิ้งสินค้าประเภท (หลายคำตอบ)

1 ผลิตภัณฑ์อาหารคาว (ปรุงสุก)

2 ผลิตภัณฑ์อาหารคาว (ของแห้ง)

3 ผลิตภัณฑ์อาหารหวาน

4 ผลิตภัณฑ์สมุนไพร/ยาทา/ยาบำรุง

5 เสื้อผ้าสำเร็จรูป (ไม่ใช่ของพื้นเมือง)

6 เสื้อผ้าสำเร็จรูป (ของพื้นเมือง)

7 ผ้าพื้นเมือง/ผ้าไหม/ผ้าทอ/ผ้าซิ่น

8 สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง

9 ของฝาก/ของที่ระลึกทั่วไป (ไม่ใช่เสื้อผ้า)

10 อื่นๆ (ระบุ).....

Q25 ระหว่างการท่องเที่ยว อาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ประเภทใดที่คุณมักให้ความสนใจเป็นพิเศษ (หลายคำตอบ)

1 ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ตามการรีวิว/บอกต่อ

2 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่มีมุมถ่ายรูปสวยๆ

3 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่มีวิวทิวทัศน์สวยงาม

4 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่หรูหราและมีคุณภาพ

5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ประเภท Street food

6 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ที่คนในพื้นที่รับประทาน

7 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ ตามเส้นทางที่ผ่าน

8 อื่นๆ (ระบุ).....

Q26.1 การนมัสการศาสนสถาน/ไหว้พระ มีความสำคัญกับคุณในเรื่องใดเป็นหลัก (หลายคำตอบ)

1 เพื่อปฏิบัติตามประเพณี/เพื่อสืบทอดสิ่งที่ดีงาม

2 เพื่อความสงบ/ยกระดับภาวะทางจิตใจ

3 เพื่อขอพร/เสริมสิริมงคล/เสริมดวงชะตา/แก้ชง

4 เพื่อความสบายใจ/เสริมกำลังใจ

5 ไม่ได้มีความสำคัญในเรื่องใดเป็นพิเศษ แค่อยากทำ

6 อื่นๆ (ระบุ).....

SHOWCARD

Q26.2 ในขณะที่คุณไหว้พระ/ขอพร คุณมีความปรารถนาในเรื่องใดเป็นหลัก **(หลายคำตอบ)**

1 สุขภาพ
2 การเงิน/โชคลาภ
3 การเรียน/การศึกษา
4 ความรัก/ความเมตตา
5 การงาน/ความก้าวหน้า
6 ความปลอดภัย/แคล้วคลาด
7 ไม่ได้มีความปรารถนาเรื่องใด
8 อื่นๆ (ระบุ).....

Q27 คุณมักทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชนใดบ้าง**(หลายคำตอบ)**

1 อุดหนุนร้านค้า/สินค้าท้องถิ่น
2 เข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น
3 ทำกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น
4 ใช้ชีวิตและทำกิจกรรมประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่น (โฮมสเตย์)
5 อื่นๆ (ระบุ).....

Q28 คุณมักทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมใดบ้าง**(หลายคำตอบ)**

1 ท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ
2 ใช้บริการที่พัก/ร้านค้าที่ให้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม
3 เดินทางด้วยพาหนะประหยัดพลังงาน/ช่วยลดมลภาวะ
4 ลดการใช้พลาสติกหรือสิ่งย่อยสลายยากในพื้นที่
5 เข้าร่วมกิจกรรม/เป็นอาสาสมัครอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
6 อื่นๆ (ระบุ).....

SHOWCARD

Q39 คุณเดินทางท่องเที่ยวกับใครบ้าง **(หลายคำตอบ)**

1 พ่อ/แม่
2 พี่/น้อง
3 คู่สมรส
4 บุตร
5 ญาติ
6 เพื่อน
7 เพื่อนร่วมงาน
8 แฟน/คู่รัก
9 คนเดียว (ตนเอง)
10 อื่นๆ (ระบุ).....

Q40 คุณใช้พาหนะใดเป็นหลักในการเดินทางไปจังหวัดปลายทาง **(ตอบได้คำตอบเดียว)**

1 พาหนะส่วนตัว
2 รถเช่า/รถตู้ (พร้อมคนขับ)
3 รถเช่า (ขับเอง)
4 เครื่องบิน
5 รถไฟ
6 รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์/รถตู้สาธารณะ
7 อื่นๆ (ระบุ).....

Q41 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวครั้งนี้ของคุณคืออะไร **(ตอบได้คำตอบเดียว)**

1 เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน
2 เพื่อการเรียนรู้/การเปิดโลกทัศน์/การหามุมมองใหม่ๆ ให้ชีวิต
3 เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต
4 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี/เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับคนที่เดินทางด้วย
5 เพื่อสร้างความทรงจำ/เพื่อสะสมประสบการณ์ชีวิต
6 เพื่อทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น (ใช้เวลาอยู่กับตนเอง/มีเวลาทบทวนสิ่งต่างๆ ในชีวิต)
7 เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เพื่อความศรัทธาทางศาสนา
8 เพื่อพาญาติผู้ใหญ่ไปท่องเที่ยว
9 เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง/สังคม (ทันสมัย/ไม่ตกเทรน)
10 เพื่อทำประโยชน์ให้สังคม (ช่วยเหลือ/กระจายรายได้สู่ชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)

SHOWCARD

Q42 จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

(ตอบได้คำตอบเดียว)

1 ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น
2 ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น
3 ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี/วัฒนธรรม/การละเล่นในพื้นที่
4 ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน
5 ความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม/ศิลปะในพื้นที่
6 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
7 ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่
8 ความหลากหลายของที่พักในพื้นที่
9 การคงสภาพเดิม (ไม่มีการปรุงแต่ง) ของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว
10 ความสะอาดของที่พักในพื้นที่
11 ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในพื้นที่
12 พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่แออัด
13 ความปลอดภัยภายในพื้นที่ (ด้านอาชญากรรม)
14 ความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของคนในพื้นที่
15 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
16 ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)
17 ความสะดวกของการเดินทางภายในพื้นที่ (รถสาธารณะ สภาพเส้นทาง ระยะทาง และเวลา)
18 ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (การรีวิว/การบอกเล่าประสบการณ์)
19 การประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
20 เป็นความชอบ/ความต้องการของคนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน

SHOWCARD

Q43.1 คุณพักที่พักรูปแบบใดเป็นหลัก

(ตอบได้คำตอบเดียว)

1 โรงแรม 2 บังกะโล 3 เกสต์เฮ้าส์ 4 รีสอร์ท

5 โฮสเทล 6 โฮมสเตย์ 7 บ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว

8 ที่พักในอุทยานต่างๆ 9 อื่นๆ (ระบุ) .....

Q43.2 คุณจองผ่านช่องทางใด

(ตอบได้คำตอบเดียว)

1 ไม่ได้มีการจองล่วงหน้า

2 จองโดยตรงกับที่พัก

3 จองผ่านบริษัทนำเที่ยว

4 จองตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

5 จองผ่านเว็บไซต์ ➔

5.1 Agoda 5.2 Airbnb 5.3 Booking.com

5.4 Expedia 5.5 Hotel.com 5.6 Traveloka

5.7 Trip advisor 5.8 Trip.com 5.9 เว็บไซต์สายการบิน

10 เว็บไซต์ของที่พัก

6 ช่องทางอื่นๆ (ระบุ).....

SHOWCARD

Q44 แหล่งท่องเที่ยว (หลายคำตอบ)

1 อุทยาน/เขตอนุรักษ์/ป่าชายเลน

2 ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวทางดอกไม้และพืชพันธุ์

3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำจืด (เช่น เขื่อน, แม่น้ำ)

4 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำเค็ม (เช่น เกาะ, ทะเล)

5 โบราณสถาน/ศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม

6 ศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญาท้องถิ่น

7 ชุมชน/หมู่บ้าน (ศึกษาความเป็นมาและเรียนรู้วิถีชีวิต)

8 สถาปัตยกรรม/อาคาร/บ้านเรือน/เหมือง/คูเมือง

9 อนุสาวรีย์/พิพิธภัณฑ์

10 โรงภาพยนตร์/โรงละคร/โรงมหรสพ

11 สวนสนุก/สวนสัตว์

12 โครงการหลวง/ศูนย์วิจัย

13 ถนนคนเดิน/ตลาด/ห้างสรรพสินค้า

14 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม

15 อื่นๆ (ระบุ) .....

SHOWCARD

Q45 ประเภทกิจกรรมที่ทำ **(หลายคำตอบ)**

1 ช้อปปิ้ง

2 ถ่ายรูป

3 ชิมอาหาร/เครื่องดื่ม/ผลไม้ท้องถิ่น

4 ทำสมาธิ/นั่งสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ

5 นมัสการศาสนสถาน (เช่น ไหว้พระ/ขอพร)

6 ชมวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ/ดูดาว/ดูหิ่งห้อย/ดูสัตว์ป่า

7 ทำกิจกรรมที่ขึ้นชื่อของพื้นที่/ชุมชน

8 ว่ายน้ำ/ล่องแก่ง/เจ็ตสกี/ล่องแพ

9 เที่ยวสวนสนุก/สวนน้ำ/สวนสาธารณะ

10 วิ่ง/ขี่จักรยาน/ออกกำลังกาย

11 ปิกนิก/แคมปิง/นอนรถบ้าน

12 ชมพิพิธภัณฑ์/นิทรรศการศิลปวัฒนธรรม

13 ชมคอนเสิร์ต/การแสดงสดต่างๆ/กีฬา

14 ชมกิจกรรม/งานเทศกาลของท้องถิ่น

15 ชมตลาดน้ำ/ตลาดบก/ถนนคนเดิน

16 เรียนรู้/ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ (เช่น ประวัติศาสตร์/วิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ประเพณี)

17 ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ/อุดหนุนชุมชน

18 ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม

19 อื่นๆ (ระบุ) .....

SHOWCARD

Q49 แหล่งข้อมูลใดบ้างที่คุณเชื่อถือและใช้เป็นข้อมูลหลัก **(หลายคำตอบ)**

1 คนรู้จัก (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน)

2 คนในพื้นที่ (เจ้าของที่พัก/ร้านค้าต่างๆ/ชาวบ้าน)

3 บริษัทนำเที่ยว/ไกด์นำเที่ยว

4 หน่วยงานภาครัฐ

4.1 เว็บไซต์ของ ททท. 4.2 โฆษณาของ ททท. 4.3 สำนักงานของ ททท.
4.4 การรถไฟแห่งประเทศไทย 4.5 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 4.6 อื่นๆ (ระบุ).....

5 เว็บไซต์เอกชน

5.1 Agoda 5.2 Traveloka 5.3 Booking 5.4 Expedia
5.5 Skyscanner 5.6 Tripadvisor 5.7 Trivago 5.8 Hotels.com
5.9 Trip.com 5.10 Pantip.com 5.11 Wongnai 5.12 เว็บไซต์สายการบิน
5.13 เว็บไซต์รถทัวร์ 5.14 เว็บไซต์ที่พัก

6 Search engine

6.1 Google.com 6.2 Google map 6.3 Maps.me

7 โซเชี่ยลมีเดีย

7.1 Facebook 7.2 Instagram 7.3 Line 7.4 Tiktok 7.5 Twitter 7.6 Youtube

8 สื่อทั่วไป

8.1 โทรทัศน์ 8.2 วิทยุ 8.3 หนังสือนำเที่ยว 8.4 นิตยสารท่องเที่ยว 8.5 อื่นๆ

SHOWCARD

Q50.2 แผนการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ล่วงหน้า (หลายคำตอบ)

1 แหล่งท่องเที่ยว

2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว

3 งานเทศกาล/ประเพณี

4 กิจกรรมในพื้นที่

5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม

6 แหล่งช้อปปิ้ง

7 เส้นทางในการเดินทาง

8 ตั๋วเดินทางต่างๆ

9 พาหนะในการเดินทาง

10 โรงแรม/ที่พัก

11 ช่วงเวลา (ที่จะไป)

12 ไม่มีแผนการ

Q51 แผนการท่องเที่ยวดังกล่าวมีความครบถ้วนมากหรือน้อยเพียงใด (ตอบได้คำตอบเดียว)

1 ระบุรายละเอียดทุกอย่างพร้อมช่วงเวลาที่จะไปในแต่ละสถานที่

2 ระบุเฉพาะชื่อสถานที่ แต่ไม่ระบุเวลาที่จะไป

3 ระบุแค่รายละเอียดของโรงแรม/ที่พักเท่านั้น

Q52.2 แผนการดังกล่าวมักมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร (หลายคำตอบ)

1 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากเวลาไม่เพียงพอ

2 มีการตัดบางสถานที่ออกไป เนื่องจากมีสถานที่ใหม่ที่น่าสนใจกว่า

3 มีการเพิ่มสถานที่ใหม่เข้ามาในแผนการท่องเที่ยว

4 มีการเพิ่มวันท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนวันไม่เพียงพอ

SHOWCARD

Q53 ความหมายค่าคะแนน "ความพึงพอใจ"

1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

Q54 ความหมายค่าคะแนน "ความคาดหวัง"

1 หมายถึง น้อยกว่าที่คาดหวัง

2 หมายถึง เท่ากับที่คาดหวัง

3 หมายถึง มากกว่าที่คาดหวัง

Q56 คุณได้รับประโยชน์ใดบ้างจากการท่องเที่ยวในทริปล่าสุดนี้ (หลายคำตอบ)

1 ได้ค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต
2 ได้ทำกิจกรรมตามที่วางแผนไว้
3 ได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามที่ตั้งใจไว้
4 ได้ทดลองรับประทานอาหารใหม่ๆ
5 ได้ใช้เวลากับคนที่เดินทางด้วย
6 ได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่
7 ได้ชมวิว/ทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม
8 ได้รับความสนุกสนาน
9 ได้ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน
10 ได้ถ่ายรูป
11 ได้พิสูจน์ตนเอง/ได้ท้าทายตนเอง
12 ได้เรียนรู้วัฒนธรรม/ประเพณีใหม่ๆ

Q57 สำหรับทริปล่าสุด คุณได้มีการแบ่งปันประสบการณ์ในเรื่องใดบ้าง (หลายคำตอบ)

1 แหล่งท่องเที่ยว
2 จุดถ่ายรูป/จุดชมวิว
3 งานเทศกาล/ประเพณี
4 กิจกรรมในพื้นที่
5 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม
6 แหล่งช้อปปิ้ง
7 เส้นทางในการเดินทาง
8 ตั๋วเดินทางต่างๆ
9 พาหนะในการเดินทาง
10 โรงแรม/ที่พัก
11 ไม่ได้มีการแบ่งปันประสบการณ์ใดๆ

SHOWCARD

Q58 ช่องทางการแบ่งปันประสบการณ์

(หลายคำตอบ)

1 Facebook

2 Line

3 Instagram

4 Twitter

5 Youtube

6 Tiktok

7 Podcast

8 Pantip

9 ผ่านการพูดคุย

10 อื่นๆ (ระบุ) .....

E2 อาชีพหลัก

(ตอบได้คำตอบเดียว)

1 นักเรียน/นักศึกษา

2 ข้าราชการ

3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4 พนักงานบริษัทเอกชน

5 เจ้าของกิจการ
(จดทะเบียนการค้า)/ธุรกิจส่วนตัว

6 ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย
(เจ้าของกิจการ)

7 ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า/หาบเร่/แผงลอย
(เป็นลูกจ้าง)

8 ฟรีแลนซ์/งานอิสระ

9 รับจ้างทั่วไป
(เช่น ช่างต่างๆ วินมอเตอร์ไซต์)

10 เกษตรกร/ชาวสวน/ชาวนา/ชาวไร่

11 แม่บ้าน/พ่อบ้าน
(ดูแลครอบครัวไม่มีรายได้)

12 เกษียน

13 ว่างงาน/ตกงาน

14 อื่นๆ (ระบุ).....

SHOWCARD

E4 รายรับส่วนตัวต่อเดือน จากทุกแหล่งรวมกัน

(ตอบได้คำตอบเดียว)

1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

2 10,001 - 15,000 บาท

3 15,001 - 30,000 บาท

4 30,001 - 45,000 บาท

5 45,001 - 60,000 บาท

6 60,001 - 75,000 บาท

7 75,001 - 90,000 บาท

8 มากกว่า 90,000 บาท

9 ไม่มีรายได้

E5 รายรับครอบครัวต่อเดือน จากทุกแหล่งรวมกัน

(ตอบได้คำตอบเดียว)

1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

2 10,001 - 15,000 บาท

3 15,001 - 30,000 บาท

4 30,001 - 45,000 บาท

5 45,001 - 60,000 บาท

6 60,001 - 75,000 บาท

7 75,001 - 90,000 บาท

8 มากกว่า 90,000 บาท

9 ไม่มีรายได้