



1600 ถนนพหลโยธิน เขตปทุมธานี
นครหลวง กรุงเทพฯ 10400

www.tourismthailand.org



ภาพประกอบ: ภาพกิจกรรม

โครงการสำรวจทัศนคติและ
พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

ของชาวไทยในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว

รายงานฉบับสมบูรณ์

จังหวัดกาญจนบุรี



บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแต้นซ์ จำกัด
304 ซีน 5 อาคารทีโอทีทรีพลี ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุคนอก เขตปทุมธานี กรุงเทพฯ 10240
โทรศัพท์ : 0-2374-7141 โทรสาร : 0-2731-7738

นำเสนอโดย



บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแต้นซ์ จำกัด



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สารบัญ

	หน้า
1. ความเป็นมา	7
2. วัตถุประสงค์การศึกษา	7
3. วิธีการวิจัย	7
บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง	10
1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง	10
1.1.1 เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	11
1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	12
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	16
2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	17
2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	18
2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี	18
2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	19
2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	20
2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	21
2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	22
2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	24
2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	26
2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	27
บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว	28
3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ	28
3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า	29
3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	31
3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)	32
3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด	33
3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	34
บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม	36
4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	36
4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	36
บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี(Media Habits)	39
5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	39
5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	40
5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดกาญจนบุรี	42
6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	42
6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	43
6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามภูมิหลังทางกายภาพ	44
6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	44
6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต	46
6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	46
6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพักค้างคืน	47
6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม	47
6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทาง	48
6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า	48
6.3.6 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	49
6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	49
6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต	50
6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	50
6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอิมเม็บบางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	50
6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	51
6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	51
6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	52
6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	52

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม	14
ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา	22
ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ	23
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	25
ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	30
ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	42
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	43
ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนัยระหว่างการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	46
ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	47
ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	49
ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	53

สารบัญแนภูมิภาพ

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	10
แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	10
แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา	11
แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	11
เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	
แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	12
แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบภาพรวม 10 จังหวัด	12
แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด	14
แผนภูมิภาพที่ 8 แสดงสัดส่วนประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	16
แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	16
แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	17
แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้เข้าร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	17
แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้เข้าร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก	17
แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่(ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของ ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	18
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	18
แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี 15 อันดับแรก	19
แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	20
แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดด้วย เปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน	20
แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	21
แผนภูมิภาพที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	21
แผนภูมิภาพที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนหนึ่งครั้ง	22

สารบัญแผนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 21 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	22
แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	24
แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	24
แผนภูมิภาพที่ 24 แสดงสัดส่วนทัศนคติต่อการเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล เฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว	26
แผนภูมิภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	26
แผนภูมิภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบกับอีก 9 จังหวัดที่ทำการศึกษา	27
แผนภูมิภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคในผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	27
แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	28
แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบระหว่างช่วงอายุ	28
แผนภูมิภาพที่ 30 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่วางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	29
แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	29
แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	30
แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีวางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า	31
แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	31
แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง “จุดประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	32
แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	32
แผนภูมิภาพที่ 37 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามช่วงอายุ	32
แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด ในอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	33

สารบัญแนภูมิภาพ(ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 39 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	34
แผนภูมิภาพที่ 40 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามช่วงอายุ	34
แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	34
แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเคยไปเยี่ยมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	36
แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรียังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	37
แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	38
แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด จำแนกตามอายุ	38
แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	39
แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	40
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีและสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่าย	40
แผนภูมิภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายจำแนกตามกลุ่มอายุ	41
แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามภูมิหลังทางกายภาพ	44
แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	44
แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	46
แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	47
แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)	48
แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีแผนการเดินทางแบบพักค้างคืน	48
แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง “วัตถุประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	49
แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	50
แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดเอิบทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	50
แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	51
แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	51
แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	52

1. ความเป็นมา

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งในสังคมยุคสมัยปัจจุบัน โดยเฉพาะหากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้านการเดินทางท่องเที่ยวกับพัฒนาการของสังคมในด้านต่าง ๆ ไปพร้อมกันเนื่องจากมีแนวโน้มที่เชื่อได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสังคมกับทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบเริ่มต้นที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาการของสังคมตามมา หรือเป็นไปในทิศทางกลับกันก็ตามแต่สิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องจับตามองคือแนวโน้มหรือทิศทางของพัฒนาการนั้นซึ่งจะส่งผลต่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทิศทางเคลื่อนไหวที่กำลังจะเกิดขึ้น จึงนับเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อนำมาต่อยอดจากผลการศึกษาครั้งที่ผ่านมาซึ่งเป็นการศึกษาทำความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยได้มีการนำทฤษฎี “ความต้องการในการดำรงชีวิตของมาสโลว์” มาเป็นกรอบในการศึกษาเช่นเดียวกัน แต่ได้เปลี่ยนแปลงขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมชาวไทยที่มีศักยภาพด้านการเดินทางท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตต่างจังหวัดของทุก ๆ ภูมิภาคในประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

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

3. วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเป็น 3 แบบตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ในข้อเสนอโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

2. การวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ชาวไทยในจังหวัดที่กำหนด ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านทัศนคติ พฤติกรรม และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเก็บข้อมูลและประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

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

3.1 วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามและจำนวนหน่วยตัวอย่าง

3.1.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง (Respondent Qualification)

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

ทั้งนี้กำหนดให้การกระจายตัวของหน่วยตัวอย่างสามารถครอบคลุมกลุ่มย่อยในประชากรกลุ่มอายุต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมเหมาะสมกับสัดส่วนของประชากรในพื้นที่เป้าหมายดังนี้

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

3.1.2 พื้นที่ดำเนินการเก็บข้อมูล (Sampling Frame)

สำหรับจังหวัดกาญจนบุรีซึ่งเป็นหนึ่งในสิบพื้นที่ที่ศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 19 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2553 เริ่มที่อำเภอเมือง ในระหว่างวันที่ 19-27 พฤศจิกายน 2553 และอีกช่วงหนึ่งสำหรับอำเภอรอบนอก ได้สุ่มสำรวจเพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่อำเภอท่ามะกา ระหว่างวันที่ 28 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2553 ซึ่งผลการเก็บข้อมูลภาคสนามในภาพรวมก็สามารถประสบความสำเร็จด้วยดี

3.1.3 จำนวนหน่วยตัวอย่าง (Sample Size)

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

สมมติฐาน

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

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างที่คำนวณได้ตามเงื่อนไข
จังหวัดกาญจนบุรี	ไม่น้อยกว่า 400 ราย

อย่างไรก็ตามเพื่อให้จำนวนหน่วยตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกมีการกระจายตัวอย่างครอบคลุมและเหมาะสม จึงเพิ่มจำนวนหน่วยตัวอย่างเป็นเท่ากับหรือมากกว่า 700 รายโดยแบ่งสัดส่วนและกำหนดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างดังนี้

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างและรายละเอียด
เทศบาลอำเภอเมือง	- จำนวน 419 ราย - กระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ของเทศบาล ตามรายละเอียดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างตามข้อ 3.1.4
อำเภอรอบนอก	- จำนวน 293 ราย - อำเภอที่ห่างจากอำเภอเมืองมากกว่า 30 กม. ได้แก่ อำเภอท่ามะกา

3.1.4 วิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง (Sampling Method)

- พื้นที่เขตเทศบาล (Multi-Stage Random Sampling)

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

- พื้นที่ต่างอำเภอ (Systematic Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)



3.1.5 คำบรรยายศัพท์ที่นำมาใช้เป็นการเฉพาะในรายงาน

ผู้เดินทาง หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ผู้เดินทางอำเภอเมือง หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง และได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภออื่นนอกเหนือจากอำเภอเมือง และได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

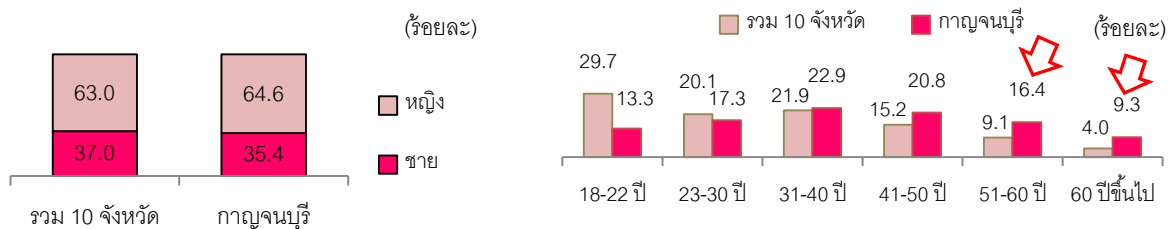
รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของ
ชาวไทยในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว
- กาญจนบุรี -

บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง

1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสุ่มสำรวจผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่า หน่วยตัวอย่างเป็นเพศหญิงในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 64.6 ขณะที่เพศชายเพียงร้อยละ 35.4 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานระยะกลางและปลาย (ร้อยละ 22.9 และร้อยละ 20.8)

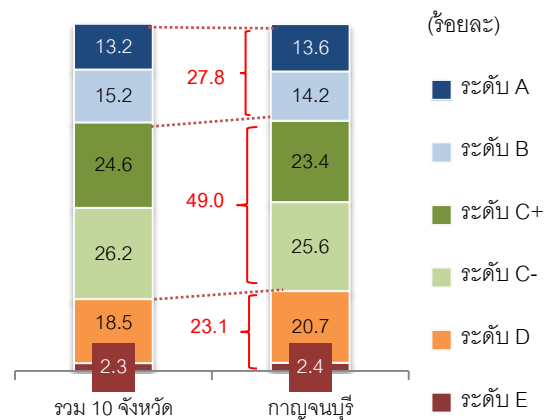
ถึงแม้ว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในกลุ่มที่อายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่น้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานก่อนเกษียณอายุตั้งแต่ 51 ปีถึงวัยเกษียณ แต่ก็เป็นที่ศึกษาที่คนกลุ่มอายุนี้มีสัดส่วนของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อยปีละครั้ง ในสัดส่วนที่สูงจังหวัดหนึ่ง ร้อยละ 16.4 และร้อยละ 9.3 ตามลำดับ



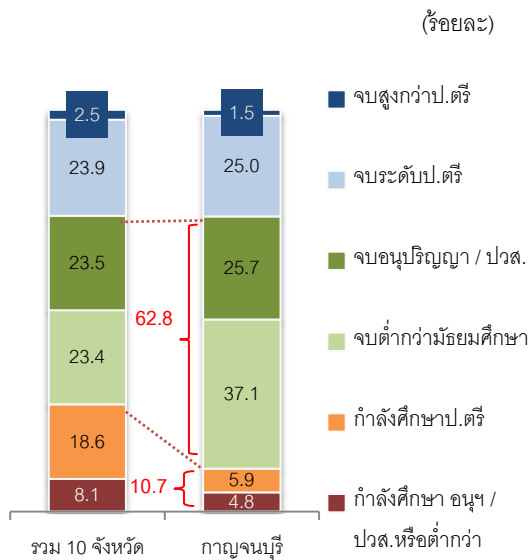
แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาจากเศรษฐกิจฐานะ (SES) หรือรายได้ครอบครัวต่อเดือน พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางแบบพักค้างคืนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีเศรษฐกิจฐานะปานกลาง (ร้อยละ 49.0) โดยมีสัดส่วนของกลุ่มคนเศรษฐกิจฐานะระดับ AB ร้อยละ 27.8 และเศรษฐกิจฐานะระดับ DE ร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามสัดส่วนเศรษฐกิจฐานะในทุก ๆ ระดับที่กล่าวถึงไม่แตกต่างสัดส่วนในภาพรวมเท่าใดนัก หรือกล่าวได้ว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่มีฐานะในระดับปานกลาง



แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

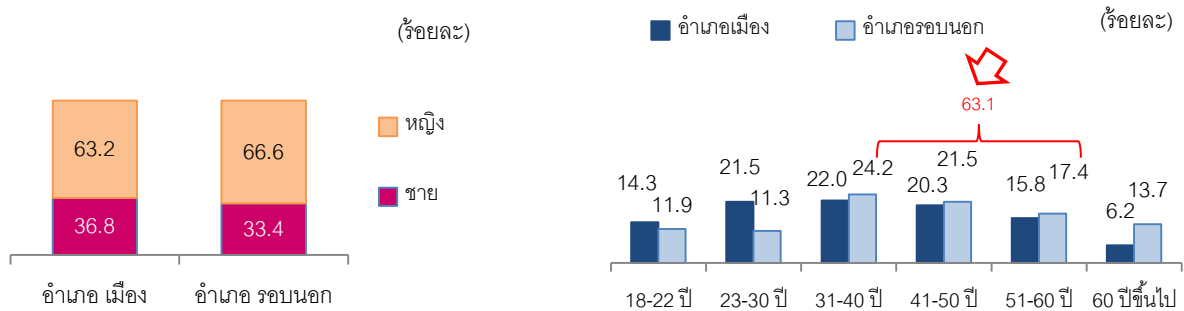


แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

แต่หากมาพิจารณาในประเด็นของพื้นฐานการศึกษากลับพบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี แตกต่างจากภาพรวมค่อนข้างมาก กล่าวคือ กลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงกลับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเกินกึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 62.8) ขณะที่มีส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนนักศึกษาในสัดส่วนที่ไม่สูงมาก รวมกันเพียงร้อยละ 10.7 ต่ำกว่าภาพรวมที่มีสัดส่วนกลุ่มนี้รวมกันถึงร้อยละ 26.7 ขณะที่กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากภาพรวม

1.1.1 เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

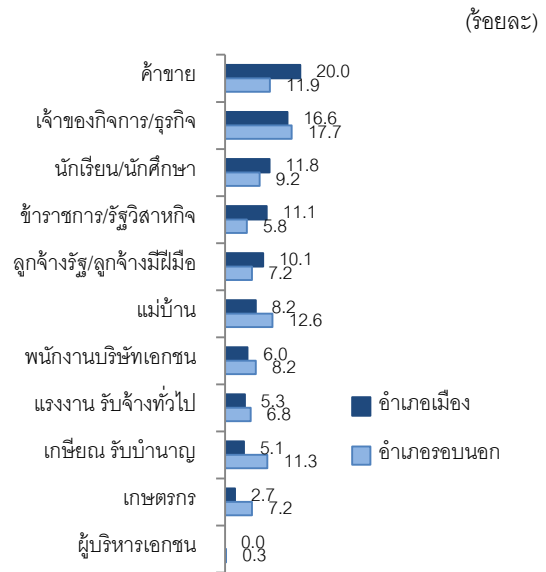
เมื่อเปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเช่นเดียวกันและในสัดส่วนที่ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก



แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

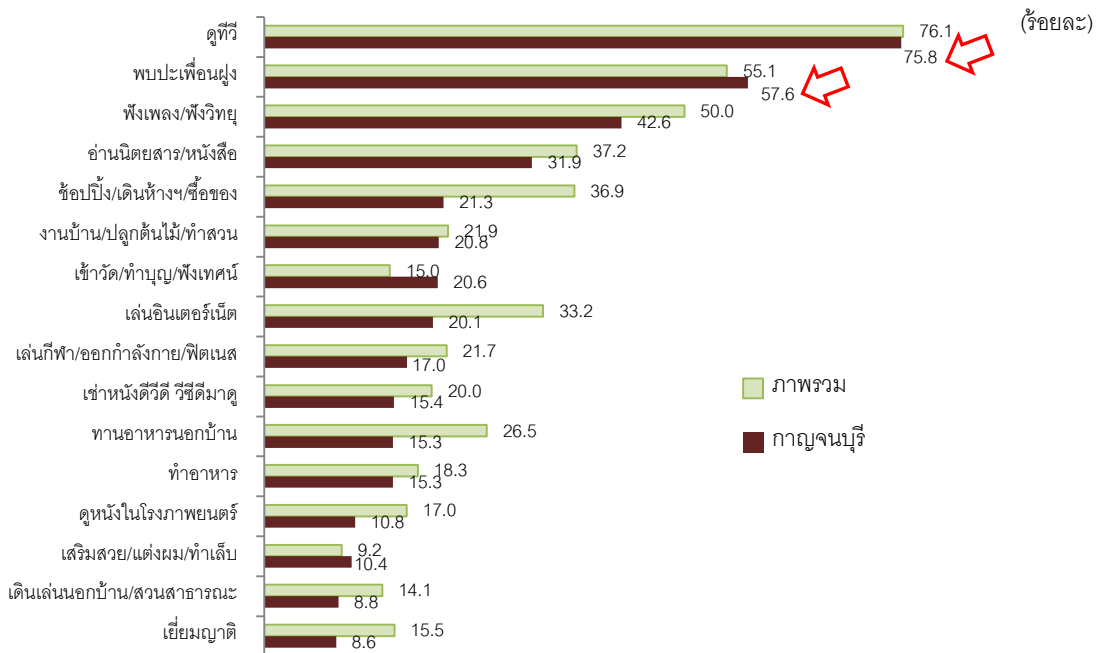
แต่หากพิจารณากลุ่มอายุกลับพบความแตกต่างในคุณลักษณะทางภูมิหลังทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก มีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงานระยะกลางถึงปลายเกินกว่ากึ่งหนึ่ง (รวมกันร้อยละ 63.1) ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มอายุเฉลี่ยน้อยกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก โดยมีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่อายุน้อยกว่าหรือนักเรียน/นักศึกษาเป็นส่วนใหญ่

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า กลุ่มผู้เดินทางที่ค้าขายในอำเภอเมืองหรือกลุ่มเจ้าของกิจการมีส่วนส่วนการเดินทางที่สูง แต่หากเป็นกลุ่มอาชีพอื่นๆ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และกลุ่มลูกจ้างแรงงานมีฝีมือในเมือง (ร้อยละ 11.8 ร้อยละ 11.1 ร้อยละ 10.1 ตามลำดับ) มีแนวโน้มท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มเดียวกันที่อยู่อำเภอรอบนอก ในทิศทางกลับกันกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเกษียณหรือกลุ่มเกษตรกร แรงงาน (ร้อยละ 12.6 ร้อยละ 11.3 ร้อยละ 7.2 และร้อยละ 6.8 ตามลำดับ) ที่อยู่ในอำเภอรอบนอกมีส่วนส่วนการเดินทางที่สูงกว่าอำเภอเมืองอยู่บ้าง



แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี



แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

หากพิจารณากิจกรรมยามว่าง (ในรายกิจกรรม) ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี 10 อันดับแรก พบว่า ไม่แตกต่างไปจากภาพรวมมากนัก กล่าวคือ กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่ยังคงเป็นการดูทีวีอยู่ที่บ้าน (ร้อยละ 75.8) รวมถึงกิจกรรมที่ออกมาพบปะเพื่อนฝูง ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ ช้อปปิ้ง/เดินห้างฯ/ซื้อของ รวมถึงทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน และเข้าวัด/ทำบุญ

/พื้นที่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 57.6 ร้อยละ 42.6 ร้อยละ 31.9 ร้อยละ 21.3 ร้อยละ 20.8 และร้อยละ 20.6 ตามลำดับ)

โดยเป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มกิจกรรมที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีแนวโน้มชอบทำกิจกรรมยามว่างมากกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวม 10 จังหวัดอยู่บ้าง ได้แก่ กิจกรรมการออกไปแลกเปลี่ยนพบปะเพื่อนฝูง ขณะที่กลุ่มกิจกรรมยามว่างที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนิยมทำในสัดส่วนที่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่ กิจกรรมช้อปปิ้ง/เดินห้าง/ซื้อของ และการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตในวันพักผ่อนยามว่าง

อย่างไรก็ดี พบว่ากลุ่มเป้าหมายของการศึกษารุ่นนี้ (รวม 10 จังหวัด) ได้เลือกทำกิจกรรมยามว่างในลักษณะที่เป็นแบบแผน โดยลักษณะของแบบแผนการเลือกทำกิจกรรมยามว่างนั้น สามารถสื่อให้เห็นภาพของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น (เพื่อการจัดทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ) เป็น 7 กลุ่มกิจกรรม โดยมีสัดส่วนของแต่ละลักษณะกลุ่มกิจกรรมยามว่าง ที่กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีชื่นชอบ ดังนี้

สรุปพฤติกรรมยามว่างของชาวกาญจนบุรี

ประเภทกลุ่มกิจกรรม	ลักษณะรายละเอียดกิจกรรมยามว่างของแต่ละกลุ่มกิจกรรมยามว่างนิยมปฏิบัติเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย
กลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้าน ดูทีวี ฟังเพลง” (ร้อยละ 46.5)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างอยู่ภายในบ้าน ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ ปลูกต้นไม้/ทำสวน ทำอาหารทานกันเองเป็นส่วนใหญ่ แต่บางครั้งก็ออกไปพบปะเพื่อนฝูง หรือช้อปปิ้ง/เดินห้าง/ซื้อของ เป็นบางครั้ง โดยเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับศาสนา เข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ มากกว่าพฤติกรรมกลุ่มเดียวกันในจังหวัดอื่นๆ
กลุ่มกิจกรรม “แลกเปลี่ยนพบปะ” (ร้อยละ 28.7)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการออกไปพบปะเพื่อนฝูง นัดทานอาหารนอกบ้าน หากกลับเข้าบ้านก็ดูทีวี เข้าห้างดีวีดี วีซีดีมาดู ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน และก็ไม่ละเลยที่จะเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ อย่างสม่ำเสมอ
กลุ่มกิจกรรม “เน็ตหรือเกมส์” (ร้อยละ 14.2)	กลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่นิยมว่างกับการใช้อินเทอร์เน็ต เล่นเกมส์ พร้อมไปกับการฟังเพลง/ฟังวิทยุ ดูทีวี หรืออ่านนิตยสาร/หนังสืออยู่กับบ้าน แต่ออกมาเดินเล่นตามห้าง พบปะเพื่อนฝูง ทานอาหาร ดูหนังในโรงภาพยนตร์เป็นบางครั้ง
กลุ่มกิจกรรม “เดินเล่น ตามห้างฯ” (ร้อยละ 4.2)	ขณะที่กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างอยู่ตามห้างสรรพสินค้า นัดหมายพบปะเพื่อนฝูง เดินเล่น กินข้าวหรือดูหนังตามห้างสรรพสินค้า และหากกลับมาที่บ้านก็จะเล่นอินเทอร์เน็ต ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ เสริมสวย/แต่งผม/ทำเล็บเป็นบางครั้ง

ประเภทกลุ่มกิจกรรม (ต่อ) ลักษณะรายละเอียดกิจกรรมยามว่างของแต่ละกลุ่มกิจกรรมยามว่างนิยมปฏิบัติเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

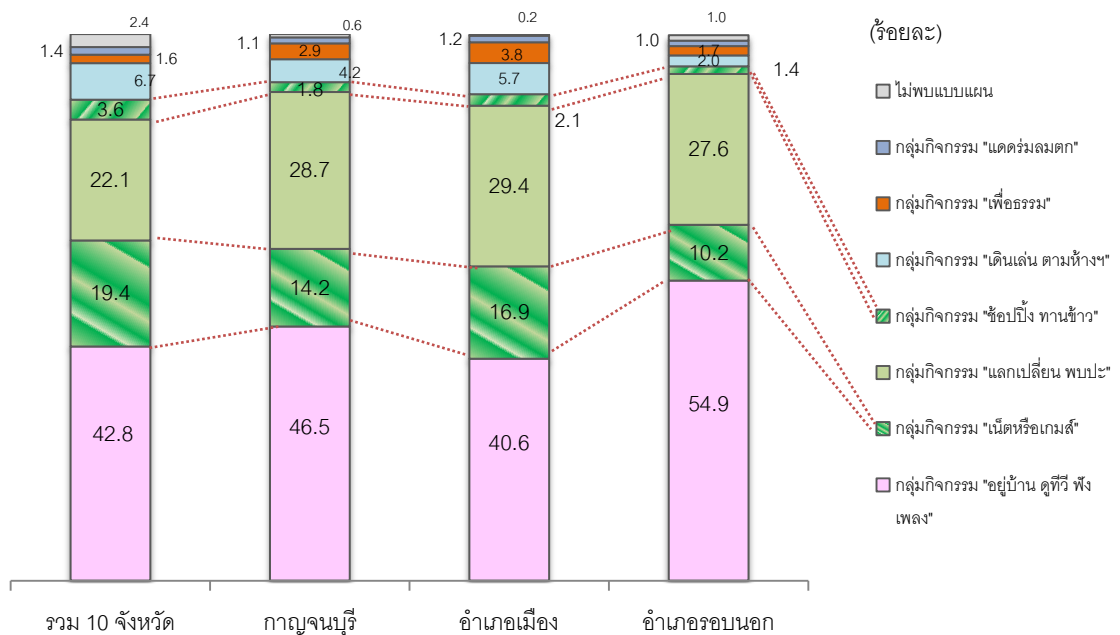
กลุ่มกิจกรรม "ซอปปิง ทานข้าว" (ร้อยละ 1.8)
 กลุ่มนี้มักมีสัดส่วนสูงในจังหวัดนครสวรรค์ แต่กลับเป็นพฤติกรรมยามว่างที่ได้รับความนิยมน้อยในเมืองนี้ โดยมักใช้เวลาว่างในการซื้อของใช้เข้าบ้าน เดินซอปปิง/เดินห้างฯ แล้วแวะไปเยี่ยมญาติ พบเพื่อน ชวนกันทานอาหารนอกบ้าน เมื่อกลับเข้าบ้านก็จะดูทีวี ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน เข้าอินเทอร์เน็ตตรวจข่าวสารข้อมูล และทำอาหารทานกันเองเป็นบางครั้ง แต่ก็ไม่ค่อยจะเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์เป็นครั้งคราว

กลุ่มกิจกรรม "แดดร่มลมตก" (ร้อยละ 1.1)
 กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนอกบ้าน ออกไปพบปะเพื่อนฝูง ทานอาหารนอกบ้าน เที่ยวผับ/บาร์ สัງสรรค์ หากกลับเข้าบ้านก็จะ ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ เชาหนังดีวีดี วีซีดีมาดู เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี จำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม

เป็นที่น่าสนใจว่า หากเปรียบเทียบกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีกับภาพรวมทั้ง 10 จังหวัด พบว่า โดยภาพรวมผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีใช้เวลาว่างอยู่บ้านดูทีวี ฟังเพลงสูงกว่ากลุ่มเป้าหมายจังหวัดอื่น ๆ มาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอก รวมถึงยังคงมีพฤติกรรมการใช้เวลาว่างออกไปมาหาสูญาติและมิตรสหายในรูปแบบคล้ายชาวชนบทมากกว่าที่จะเลือกใช้เวลาเดินเล่นตามห้างสรรพสินค้าในลักษณะเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ

นอกจากนั้น ยังพบแนวโน้มว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ให้ความสนใจที่จะใช้เวลาว่างกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในสัดส่วนที่ไม่สูงนัก (ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี มีสัดส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดอื่น ๆ)



แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด

เมื่อเปรียบเทียบภายในกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีด้วยกัน โดยแบ่งออกเป็นผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีพฤติกรรมการใช้เวลาว่างเพียง 2 อย่างหลัก ๆ เท่านั้น ได้แก่ อยู่กับบ้านกับออกไปพบปะคนรู้จักเพื่อนฝูง (ร้อยละ 54.9 และร้อยละ 27.6 ตามลำดับ) โดยยังได้รับอิทธิพลจากความเจริญทางวัตถุเทคโนโลยี ประเภทห้างสรรพสินค้าและอินเทอร์เน็ตยังไม่สูงมากนัก

กล่าวสรุปในส่วนนี้ได้ว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมี 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกเป็นผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงานระยะกลางถึงปลายเกินกว่ากึ่งหนึ่ง อีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มอายุเฉลี่ยน้อยกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่อายุน้อยกว่าหรือนักเรียน/นักศึกษา

กลุ่มกิจกรรมยามว่างที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนิยมทำมากที่สุดได้แก่ กลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้านดูทีวี ฟังเพลง” และกลุ่มกิจกรรม “แลกเปลี่ยนพบปะ” ขณะที่กลุ่มกิจกรรม “ช้อปปิ้งทานข้าว” หรือเดินเล่นตามห้าง รวมถึง “เน็ตหรือเกมส์” กลับยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ซึ่งทำให้อนุมานได้ว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรียังคงรักษาไว้ซึ่งความเป็นสังคมเมืองกึ่งชนบท ไว้ได้อย่างเหนียวแน่น (หมายเหตุผู้วิจัย: แตกต่างกับจังหวัดอื่นซึ่งมีแนวโน้มหันไปพึ่งพาความเจริญของวัตถุ แอร์เย็นตามห้างสรรพสินค้า แล้วละเลยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมภายในกับครอบครัว ด้วยการ “อยู่บ้านดูทีวีด้วยกัน” หรือกับญาติมิตรด้วยการ “ออกไปแลกเปลี่ยนพบปะที่บ้านของกันและกันแบบเดิม” ทำให้พฤติกรรมเชิงสังคมแบบ “ตัวใครตัวมัน” ในเมืองมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ)

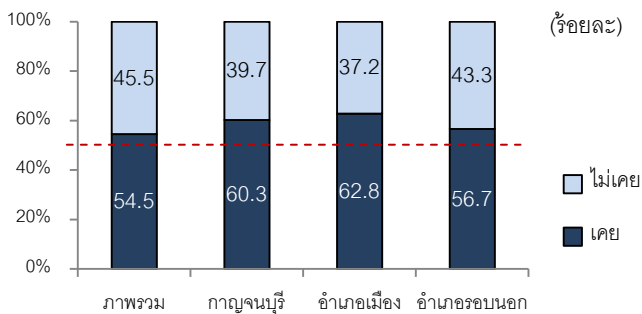
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

การศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเฉพาะ (กลุ่มผู้เดินทางค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา) ซึ่งในเบื้องต้นพบว่ามียุทธศาสตร์เป้าหมายในจังหวัดกาญจนบุรี ที่ผ่านคุณลักษณะดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 49.4 (ซึ่งหมายถึงประชากรส่วนที่เหลือร้อยละ 50.6 ไม่ผ่านคุณลักษณะ และไม่ได้ถูกคัดเลือกเข้ามาในการศึกษาครั้งนี้)

2.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ

2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ

พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับร่วมด้วย ในสัดส่วนร้อยละ 60.3 สูงกว่าภาพรวม 10 จังหวัดที่สัดส่วนของการเดินทางประเภทดังกล่าวในกลุ่มเป้าหมายอยู่เล็กน้อย (เฉลี่ยกลุ่มเป้าหมายที่เคยเดินทางแบบพักค้างคืน และมีประสบการณ์เดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับด้วยทั้งประเทศร้อยละ 54.5)



แผนภูมิภาพที่ 8 แสดงสัดส่วนประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

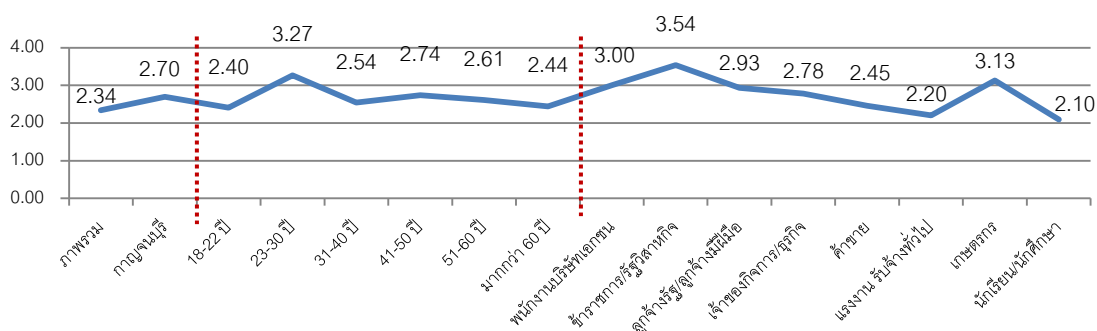
โดยเมื่อเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนผู้เดินทางอำเภอเมืองที่เคยเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับด้วย พบว่ามีสัดส่วนประสบการณ์ดังกล่าวสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง (ร้อยละ 62.8 และร้อยละ 56.7 ตามลำดับ) กลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับนั้น มีความถี่ของการเดินทางลักษณะ

ดังกล่าวในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา เฉลี่ย 2.70 ครั้ง ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยจาก 10 จังหวัดพื้นที่ศึกษาซึ่งอยู่ที่ 2.34 ครั้ง

โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีวัยทำงานระยะต้น (ค่าเฉลี่ยความถี่ 3.27)

โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการและเกษตรกร (เกษตรกรชาวกาญจนบุรีมีฐานะการเงินค่อนข้างดี โดยมีรายได้ครัวเรือนในระดับ C ขึ้นไปในสัดส่วนที่สูง)

การเดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ (ค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา)

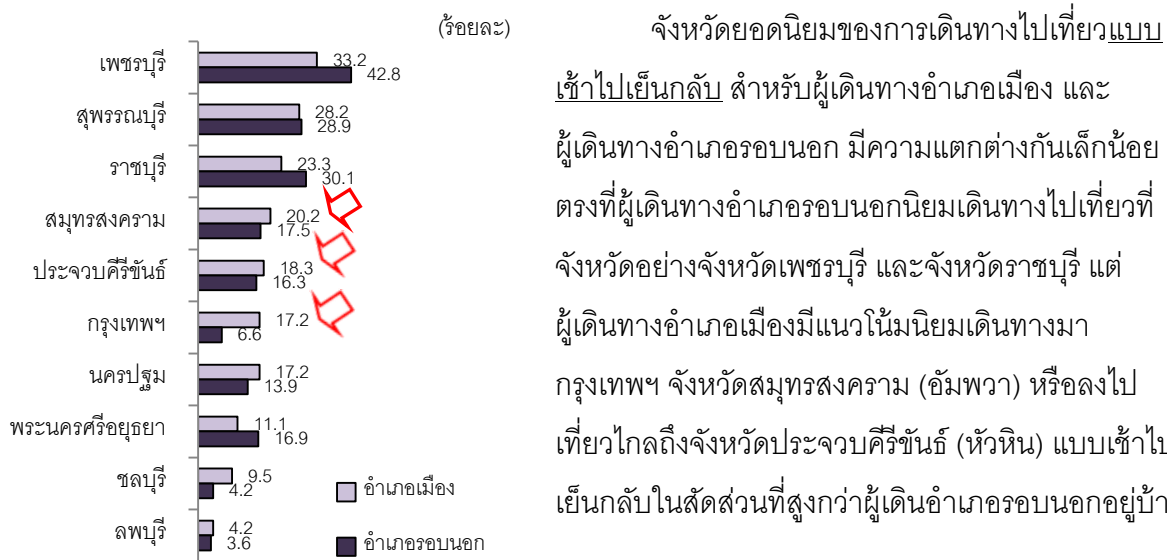


แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ

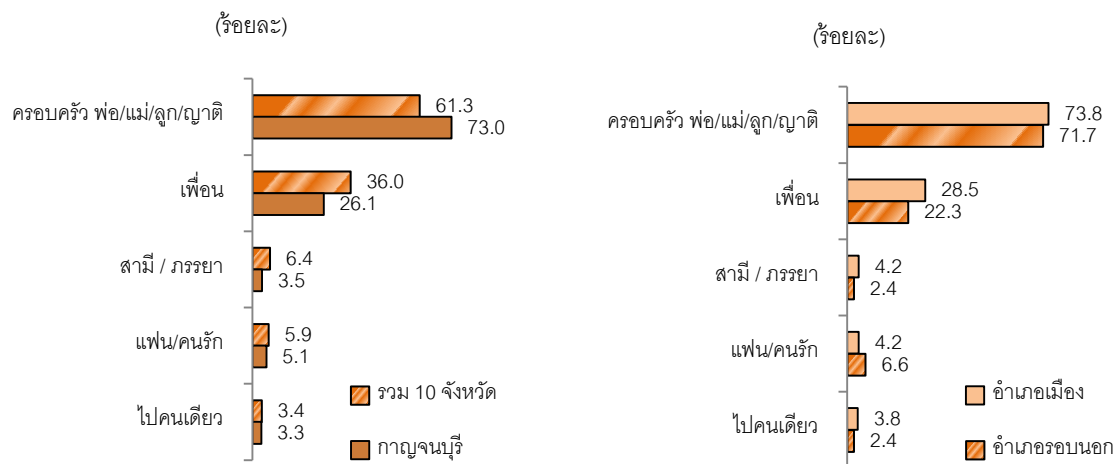
จังหวัดยอดนิยมของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ

10 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดราชบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรุงเทพฯ จังหวัดนครปฐม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดลพบุรี ตามลำดับ



แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีประมาณ 3 ใน 4 (ร้อยละ 73.0) เลือกที่จะเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในลักษณะเข้าไปเย็นกลับกับครอบครัว พ่อ/แม่/ลูก หรือญาติ (ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดอื่นๆ) ขณะที่ร้อยละ 26.1 ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเลือกเดินทางไปเที่ยวกับเพื่อน โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมืองนิยมไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับกับเพื่อนในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง



แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

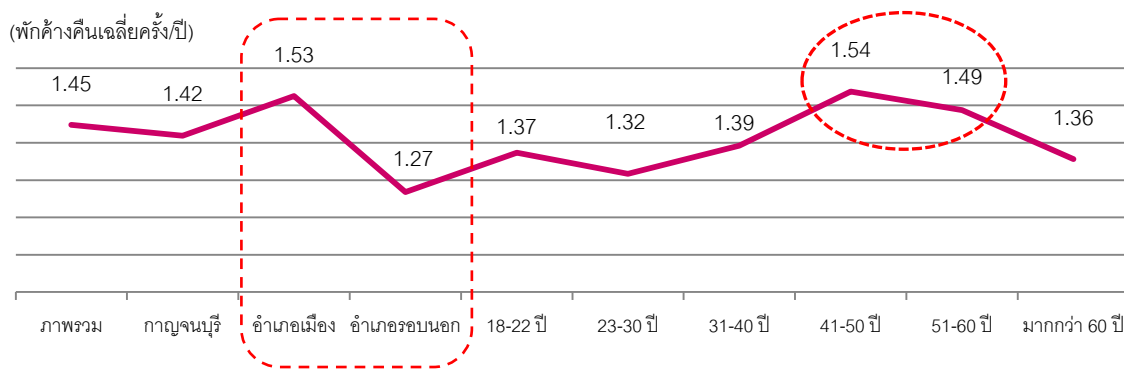
แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตามเงื่อนไขการศึกษา โดยเฉพาะได้เคยเดินทางค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีลักษณะพฤติกรรมในระหว่างการเดินทางแบบพักค้างคืนที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น ดังต่อไปนี้

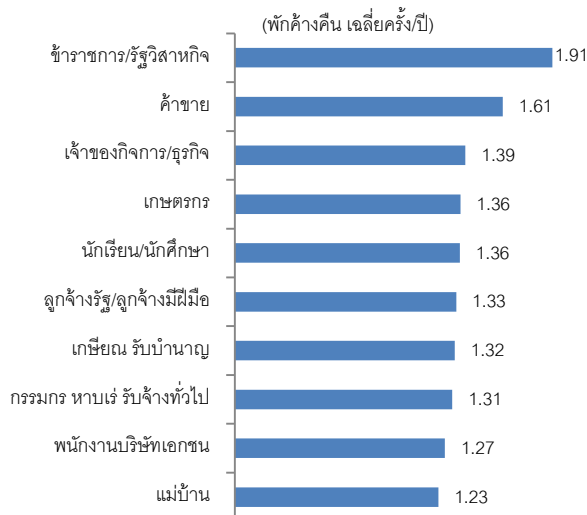
2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี

พบว่า ผู้เดินทางชาวจังหวัดกาญจนบุรีเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนด้วยความถี่เฉลี่ย 1.42 ครั้งต่อปี (ไม่แตกต่างจากค่าเฉลี่ยภาพรวมของพื้นที่ศึกษาครั้งนี้ ซึ่งเท่ากับ 1.45 ครั้ง/ปี) โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มเดินทางด้วยความถี่เฉลี่ยสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง



แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ (ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

โดยเมื่อวิเคราะห์แยกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนบ่อยครั้งกว่ากลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงานตอนปลายที่มีอายุ



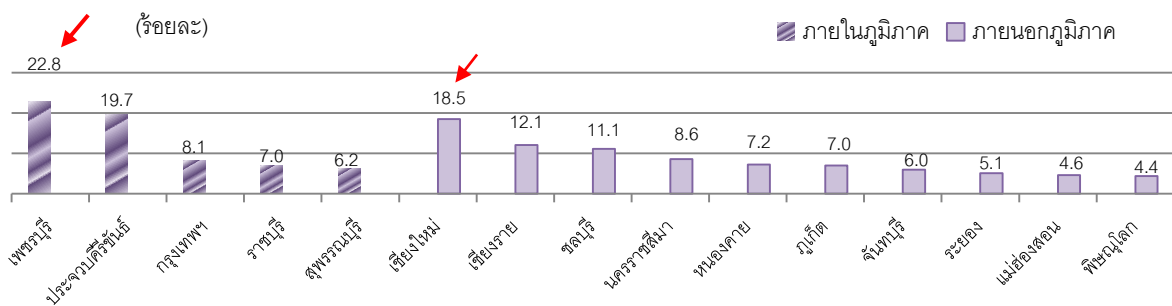
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอายุ

ตั้งแต่ 41-60 ปี ซึ่งหากนำมาพิจารณาร่วมกับกลุ่มอาชีพ กล่าวได้ว่า กลุ่มผู้เดินทางด้วยความถี่สูงมีแนวโน้มเป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย และกลุ่มเจ้าของกิจการ นั่นเอง (เฉลี่ยความถี่เท่ากับ 1.91 1.61 และ 1.39 ครั้ง/ปี ตามลำดับ) ขณะที่กลุ่มวัยรุ่น นักศึกษาเดินทางด้วยความถี่เพียง 1.36 ครั้ง/ปี ใกล้เคียงกับกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มลูกจ้างมีฝีมือตามสำนักงานต่างๆ (ความถี่เท่ากับ 1.36 และ 1.33 ครั้ง/ปี ตามลำดับ)

2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

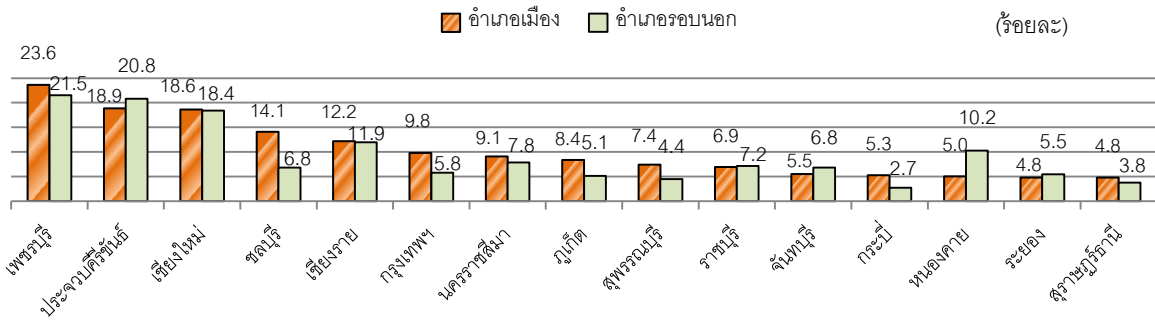
ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน โดยมีเป้าหมายการเดินทางเป็นจังหวัด ทั้งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค อย่างไรก็ตามจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนิยมไปท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนมากที่สุด 5 อันดับแรก ล้วนเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมทั้งสิ้น ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี (ร้อยละ 22.8) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 19.7) จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 18.5) จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 12.1) และ จังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 11.1) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบเป็นจังหวัดภายนอกภูมิภาคและภายในภูมิภาค (จังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในโซนภาคกลาง ตามเขตการบริหารงานของ ททท.) พบว่าขณะที่จังหวัดภายในภูมิภาค ส่วนใหญ่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่อยู่ใกล้เคียง เช่น จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดกรุงเทพฯ และ จังหวัดสุพรรณบุรี แต่สำหรับจังหวัดยอดนิยมภายนอกภูมิภาคนั้น กลับพบว่าส่วนใหญ่เป็นจังหวัดทางภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 18.5) จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 12.1) รวมถึงจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น จังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดระยอง (ร้อยละ 11.1 ร้อยละ 6.0 และร้อยละ 5.1 ตามลำดับ)



แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี 15 อันดับแรก

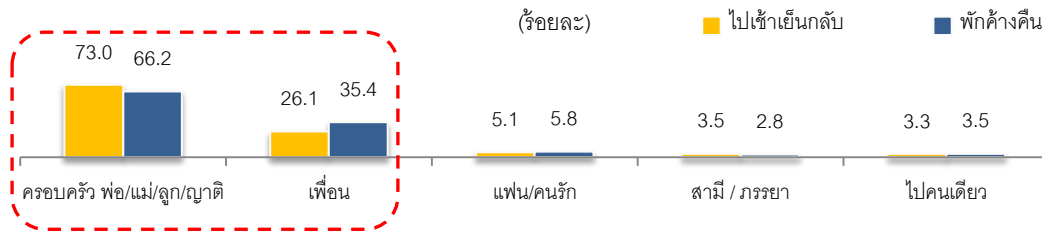
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเป้าหมายการเดินทางแบบพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่า มีได้มีความแตกต่างกันมากนัก โดยแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย ยังเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในลำดับต้น ๆ เช่นเดียวกันของทั้งสองกลุ่ม เพียงแต่มีแนวโน้มว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองนิยมเลือกแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเลที่มีความหลากหลายมากกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก แสดงแนวโน้มชื่นชอบการเดินทางไปจังหวัดหนองคายเป็นพิเศษ (หมายเหตุผู้วิจัย: แหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ได้รับความนิยมสูง ได้แก่ “สะพานมิตรภาพไทย-ลาว”)



แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

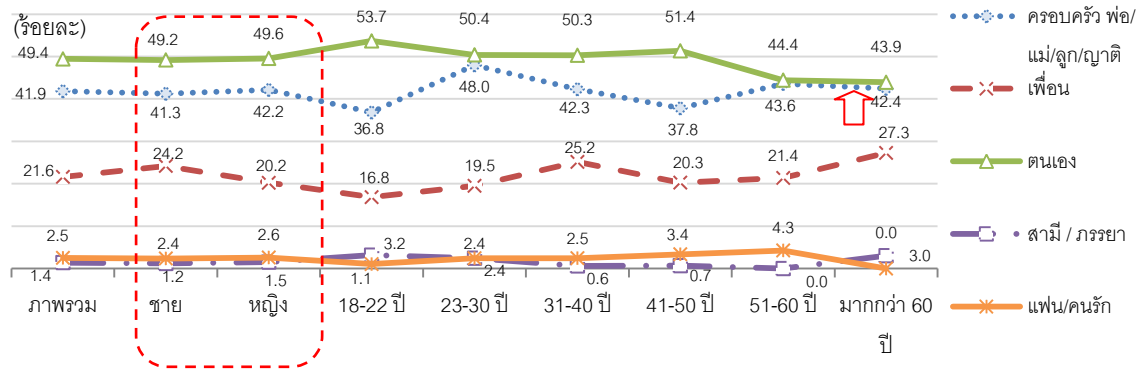
สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวทั้งแบบไปพักค้างคืนและแบบเข้าไปเย็นกลับนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว (ร้อยละ 66.2 และร้อยละ 73.0) หรือไปกับเพื่อน (ร้อยละ 35.4 และร้อยละ 26.1)



แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดด้วยเปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน

ขณะเดียวกันหากพิจารณา “ผู้มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็น” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือจังหวัดเป้าหมาย พบว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่ก็ยืนยันว่า “ตนเอง” เป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกเป้าหมายการเดินทาง (ร้อยละ 49.4) รองลงมาได้แก่ สมาชิกคนอื่นในครอบครัว (ร้อยละ 41.9) ขณะที่เพื่อน (เมื่อเดินทางไปกับเพื่อน) มีอิทธิพลต่อการเลือกเป้าหมายการท่องเที่ยวรองลงมา (ร้อยละ 21.6) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์โดยพิจารณาจากภูมิหลังทางกายภาพ พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีการแลกเปลี่ยน และช่วยกันตัดสินใจเลือกเป้าหมายการเดินทางค่อนข้างหลากหลายและกระจายตัวไปทั้งเพศชาย/หญิงและทุกกลุ่มอายุอย่างค่อนข้างสม่ำเสมอ ซึ่งแปลความหมายได้ว่า เมื่อเดินทางไปกับครอบครัว ก็มีแนวโน้มผลัดกันออกความคิดเห็น หรือเช่นเดียวกันกับเมื่อเดินทางไปกับเพื่อน ก็มีการเลือกเป้าหมายโดยตนเองหรือโดยเพื่อนสลับกันไป

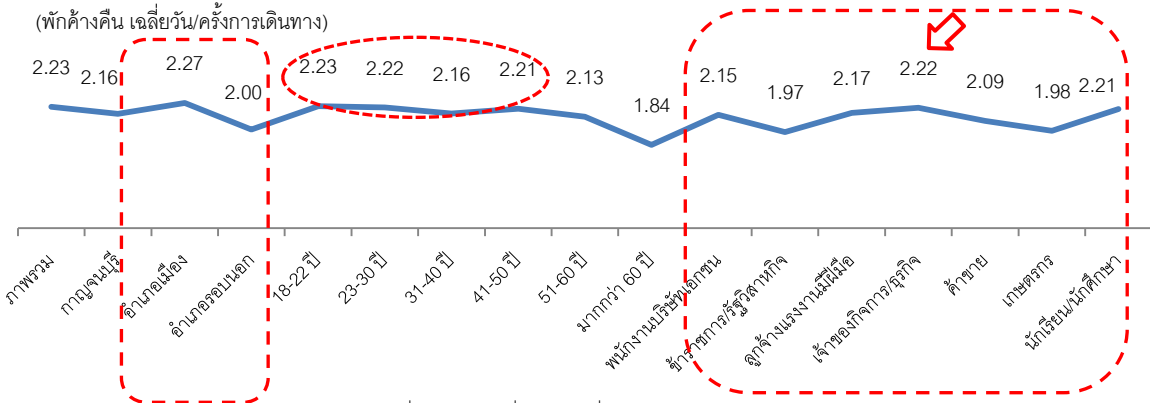


แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

ผลการสำรวจยังพบว่า เมื่อผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีอายุมากขึ้น “ตนเอง” มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวลดลง ในขณะที่ความคิดเห็นของ “เพื่อน” มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหมายถึง กลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่อายุมากขึ้น นิยมเดินทางเป็นคณะไปกับเพื่อนมากขึ้นนั่นเอง

2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

จำนวนวันที่พักค้างคืนเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีอยู่ที่ 2.16 วันต่อการเดินทางครั้งหนึ่งๆ น้อยกว่าค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนในภาพรวมที่ 2.23 วันเล็กน้อย โดยจำนวนวันพักเฉลี่ยของผู้เดินทางอำเภอเมือง (เฉลี่ย 2.27 วัน) นานกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง (เฉลี่ย 2.00 วัน) และหากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุกลับพบว่า กลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีอายุมาก และโดยเฉพาะกลุ่มวัยเกษียณ (เฉลี่ย 1.84 วัน) มีแนวโน้มพักค้างคืนน้อยวันกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ



แผนภูมิภาพที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

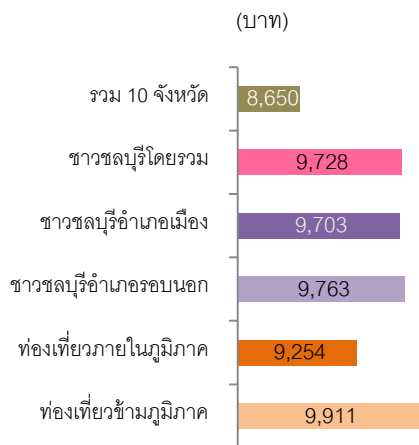
เมื่อวิเคราะห์จำนวนเฉลี่ยวันพักค้างคืนตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เป็นเจ้าของกิจการ/เจ้าของธุรกิจ (เฉลี่ย 2.22 วัน) รวมถึงกลุ่มแรงงานมีฝีมือ (เฉลี่ย 2.17) และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน (เฉลี่ย 2.15 วัน) มีแนวโน้มจะพักค้างคืนนานกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ โดยเฉพาะต่อกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (เฉลี่ย 1.97 วัน)

2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้ง ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 9,737 บาท สูงรองจากจังหวัดขอนแก่น (ค่าเฉลี่ยจากกลุ่มเป้าหมายรวม 10 จังหวัดอยู่ที่ 8,650 บาท/ครั้ง)

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

ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา
หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายของทุกคนที่ร่วมเดินทางไปด้วยกันในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้น ๆ

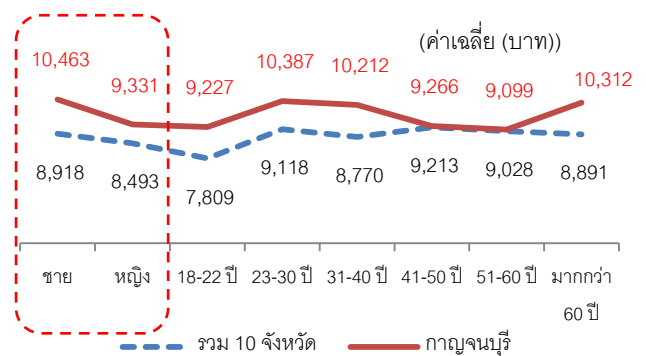


แผนภูมิภาพที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนหนึ่งครั้ง

โดยผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 9,686 บาทต่อการเดินทางท่องเที่ยวหนึ่งครั้ง ใกล้เคียงกับผู้เดินทางอำเภอเมืองที่ใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 9,773 บาท/ครั้ง

การใช้จ่ายของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5,721 บาท ในขณะที่ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค สูงถึง 11,498 บาทต่อการเดินทาง

เมื่อวิเคราะห์การใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัดในพื้นที่ศึกษา พบว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่าชาวจังหวัดอื่นๆ ในเกือบทุกกลุ่มกายภาพ โดยเฉพาะผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เป็นเพศชาย วัยทำงานระยะต้นถึงช่วงกลาง และกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เกษียณอายุ ซึ่งมีอัตราการใช้จ่ายต่อการเดินทางสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ



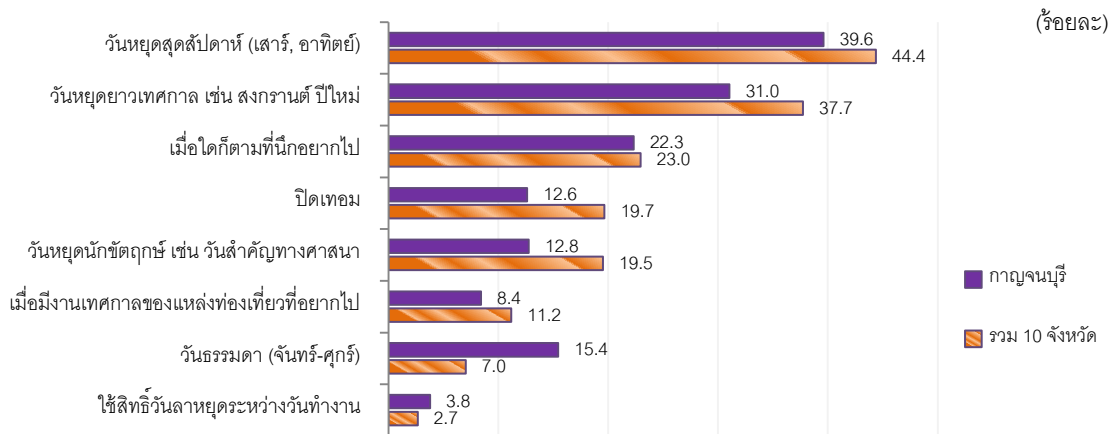
แผนภูมิภาพที่ 21 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

นอกจากนี้ เมื่อแยกวิเคราะห์การใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามกลุ่มอาชีพ พบว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในเกือบทุกกลุ่มอาชีพใช้จ่ายกับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดสูงกว่ากลุ่มอาชีพในจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะผู้เดินทางที่เป็นกลุ่มเกษตรกร (มีเศรษฐกิจในระดับดีกว่าเกษตรกรนักท่องเที่ยวจังหวัดอื่น) กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มแรงงาน รับจ้างทั่วไป และกลุ่มเจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ที่มีการใช้จ่ายกับการเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างสูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก (สูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวม 10 จังหวัดร้อยละ 22.8 ร้อยละ 19.9 ร้อยละ 14.2 และร้อยละ 11.6 ตามลำดับ)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ของการเดินทางท่องเที่ยว	รวม 10 จังหวัด (บาท)	กาญจนบุรี (บาท)	สูงกว่า/ต่ำกว่า (ร้อยละ)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ	10,131	11,301	11.6
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9,600	9,720	1.3
เกษียณ รับบำนาญ	9,121	9,924	8.8
แม่บ้าน	8,761	9,138	4.3
แรงงาน รับจ้างทั่วไป	8,669	9,904	14.2
พนักงานบริษัทเอกชน	8,560	10,260	19.9
ลูกจ้างรัฐ/ลูกจ้างมีฝีมือ	8,477	8,992	6.1
ค้าขาย	8,443	8,876	5.1
เกษตรกร	8,045	9,880	22.8
นักเรียน/นักศึกษา	7,846	9,315	18.7

ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

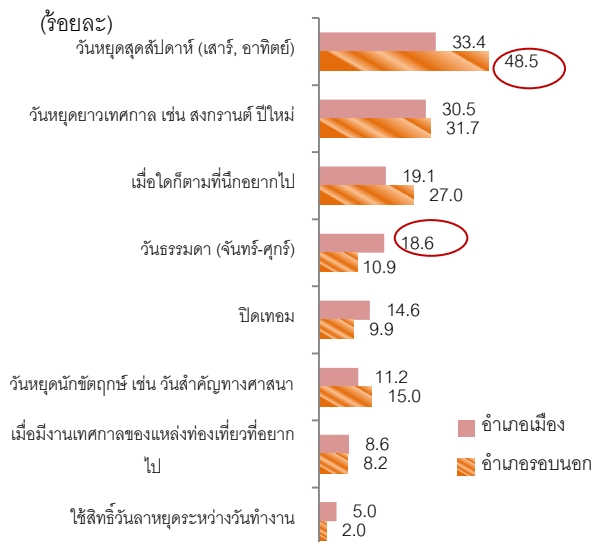
2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี



แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

การเลือกช่วงเวลาสำหรับเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับคนในจังหวัดอื่นๆ ที่ได้ทำการสำรวจ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 39.6) หรือวันหยุดยาวเทศกาล (ร้อยละ 31.0) รวมถึงเมื่อใดก็ตามที่อยากไป (ร้อยละ 22.3)

อย่างไรก็ตาม พบผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (สูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวมมาก) ที่เลือกเดินทางในวันธรรมดา หรือใช้สิทธิ์ลาหยุดระหว่างวันทำงานเพื่อเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนถึงร้อยละ 15.4 และร้อยละ 3.8 ตามลำดับ



แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

เมื่อแยกวิเคราะห์การเลือกช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ามีความแตกต่างกันอยู่พอสมควร โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกเลือกเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์มากกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 48.5 กับร้อยละ 33.4) ค่อนข้างมาก ในทิศทางกลับกัน ผู้เดินทางอำเภอเมืองกลุ่มหนึ่ง กลับนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ (ร้อยละ 18.6) สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมาก

เมื่อวิเคราะห์ตามลักษณะภูมิหลังทางกายภาพ พบว่าในขณะที่ผู้เดินทางเพศหญิงมีแนวโน้มจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในช่วงวันหยุดยาวเทศกาล เช่น สงกรานต์ ปีใหม่ มากกว่าผู้เดินทางเพศชาย ซึ่งมีแนวโน้มจะเลือกเดินทางวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์, อาทิตย์) ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางเพศหญิงอยู่บ้าง

ช่วงเวลาที่ใช้เลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี (ร้อยละ)								
	กาญจนบุรี โดยรวม	ชาย	หญิง	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์, อาทิตย์)	39.6	44.0	37.2	42.1	42.3	35.0	41.9	36.8	42.4
วันหยุดยาวเทศกาล เช่น สงกรานต์ ปีใหม่	31.0	27.0	33.3	24.2	35.8	23.9	32.4	37.6	34.8
เมื่อใดก็ตามที่นึกอยากไป	22.3	18.3	24.6	17.9	14.6	23.9	20.9	24.8	37.9
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	15.4	15.9	15.2	14.7	14.6	20.2	13.5	15.4	10.6
วันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันสำคัญทางศาสนา	12.8	9.9	14.3	5.3	12.2	13.5	11.5	18.8	15.2
ปิดเทอม	12.6	10.3	13.9	27.4	4.9	12.9	15.5	9.4	4.5
เมื่อมีงานเทศกาลของแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไป	8.4	7.9	8.7	4.2	8.9	9.2	10.8	5.1	12.1
ใช้สิทธิวันลาหยุดระหว่างวันทำงาน	3.8	4.4	3.5	5.3	4.9	3.7	2.7	5.1	0.0

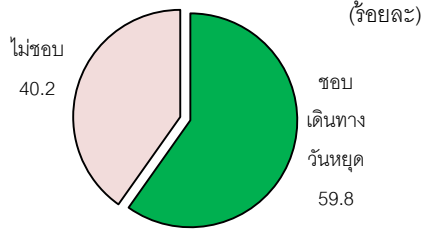
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

นอกจากนี้ยังพบว่าวัยรุ่น/นักศึกษาในกลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มอายุวัยทำงานระยะกลางถึงเกษียณกลุ่มหนึ่ง ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกเดินทางช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี เลือกช่วงเวลาเดินทางเมื่อใดก็ตามที่นึกอยากจะไปในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มช่วงอายุกลุ่มอื่น ๆ

โดยกลุ่มที่แสดงความจำนงเลือกเดินทางในวันธรรมดาได้แสดงเหตุผลที่เลือกเดินทางในวันดังกล่าวไว้ดังนี้

- คนน้อย / ไม่เยอะ / ไม่วุ่นวาย / ไม่พลุกพล่าน / มีความเป็นส่วนตัวมากกว่า / เป็นวันที่คนไม่นิยมไปเที่ยวกัน / ไม่ชอบนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ เป็นสัดส่วนสูงถึงประมาณ 2 ใน 3 (ร้อยละ 63.5)
- การเดินทางสะดวก รถไม่ติด / ที่จอดรถสะดวก / ไม่ต้องกลัวว่าจะมีคนเดินทางมาก สามารถเลือกเดินทางได้เป็นสัดส่วนถึงประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 34.9)
- ต้องทำค้ำขายในวันหยุด เลยต้องเดินทางวันธรรมดาแทน (ร้อยละ 7.1)
- ทำงานไปด้วย ดูงานตามสถานที่ราชการ หลังจากทำงานแล้วเที่ยวไปด้วย (ร้อยละ 7.1)
- วันธรรมดาค่าที่พักราคาจะถูกกว่า (ร้อยละ 7.1)
- โดยมีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายที่แจ้งว่า ต้องการใช้สิทธิวันลาของตนเป็นเหตุผลหลักไม่สูงมากนัก (เพียงร้อยละ 1.6 เท่านั้น)

(หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา)



แผนภูมิภาพที่ 24 แสดงสัดส่วนทัศนคติต่อการเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาลเฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว

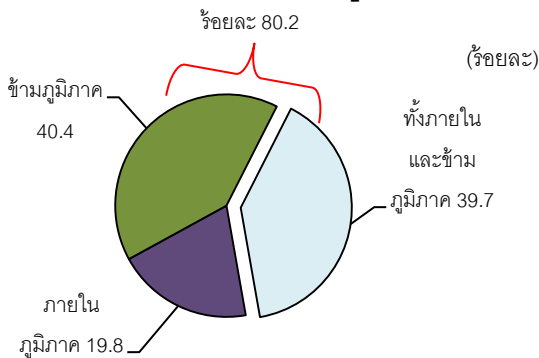
สำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด วันนักชัตฤกษ์ เทศกาล หรือช่วงวันหยุดยาวนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 59.8 กลับ “ชอบ” และเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวอย่างตั้งใจ ขณะที่ร้อยละ 40.2 เลือกเดินทางในวันพฤษภาคม วันหยุดด้วยความจำเป็น (“ทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ”)

โดยผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ “ไม่ชอบ” การเดินทางในช่วงวันหยุด เทศกาล หรือ ช่วงวันหยุดยาวแต่มีความจำเป็นหรือเลือกที่จะต้องเดินทางในวันหยุด (ร้อยละ 40.2) ได้ให้เหตุผลหรือข้อเสนอแนะเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความวุ่นวาย แออัดของนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าวไว้ ดังนี้

- ถ้าทราบว่าคนมากก็ไม่ไป เปลี่ยนแผนการเดินทาง (ร้อยละ 29.0)
- เดินทางล่วงหน้า แล้วเดินทางกลับหลังคนอื่น (ร้อยละ 16.0)
- เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่คนไม่ค่อยนิยม (ร้อยละ 15.2)
- ไม่ได้ทำอะไร ก็ต้องทำใจยอมรับ เพราะเลี่ยงไม่ได้ (ร้อยละ 14.8)
- เลี่ยงไปอยู่ในจุดที่คนน้อย ๆ (ร้อยละ 9.4)
- วางแผนเส้นทาง/ทางลัดที่สะดวก หรือวิธีการไปที่สะดวกอื่น ๆ (ร้อยละ 8.2)

(หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางวันหยุดด้วยความจำเป็น)

2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

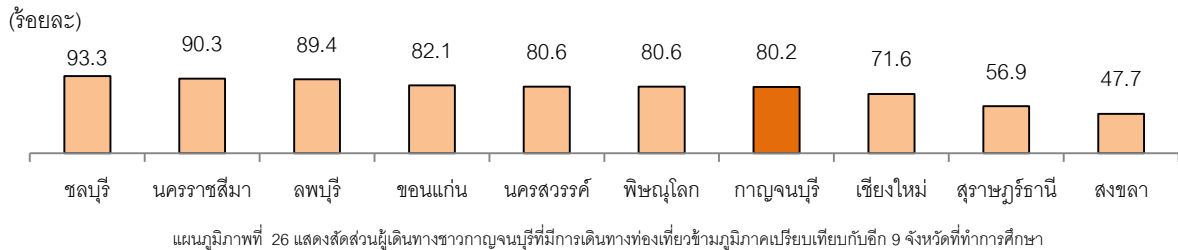


แผนภูมิภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

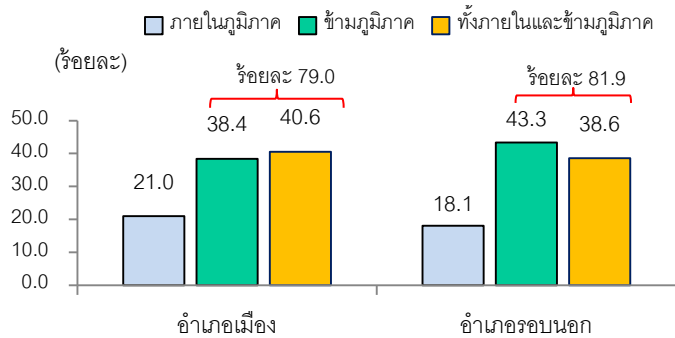
หากพิจารณาเป้าหมายการเดินทางของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (เฉพาะการเดินทางแบบพักค้างคืน) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางข้ามภูมิภาคเท่านั้น ในสัดส่วนร้อยละ 40.4 ขณะที่ร้อยละ 39.7 มีการเดินทางทั้งภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค (เดินทางหลายครั้ง) โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เลือกเดินทางภายในภูมิภาคอย่างเดียวเพียงร้อยละ 19.8

เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ อีก 9 จังหวัดในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้เดินทางชาวชลบุรีท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคในสัดส่วนร้อยละ 80.2 ใกล้เคียงกับสัดส่วนของจังหวัดรอง อย่างจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก

อย่างไรก็ตามสำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีแล้ว การเดินทางข้ามภูมิภาค เป็นการเดินทางที่มีระยะทางค่อนข้างไกล (ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดชลบุรี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น) จึงนับเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเป้าหมายระยะไกลในสัดส่วนที่สูงจังหวัดหนึ่ง (หมายเหตุผู้วิจัย: สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายที่สูง และระยะพำนักที่ค่อนข้างนาน วันกว่ากลุ่มเป้าหมายจากจังหวัดอื่น)



2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก



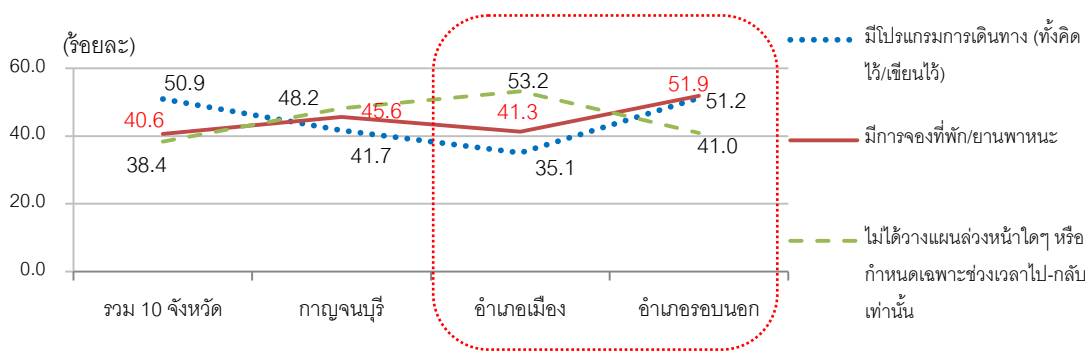
ในภาพรวมสำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีกล่าวได้ว่า ผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนการเดินทางข้ามภูมิภาคไม่แตกต่างกัน (ร้อยละ 79.0 และร้อยละ 81.9 ตามลำดับ) ซึ่งแตกต่างจากบางจังหวัด เช่น เชียงใหม่ ซึ่งผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนการเดินทางข้ามภูมิภาคสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมาก)

ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนับเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวพื้นฐานที่ท่องเที่ยวในลักษณะเรียบง่าย แต่กลับมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงจังหวัดหนึ่ง โดยการเน้นการเข้าถึงตามลักษณะวิถีชีวิตชาวต่างจังหวัดดั้งเดิมที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว ญาติมิตรเพื่อนบ้าน (มากกว่าความเป็นตัวตนของฉันทัน อย่างในสังคมเมือง) โดยสามารถจำแนกพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกเป็นกลุ่มคนสูงวัยที่มีเวลา และเงินเพียงพอ (โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวสำคัญ) ที่นิยมใช้การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์ให้กับชีวิต โดยส่วนใหญ่นิยมเลือกเป้าหมายการเดินทางที่ไกล อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี หรือจังหวัดหนองคาย ขณะที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังอายุน้อย ที่ยังขาดทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวอย่างอิสระ ก็มีแนวโน้มแสวงหาประสบการณ์ในสิ่งที่ตนทำได้ด้วยการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงแทน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีระยะทางไม่ไกล เช่น จังหวัดเพชรบุรี หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ

บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ

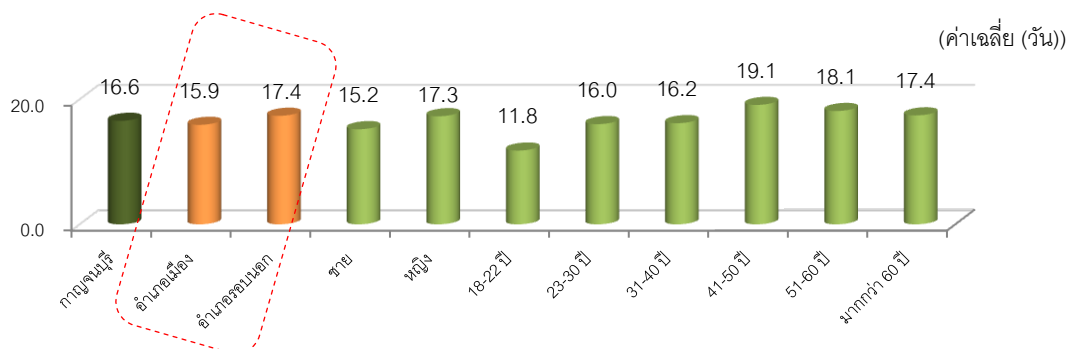
หากพิจารณาในมิติของพฤติกรรมการวางแผนเดินทาง อาจสามารถจำแนกผู้เดินทางชาว-กาญจนบุรีออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มทั่วไปที่มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าอย่างครบครัน กล่าวคือ มีการกำหนดโปรแกรมการเดินทาง รวมถึงมีการจองที่พัก หรือพาหนะในการเดินทาง มีสัดส่วนสูงพอสมควร (เมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวม) โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอกที่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวโดยวางแผนการเดินทาง (วันนี้ เวลาใดจะเดินทางไปเที่ยว) ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 51.9 รวมถึงมีการจัดเตรียมการจองที่พักหรือพาหนะสำหรับการเดินทาง ในสัดส่วนถึงร้อยละ 51.2



แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

อีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ “ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าใดๆ” หรือ “กำหนดเฉพาะช่วงเวลาไปกลับเท่านั้น” มีสัดส่วนไม่น้อยเช่นกัน ถึงร้อยละ 48.2 โดยเฉพาะ ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะนี้สูงถึงร้อยละ 53.2 สูงกว่ากลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมาก

ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีใช้เวลาในการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนประมาณ 2 อาทิตย์ (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 16.6 วัน) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัดอยู่ที่ 18.4 วัน และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้เวลาเตรียมการล่วงหน้าก่อนเดินทางนานกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ยผู้เดินทางอำเภอรอบนอก 17.4 วัน) ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองใช้เวลาเตรียมการโดยเฉลี่ย 15.9 วัน



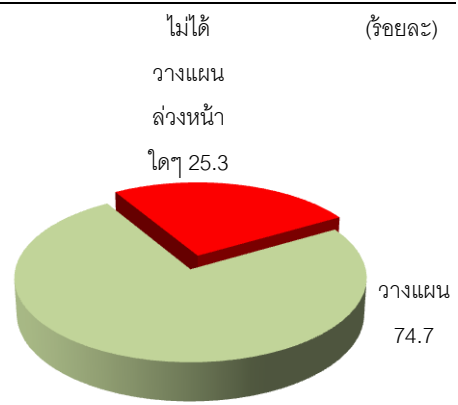
แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบระหว่างช่วงอายุ

นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มใช้เวลาเตรียมวางแผนการเดินทางนานกว่ากลุ่มคนที่อายุยังน้อย โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานตอนปลาย จะใช้ช่วงเวลาวางแผนการเดินทางนานกว่ากลุ่มอื่นๆ (เฉลี่ย 19.9 วัน)

หากพิจารณาเฉพาะกลุ่มย่อย ที่นอกจากจะไม่มี การวางแผนการเดินทางแล้ว การกำหนดเวลาเดินทางท่องเที่ยวอย่างชัดเจนก็ไม่มี (นี่ก็ต้องการจะไปก็เดินทางเลย) ซึ่งพบว่ามีผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีถึงประมาณร้อยละ 25.3 ที่มีพฤติกรรมใกล้เคียงลักษณะเช่นนี้ (สูงกว่าผู้เดินทางจังหวัดอื่นๆ มาก) โดยกลุ่ม ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนที่ไม่มี การเตรียมการใดๆ เลยนี้ แสดงเหตุผลไว้ ดังนี้

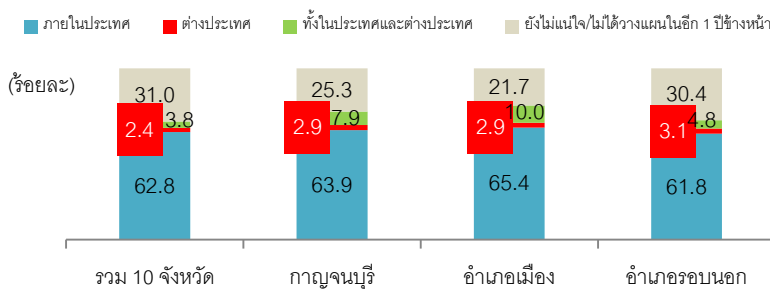
- การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องของโอกาส หากรู้สึกว่างตอนไหนก็ไปตอนนั้น (ร้อยละ 66.1)
- แล้วยแต่ความสะดวก (เวลา) ของคนในครอบครัว / ต้องไปตามวันที่ครอบครัวว่าง (ร้อยละ 30.6)
- งานยุ่ง/ติดธุระ/เวลางานไม่แน่นอน/กำหนดวันหยุดไม่ได้ (ร้อยละ 12.8)
- เพราะวางแผนแล้วไม่ค่อยได้ไป (ร้อยละ 10.6)
- และชอบแบบนี้ จะได้ลุยๆ (ร้อยละ 0.6)

(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางที่มีได้มีการเตรียมแผนการล่วงหน้าใดๆเลย)



แผนภูมิภาพที่ 30 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่วางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด

3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า



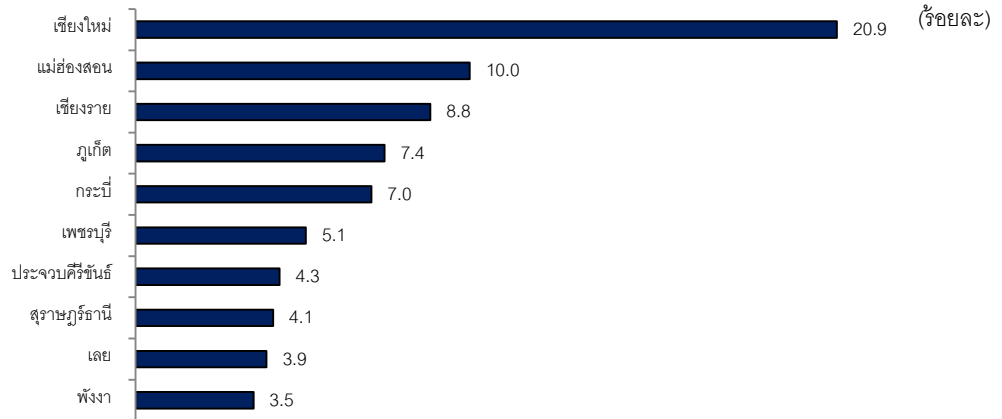
แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของชาวกาญจนบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างชาวกาญจนบุรีในอำเภอเมืองกับชาวกาญจนบุรีในอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

เมื่อสอบถามถึงแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (อย่างเดียว) ร้อยละ 62.8 เท่ากันกับสัดส่วนกับแผนการเดินทางในภาพรวม (ร้อยละ 62.8) โดย

ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีอีกร้อยละ 2.4 วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะต่างประเทศ และผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 7.9 วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง กล่าวคือ

กลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ร้อยละ 75.4 ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแผนการเดินทางในประเทศรวม ร้อยละ 66.6



แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า

สำหรับสถานที่เป้าหมายที่อยู่ในแผนการเดินทางของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี 5 อันดับแรก ส่วนใหญ่ก็ยังเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 20.9) จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 10.0) จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 8.8) จังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 7.4) และจังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 7.0)

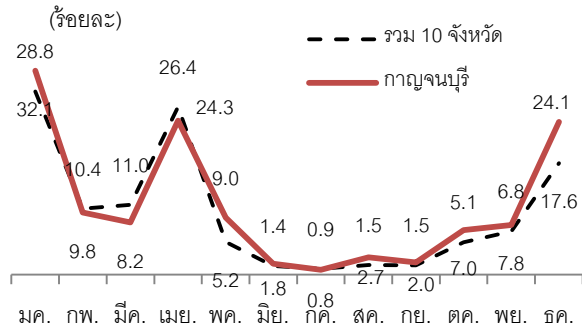
เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยอดนิยมทางทะเลที่อยู่ไม่ไกลอย่างจังหวัดเพชรบุรี หรือจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในสัดส่วนที่สูง ดังนั้นเมื่อกำหนดแผนการเดินทางจึงเลือกที่จะเดินทางไปในจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะจังหวัดยอดนิยมในภาคเหนือในสัดส่วนที่สูง

นอกจากนั้นจังหวัดท่องเที่ยวทางทะเลที่มีระยะทางไกลขึ้น อย่างจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 7.4 และร้อยละ 7.0 ตามลำดับ) ก็ได้รับความสนใจจากผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในสัดส่วนที่สูงพอสมควร

เป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวใน 1 ปีข้างหน้า				
อันดับ	ผู้เดินทางอำเภอเมือง	ร้อยละ	ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	ร้อยละ
1	เชียงใหม่	20.3	เชียงใหม่	22.1
2	แม่ฮ่องสอน	11.1	เชียงราย	11.3
3	เชียงราย	7.3	แม่ฮ่องสอน	8.2
4	ภูเก็ต	8.9	กระบี่	8.2
5	กระบี่	6.3	สุราษฎร์ธานี	5.6
6	เพชรบุรี	6.0	ภูเก็ต	5.1
7	ประจวบคีรีขันธ์	4.7	เลย	5.1
8	สุราษฎร์ธานี	3.2	เพชรบุรี	3.6
9	เลย	3.2	ประจวบคีรีขันธ์	3.6
10	พังงา	3.8	พังงา	3.1

ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า

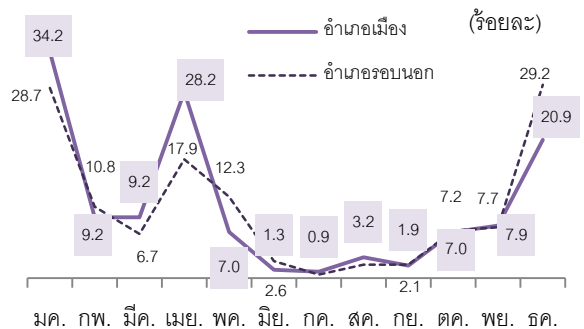
หากพิจารณาเปรียบเทียบจังหวัดในแผนการเดินทางระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ไม่พบว่ามีความแตกต่างในสาระสำคัญของประเภทแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ เลยระหว่างกลุ่มเป้าหมายทั้งสอง สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ในบทที่ผ่านมา ซึ่งก็ไม่ได้มีความแตกต่างกันเช่นเดียวกัน ทำให้แปลผลได้ว่ารสนิยมการเลือกเป้าหมาย การเดินทางของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกไม่แตกต่างกันนั่นเอง



แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีวางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า

โดยมีแนวโน้มว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีโอกาสเลือกช่วงการเดินทางนอกเทศกาลสงกรานต์ แต่ยังเป็นช่วงปิดเทอม ในเดือนพฤษภาคมในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองแสดงแนวโน้มเลือกเดินทางช่วงวันหยุดยาวหรือช่วงเทศกาลมากกว่า

ช่วงเวลาที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีให้ความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยว โดยเฉพาะตั้งแต่เดือนมีนาคม - เมษายน ซึ่งตรงกับช่วงปิดเทอมช่วงหนึ่ง กับช่วงเทศกาลวันหยุดปีใหม่ เดือนธันวาคม - มกราคมอีกช่วงหนึ่ง เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางโดยทั่วไป

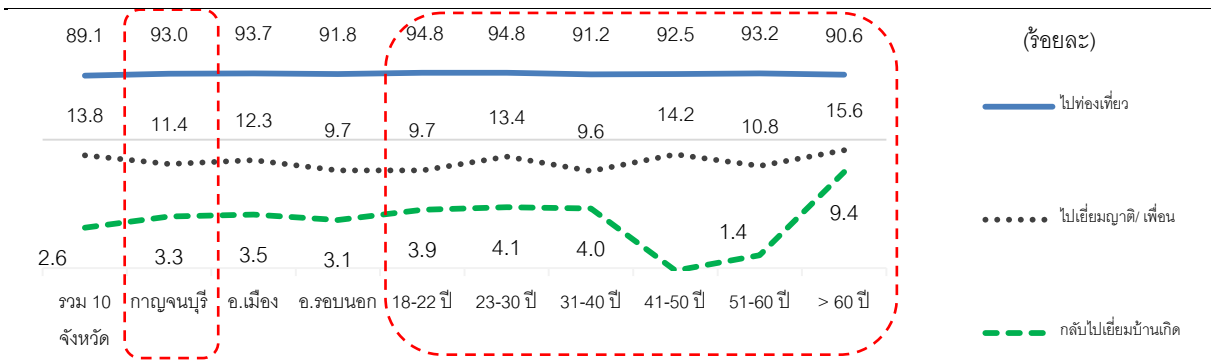


แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้า ถึง “จุดประสงค์” การเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางด้วยเหตุผลที่คล้ายๆ กันกับผู้เดินทางจังหวัดอื่นๆ กล่าวคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 93.0 ระบุว่าเป็นการเดินทางเพื่อ “ไปท่องเที่ยว” ร้อยละ 11.4 ที่เดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ขณะที่ร้อยละ 3.3 เดินทางเพื่อ “กลับไปเยี่ยมบ้านเกิด” โดยสัดส่วนวัตถุประสงค์การเดินทางทั้งหมดดังกล่าวไม่แตกต่างไปจากสัดส่วนเหตุผลการเดินทางในภาพรวม

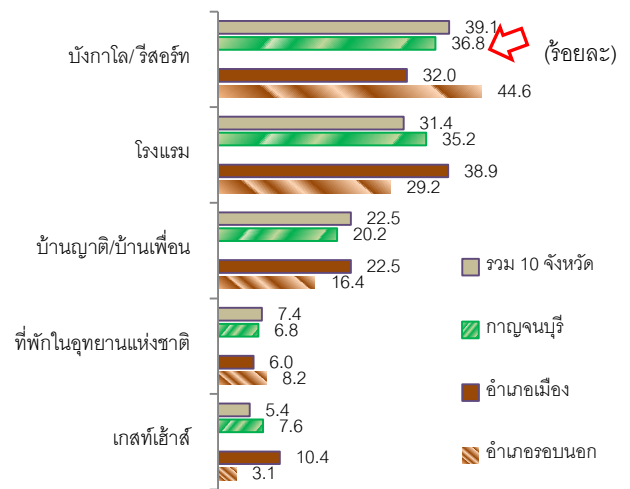
เมื่อแยกวิเคราะห์วัตถุประสงค์การเดินทางตามภูมิหลังทางกายภาพ พบแนวโน้มว่ากลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีอายุมากขึ้นมีแนวโน้มแสดงวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อเยี่ยมเพื่อน/ญาติมากขึ้นอยู่บ้าง แต่ก็ไม่เป็นสาระที่น่าสนใจหรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง "จุดประสงค์" ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

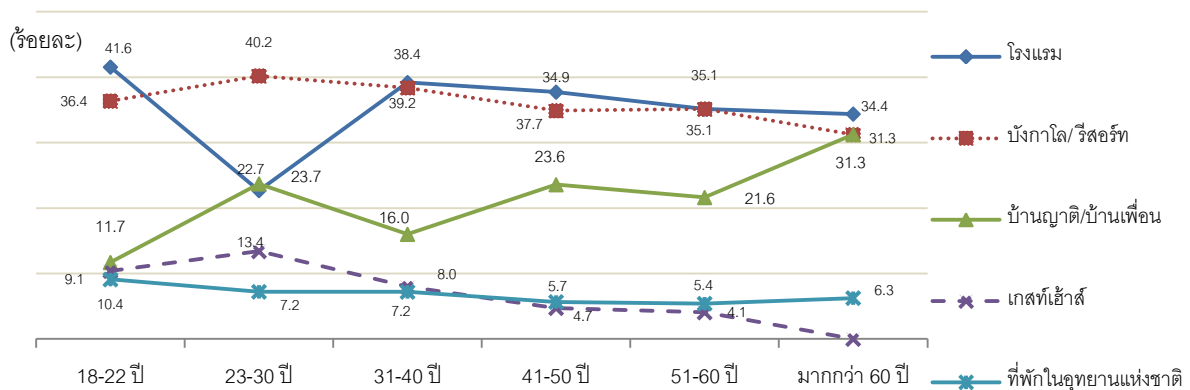
3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)

เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าถึง "ประเภทของสถานที่พักค้างคืน" ส่วนใหญ่ ประมาณ 1 ใน 3 นิยมเลือกที่พักประเภท "บังกาโล/รีสอร์ท" หรือ "โรงแรม" ในสัดส่วน ร้อยละ 36.8 และร้อยละ 35.2 ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ "บ้านญาติ/บ้านเพื่อน" ร้อยละ 20.2 และที่พักในเขตอุทยาน ร้อยละ 6.8



แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

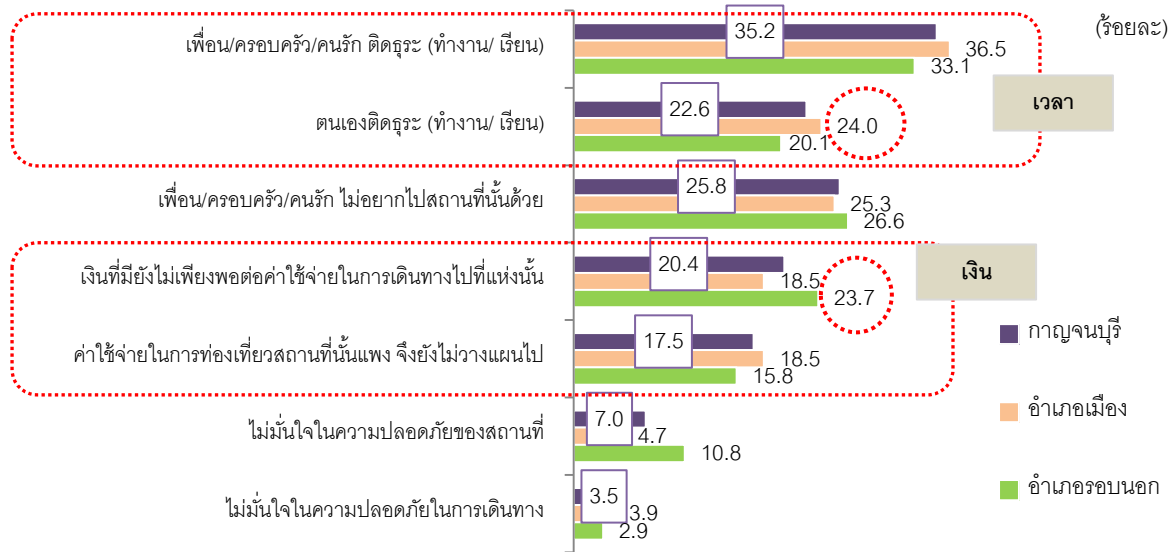
นอกจากนั้นหากเปรียบเทียบผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกับผู้เดินทางอำเภอเมือง พบว่า กลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มนิยมเลือกที่พักประเภท "รีสอร์ท" (ร้อยละ 44.6) ขณะที่กลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มเลือกที่พักประเภท "โรงแรม" ในสัดส่วนที่สูงกว่า (ร้อยละ 38.9)



แผนภูมิภาพที่ 37 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามช่วงอายุ

ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในช่วงวัยที่แตกต่างกัน แสดงแนวโน้มความนิยมในประเภทของที่พักแตกต่างกันไปด้วย โดยพบว่า ที่พักประเภท “รีสอร์ต” เป็นที่นิยมในกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้นและกลางมากกว่ากลุ่มวัยทำงานตอนปลายหรือวัยเกษียณ ในขณะที่ทางเลือกที่พักประเภท “บ้านญาติ/เพื่อน” ได้รับความนิยมมากขึ้น เมื่ออายุเพิ่มขึ้น รวมถึงที่พักประเภท “เกสต์เฮ้าส์” หรือ “ที่พักในอุทยาน” ซึ่งมีแนวโน้มได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้เดินทางอายุน้อยมากกว่า

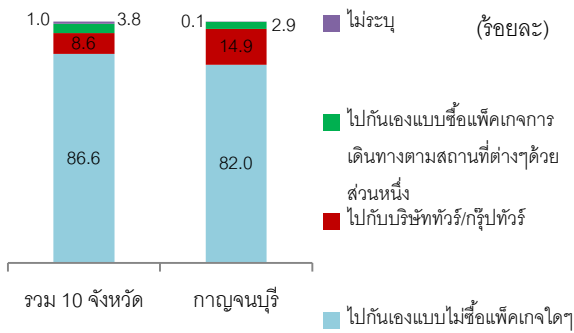
3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด



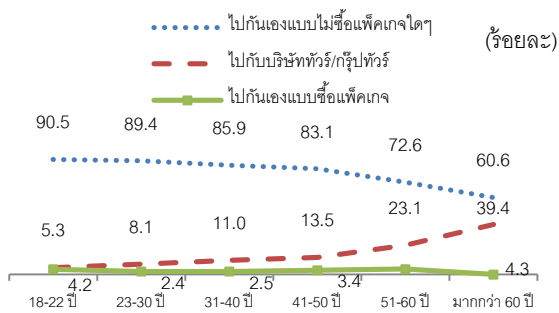
แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดในอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

ในกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีแผนเดินทางท่องเที่ยว แต่ระบุสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป และอยากไปมากที่สุด กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปในปีข้างหน้าเป็นคนละแห่งกัน เมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ได้คิดจะเดินทางไปยังสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดแต่ยังไม่เคยไป ในช่วง 1 ปี ข้างหน้า พบว่า หากพิจารณารายละเอียดของกลุ่มเหตุผลต่าง ๆ อาจสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเด็นหลัก โดยประเด็นแรกเป็นข้อจำกัดเกี่ยวกับ “เวลา” ทั้งคนอื่นไม่ว่าง (ร้อยละ 35.2) หรือตนเองไม่ว่าง (ร้อยละ 22.6) รองลงมาเป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากความพร้อมและความเห็นที่ยังไม่ตรงกันของมวลสมาชิก ซึ่งในกรณีนี้ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีสัดส่วนกลุ่มนี้สูงพอสมควร (ร้อยละ 25.8)

3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

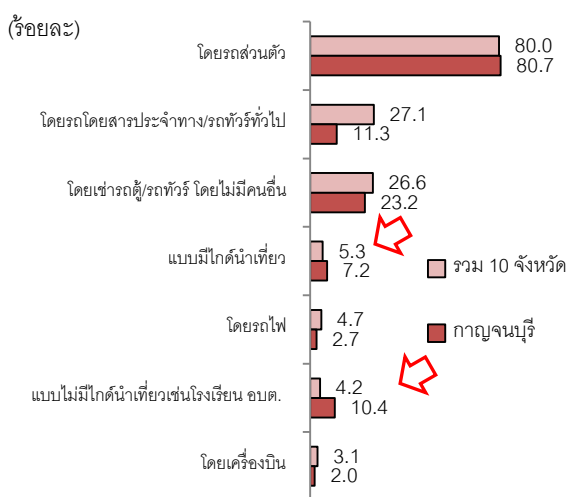


แผนภูมิภาพที่ 39 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด



แผนภูมิภาพที่ 40 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี จำแนกตามช่วงอายุ

ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากเพียงร้อยละ 5.3 ในกลุ่มอายุ 18-22 ปี เพิ่มขึ้นตามอายุโดยลำดับ มาเป็นร้อยละ 23.1 ในกลุ่มอายุ 51-60 ปี และสูงถึงร้อยละ 39.4 ในกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป



แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

กาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่ผู้คนส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกันเอง โดยไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ คิดเป็นร้อยละ 82.0 น้อยกว่าเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ขณะที่การเดินทางโดยใช้บริการของบริษัททัวร์หรือไปแบบเป็นหมู่คณะในกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีสัดส่วนที่สูงพอสมควรถึงร้อยละ 14.9 สูงกว่าสัดส่วนของภาพรวมมาก (โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นเป็นรายจังหวัด)

เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวกันเองแบบไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ ได้รับความนิยมในหมู่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีอายุน้อย แต่เมื่ออายุมากขึ้น ลักษณะการเดินทางดังกล่าวมีแนวโน้มจะได้รับความนิยมน้อยลง โดยของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่อายุมากขึ้น หันไปใช้บริการบริษัททัวร์ในสัดส่วน

สำหรับภาพรวมของพาหนะในการเดินทาง พบว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 80.7) เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม (ร้อยละ 80.0) อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตที่น่าสนใจสำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีว่า กลุ่มเป้าหมายที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยเช่ารถตู้ก็มีสัดส่วนที่ไม่น้อย (ถึงร้อยละ 23.2 ถึงแม้ว่าอาจน้อยกว่าในภาพรวมอยู่บ้างก็ตาม)

นอกจากนั้นยังพบสาระที่น่าสนใจว่ามีผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์/กรุ๊ปทัวร์ แบบมีไกด์นำเที่ยวในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 7.2 สูงกว่าภาพรวม (ร้อยละ 5.3) พอสมควร นอกจากนี้ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่เดินทางเป็นคณะโดยไม่มีไกด์ เช่น ไปกับคณะโรงเรียน คณะอบต. ก็มีสัดส่วนที่สูงมากในจังหวัดนี้ โดยพบถึงร้อยละ 10.4 ในขณะที่ภาพรวมมีเพียงประมาณร้อยละ 4.2 เท่านั้น

ดังนั้นสามารถสรุปในส่วนนี้ได้ว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีเศรษฐกิจดี การศึกษาดี นิยมเลือกวางแผนเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีการเตรียมการ และกำหนดช่วงเวลาการท่องเที่ยว ขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งมีแนวโน้มมีการศึกษาไม่สูง และอายุน้อยเลือกเดินทางเมื่อนึกอยากจะไป ทว่าอย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้ว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่นิยมการเดินทางท่องเที่ยว เห็นได้จากสัดส่วนการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแผนการเดินทางท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2554 โดยพบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีถึงประมาณ 2 ใน 3 มีการกำหนดแผนการเดินทางไว้ โดยเลือกเป้าหมายการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายยอดนิยมในลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ โดยช่วงเวลาการเดินทางในแผนยังคงกระจุกตัวอยู่ในช่วงปีใหม่ หรือช่วงหยุดยาวเทศกาลเดือนเมษายน เกือบทั้งหมด โดยกลุ่มเป้าหมายอายุน้อยแสดงแนวโน้มชอบที่พักแบบรีสอร์ต ขณะที่กลุ่มอายุมากขึ้น มีโอกาสเลือกที่พักเป็นโรงแรม หรือแม่กระทักบ้านเพื่อน/ญาติ ในสัดส่วนที่สูง

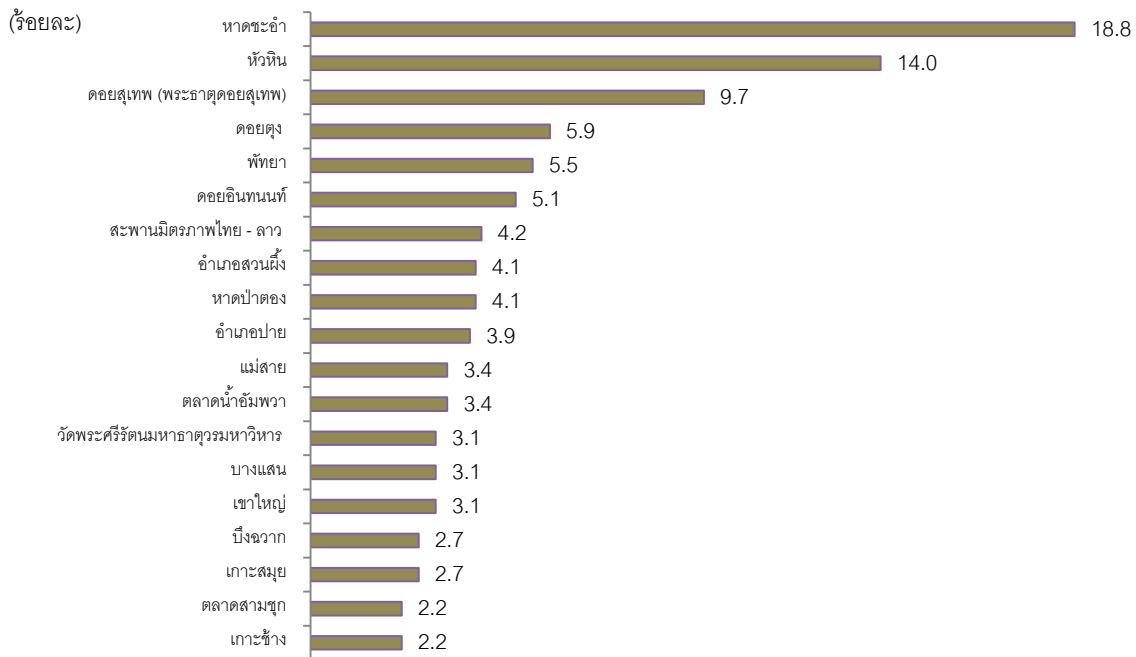
ส่วนข้อจำกัดของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ก็ไม่แตกต่างจากข้อจำกัดของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นๆ โดยพบแนวโน้มว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมักติดข้อจำกัดด้าน “ค่าใช้จ่าย” ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองติดข้อจำกัดด้าน “เวลา” มากกว่า

นอกจากนั้นยังเป็นที่น่าสนใจที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี โดยเฉพาะในกลุ่มสูงอายุ มีแนวโน้มเลือกการเดินทางแบบไปเป็นหมู่คณะ ทั้งกับบริษัททัวร์แบบมีไกด์ และไปกับคณะโรงเรียน หรือ อบต. ในสัดส่วนที่สูงอย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะการเดินทางไปกับคณะ อบต. หรือกลุ่มสังคมอื่นๆ เช่น อสม. ในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงมาก ดังนั้นอาจใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างสรรค์ประสบการณ์ของกลุ่มคนด้วยโอกาสด้านการท่องเที่ยวสำหรับชาวไทยในพื้นที่อื่นๆ อย่างได้ผล

บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม

4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

จากการสอบถามถึงแหล่งท่องเที่ยวในต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเดินทางไปเยี่ยมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (รวมทั้งแบบเข้าไปเยือนกลับและแบบพักค้างคืน) พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนิยมเดินทางไปหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมาได้แก่ หัวหิน ร้อยละ 14.0



แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเคยไปเยี่ยมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวแดนไกล (จากกาญจนบุรี) อย่างพระธาตุดอยสุเทพและดอยตุงก็เป็นที่นิยมของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในลำดับต้นๆ (ร้อยละ 9.7 และร้อยละ 5.9 ตามลำดับ)

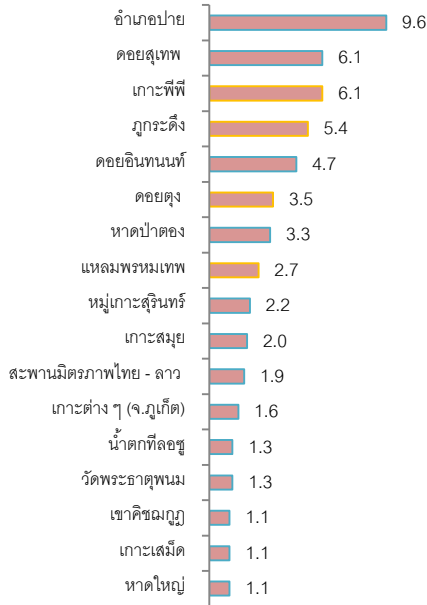
เป็นที่น่าสังเกตว่า แหล่งท่องเที่ยว “สะพานมิตรภาพไทย - ลาว” ที่จังหวัดหนองคาย ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในสัดส่วนที่สูงพอสมควร โดยเฉพาะหากนำมาเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่ติดลำดับต้นๆ ของประเทศที่กล่าวถึงไปแล้ว (หมายเหตุผู้วิจัย : ผู้ที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับประเภทการเดินทางแบบเป็นคณะหรือทัวร์มีไกด์สูง หมายถึง โอกาสทางธุรกิจทัวร์ของบริษัททัวร์แบบมีไกด์พาผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีไปท่องเที่ยวยังจังหวัดหนองคาย หรือสะพานมิตรภาพไทย - ลาว หรือข้ามไปแวะเยือนประเทศลาว เป็นต้น)

4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

ภายหลังจากทราบแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีนิยมเดินทางไป (ในอดีต) แล้วคราวนี้มาพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวนครสวรรค์ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่มีระยะเดินทางไกล โดยเฉพาะอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 9.6) พระธาตุดอยสุเทพ (ร้อยละ 6.1) ดอยอินทนนท์ (ร้อยละ 4.7) จังหวัดเชียงใหม่ เกาะพีพี

จังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 6.1) รวมถึงภูกระดึง จังหวัดเลย (ร้อยละ 5.4) นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฝันของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ยังไม่เคยเดินทางไปและอยากไปมากที่สุด 5 อันดับแรก

(ร้อยละ)



แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ใน

จังหวัดภูเก็ต อย่างหาดป่าตอง (ร้อยละ 3.30)

แหลมพรหมเทพ (ร้อยละ 2.7) รวมถึงหมู่เกาะ-

สุรินทร์ (ร้อยละ 2.2) จังหวัดพังงา และเกาะสมุย

(ร้อยละ 2.0) จังหวัดสุราษฎร์ธานีก็เป็นแหล่ง-

ท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ยังไม่เคย

เดินทางไปและอยากไปมากที่สุดในระดับต้นๆ

อนึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า "สะพานมิตรภาพ

ไทย-ลาว" ที่ท่านาแล้ง (ร้อยละ 1.9) จังหวัด

หนองคาย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่

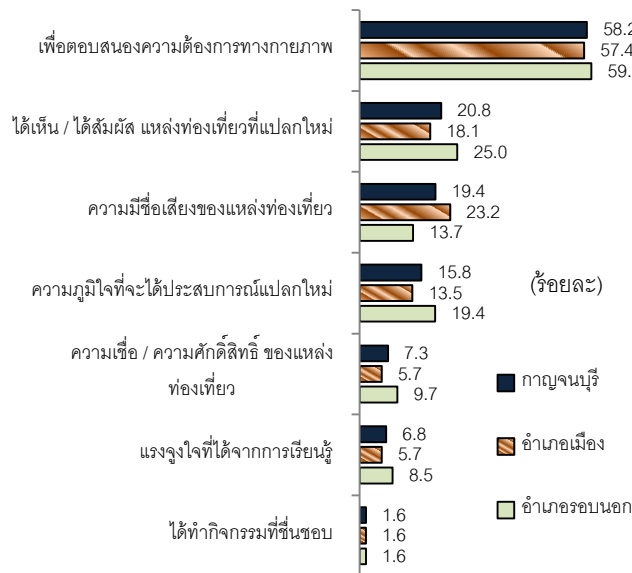
ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีให้ความสนใจอย่าง

แตกต่างกับนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ศึกษาอื่นๆ

สำหรับเหตุผลอันเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีรู้สึกอยากเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่เหล่านั้น สามารถสรุปได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- เหตุผลหลักสำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีร้อยละ 58.2 คือ เพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ เช่น ไปเพื่อชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ไปเพื่อรับอากาศบริสุทธิ์ ได้เปลี่ยนบรรยากาศและพักผ่อนทั้งกายและใจระหว่างการเดินทาง
- ร้อยละ 20.8 เพื่อที่จะได้เห็น / ได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่
- ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีร้อยละ 19.4 เลือกไปสถานที่นั้นๆ ไปเพราะความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผ่านคำบอกเล่าและสื่อต่างๆ
- ร้อยละ 15.8 คือ ต้องการความภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่
- ร้อยละ 7.3 เป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ / ความศรัทธาของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไปนมัสการสถานที่สำคัญทางศาสนาหรือการไปกราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดนั้นๆ เพราะเชื่อว่าจะเป็นมงคลแก่ตนและคนที่ตนรัก
- ร้อยละ 6.8 อยากไปเพราะ แรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้
- ที่เหลืออีกร้อยละ 1.6 ไปเพื่อได้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ

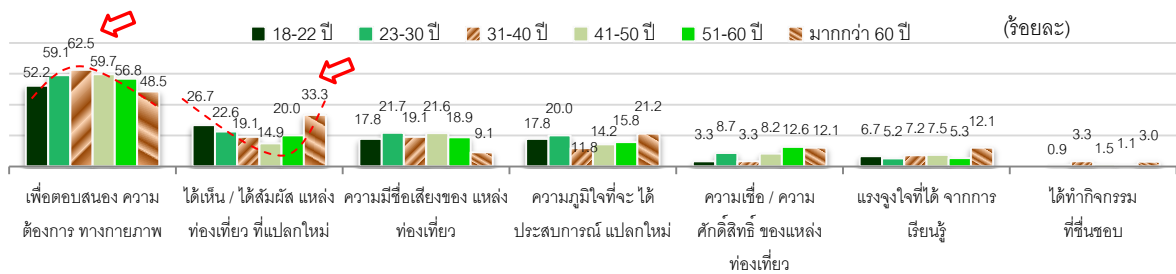
(หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความเห็น)



แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด จำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

สำหรับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกให้ความสำคัญกับการเดินทางโดยเน้นตอบสนองความต้องการทางกายภาพ (ร้อยละ 59.3) รวมถึงแนวโน้มเพื่อสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่ (ร้อยละ 25.0) เพื่อเกิดความรู้สึกภูมิใจภายหลังการเดินทาง (ร้อยละ 19.4) หรือเกิดจากแรงจูงใจด้านความเชื่อ ศรัทธาทั้งหลาย (ร้อยละ 9.7) และแรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้ ในสัดส่วนที่สูงกว่าที่เกิดกับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่อาศัยในอำเภอเมืองอยู่บ้าง ส่วนผู้เดินทางอำเภอเมืองนั้น เน้นให้ความสำคัญกับการเดินทาง โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่ตนยังไม่เคยไปเกือบถึง 1 ใน 4 (ร้อยละ 23.2)

เมื่อพิจารณาเหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่ที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานระยะต้นถึงตอนปลายจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลในด้าน "การตอบสนองความต้องการทางกายภาพ" ตาม "ความมีชื่อเสียง" ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ขณะที่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยเกษียณอายุมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวเพราะเหตุผลในด้าน "การได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่" หรือ "แรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้" ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

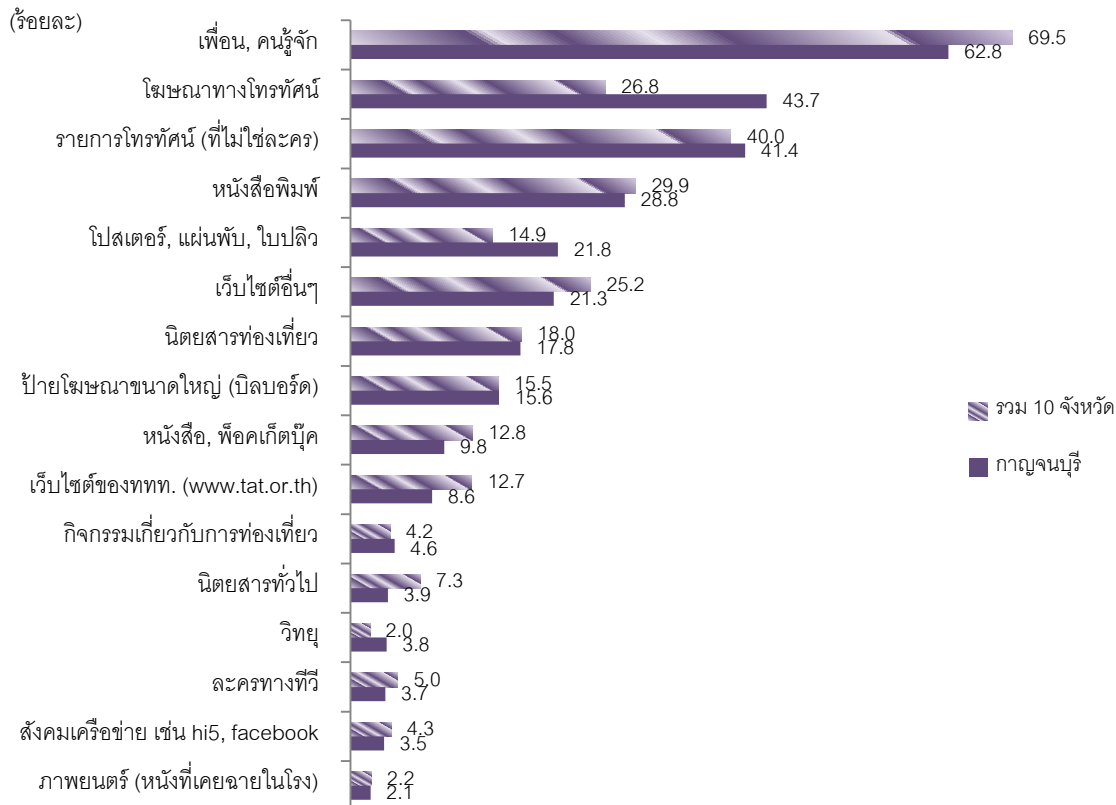


แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด จำแนกตามอายุ

ผลสรุปในส่วนนี้ กล่าวได้ว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเป็นนักเดินทางที่มีศักยภาพสูงสำหรับส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่ง โดยแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกล สามารถเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับได้ โดยเฉพาะหาดชะอำ และทะเลหัวหิน อีกกลุ่มหนึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีระยะไกลออกไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นในกลุ่มนี้ ได้แก่ อำเภอปาย และพระธาตุคุดอยสุเทพ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว "สะพานมิตรภาพไทย-ลาว" ซึ่งได้รับความนิยมสูงมากในหมู่ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีอายุในวัยทำงานช่วงปลาย และนิยมใช้บริการท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์แบบมีไกด์คอยให้ข้อมูล และบริการ

บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว



แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

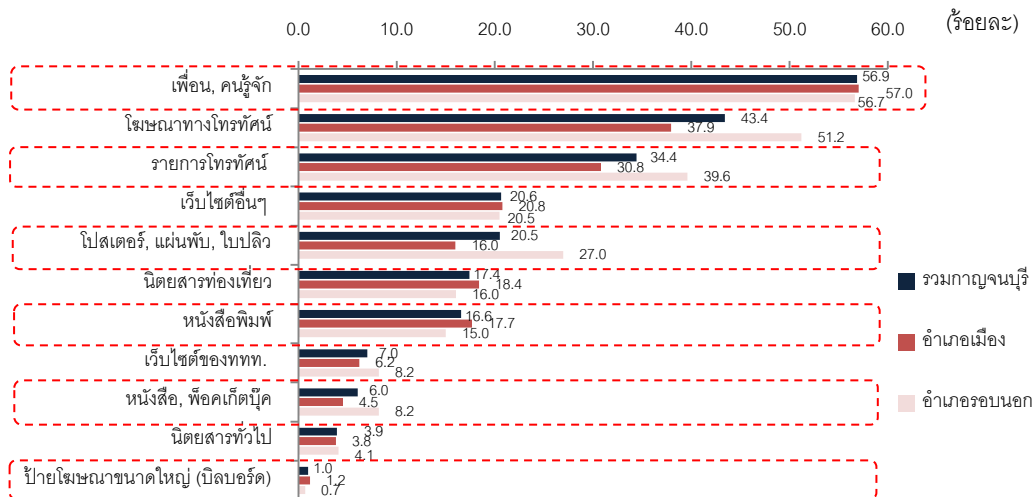
ช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ได้แก่ การบอกเล่าจากเพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 62.8) โฆษณาทางโทรทัศน์ (โดยเฉพาะโฆษณาของ ททท.) (ร้อยละ 43.7) รายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ต่างๆ (ร้อยละ 41.4) สื่อหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 28.8) รวมถึงสื่อประเภท โปสเตอร์ แผ่นพับโบรชัวร์ โปสเตอร์ต่างๆ (ร้อยละ 21.8) ในสัดส่วนที่สูง

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ให้ความสนใจข่าวสารผ่านทางโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 43.7) รวมถึงความนิยมช่องทางสื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว (ร้อยละ 21.8) ในสัดส่วนที่สูงกว่าภาพรวมค่อนข้างมาก ขณะที่กลับให้ความสนใจข่าวสารข้อมูลผ่านเว็บไซต์ต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ ททท. ในสัดส่วนที่ไม่สูงนัก (ร้อยละ 21.3 และร้อยละ 8.6 ตามลำดับ เท่านั้น)

5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

พบว่า ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผ่านทางเพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 56.9) ขณะที่โฆษณาทางโทรทัศน์ (รวมถึงโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของ ททท.) และสื่อประเภทรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ ได้รับความเชื่อถือรองลงมา (ร้อยละ 43.4 และร้อยละ 34.4) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 51.2 และร้อยละ 39.6 ตามลำดับ)

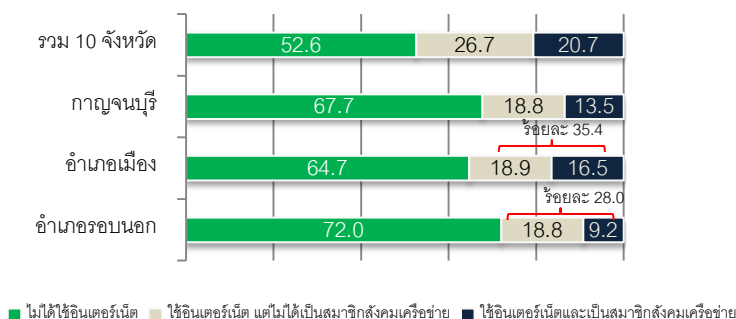
ส่วนสื่อสมัยใหม่ประเภทเว็บไซต์ทั้ง เว็บไซต์อื่นๆ และเว็บไซต์ของททท. ก็ได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเช่นกัน (ทั้งที่ในภาพรวมเป็นช่องทางที่นิยมบริโภคน้อยกว่าจังหวัดอื่นอยู่บ้าง) โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานระยะต้นขณะที่สื่อประเภท โปสเตอร์ แผ่นพับ/โบรชัวร์ ได้รับความเชื่อถือในสัดส่วนพอสมควร โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 27.0)



แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมกรบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่

(ร้อยละ)



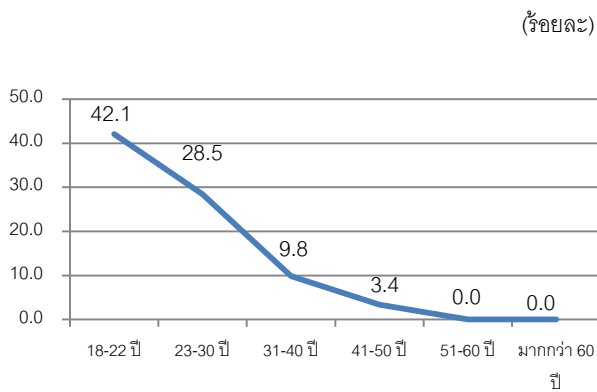
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีและสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่าย

ในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดนเช่นทุกวันนี้ การได้มาซึ่งข้อมูลไม่ว่าจะเป็นในเรื่องใดก็ตาม ดูแทบจะไม่มีขอบเขตจำกัด รวมทั้งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ต เข้ามามีบทบาทในแง่ของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดที่มีรูปแบบกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่การเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

โดยหากพิจารณาเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในประเด็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และการเป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายนั้น พบว่า สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

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

โดยทั่วไปผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่มาก โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ แต่หากพิจารณาแนวโน้มการใช้ พบว่า ผู้เดินทางอำเภอเมือง ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 35.4) โดยในกลุ่มนี้เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 16.5) ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้อินเทอร์เน็ตในสัดส่วนที่น้อยกว่านั้นอีก เพียงร้อยละ 28.0 และมีเพียงร้อยละ 9.2 เท่านั้นที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายด้วย



แผนภูมิภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายจำแนกตามกลุ่มอายุ

กล่าวได้ว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีให้ความเชื่อถือข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จัก รวมถึงสื่อประเภทรายการโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ในสัดส่วนที่สูง ขณะที่ยังให้ความสำคัญและความเชื่อถือกับสื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะสื่อประเภท “สังคมเครือข่าย” ในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก เว้นเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานระยะต้นที่เริ่มให้ความสนใจและความสำคัญกับสื่อประเภทดังกล่าวนี้มากขึ้น

สรุปในส่วนนี้ได้ว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ได้แก่ ข้อมูลผ่านเพื่อน คนรู้จัก รวมถึงสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามถึงแม้สื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่ จะยังไม่ได้รับความนิยมในหมู่มุผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมากนัก ทว่าในกลุ่มคนอายุน้อยที่กำลังศึกษา หรือทำงานในเมือง ช่องทางนี้ก็ได้รับความนิยม และได้รับความเชื่อถือมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างเป็นทางการสำคัญ

บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดกาญจนบุรี

ภายหลังจากที่ได้รับทราบกิจกรรมยามว่าง รวมถึงพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวในมิติต่างๆของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีแล้ว ครั้งนี้จะเป็นการแบ่งกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจแรงผลักดันที่ส่งผลให้แต่ละกลุ่มใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการแห่งตนหรือกลุ่มของตนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

(รายละเอียดคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตโดยละเอียด ในรายงานฉบับสมบูรณ์บทที่ 3 และบทที่ 9)

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	กาญจนบุรี	กรุงเทพฯและปริมณฑล	ทั้งประเทศรวมกรุงเทพฯ
ครอบครัวสำคัญ	43.0	38.8	38.4
เรจรีนเทศกาล	15.9	10.9	17.5
เรียนรู้คู่กระแส	11.9	8.7	13.3
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	11.4	13.7	11.8
เพื่อเพื่อนและแฟน	6.9	10.6	9.4
อนุรักษ์นิยม	5.1	5.0	4.3
บุกเบิกค้นหา	3.9	2.5	2.3
ไม่สามารถระบุ	2.0	9.9	3.1

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

ผลการจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง กล่าวคือ ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับครอบครัวและศาสนาในสัดส่วนที่สูง โดยพบว่ามีลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตด้านการท่องเที่ยวในลักษณะ “ครอบครัวสำคัญ” และ “เรจรีนเทศกาล” มีสัดส่วนที่สูงอย่างสอดคล้องถึงร้อยละ 43.0 และร้อยละ 15.9 ตามลำดับ

รองลงมาเป็นกลุ่มวิถีชีวิต “เรียนรู้คู่กระแส” และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (ร้อยละ 11.9 และร้อยละ 11.4) ซึ่งกลุ่มวิถีชีวิตทั้งสองประเภทนี้ มีความสัมพันธ์กับพัฒนาการทางสังคมและวัตถุ และเกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาและเศรษฐกิจค่อนข้างสูง โดยพบว่ามีผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะสองกลุ่มนี้ไม่แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ยภาพรวม 10 จังหวัดเท่าใดนัก

อนึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีมีสัดส่วนกลุ่ม “บุกเบิกค้นหา” (ร้อยละ 3.9) ในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวม ขณะที่กลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” ที่เน้นสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนและคนรักกลับมีสัดส่วนน้อยในจังหวัดนี้

โดยอาจกล่าวเป็นภาพรวมได้ว่า ผู้เดินทางจังหวัดกาญจนบุรีส่วนใหญ่ เป็นลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” ที่ดำรงชีวิตแบบเรียบง่าย ให้ความสำคัญกับครอบครัว ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับบ้าน หรือแลกเปลี่ยนพบปะ คบหาเพื่อนบ้านใกล้เคียงในลักษณะสังคมชนบทมากกว่าที่จะใช้เวลาไปกับความเจริญทางวัตถุตามห้างสรรพสินค้า หรือในโลกเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิต “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	อำเภอเมือง	อำเภอรอบนอก	รวมกาญจนบุรี
ครอบครัวสำคัญ	43.0	43.0	43.0
เรจรีนเทศกาล	14.8	17.4	15.9
เรียนรู้คู่กระแส	11.5	12.6	11.9
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	11.7	10.9	11.4
เพื่อเพื่อนและแฟน	8.4	4.8	6.9
อนุรักษ์นิยม	4.3	6.1	5.1
บุกเบิกค้นหา	4.1	3.8	3.9
ไม่สามารถระบุ	2.4	1.4	2.0

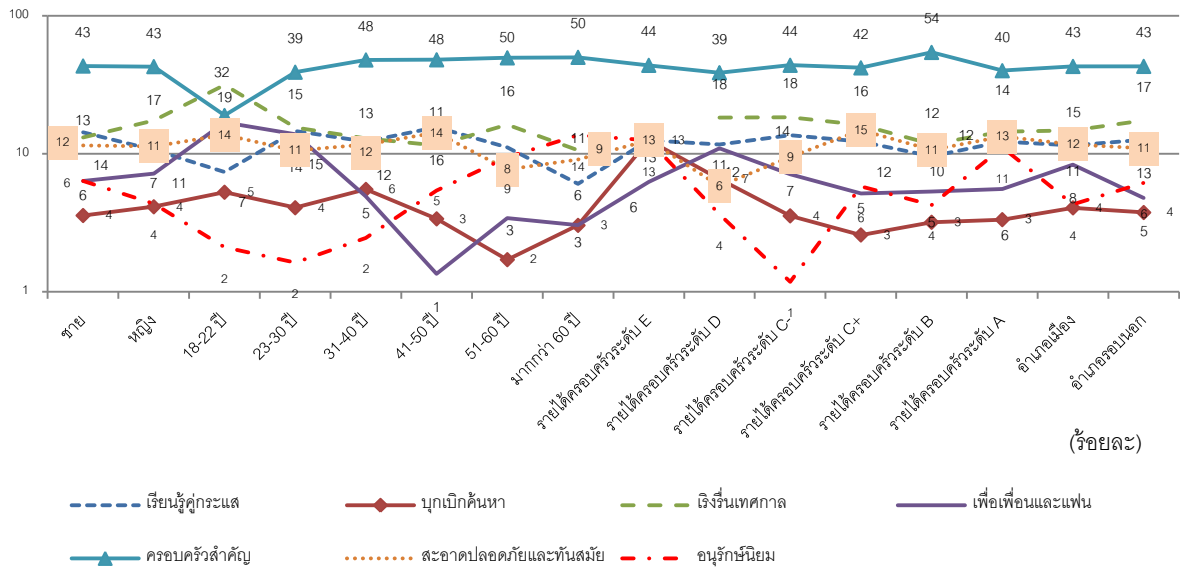
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่จำแนกออกเป็นกลุ่มวิถีชีวิตต่าง ๆ พบสาระที่น่าสนใจว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตไม่แตกต่างกันมากนัก เว้นแต่ในอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนกลุ่ม “เรจรีนเทศกาล” และกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” (ร้อยละ 17.4 และร้อยละ 6.1 ตามลำดับ) สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้าง (ร้อยละ 14.8 และร้อยละ 4.3 ตามลำดับ) ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกยังมีความสมถะในลักษณะของคนชนบทสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้างนั่นเอง

อย่างไรก็ตามในภาพรวมอาจนับได้ว่าสังคมกาญจนบุรียังคงเป็นสังคมที่ยังดำรงความเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ได้สูงจังหวัดหนึ่ง สังเกตได้จากกลุ่มที่เน้นเทคโนโลยีหรือกระแสนิยมอย่าง “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” และ “เรียนรู้คู่กระแส” มีสัดส่วนเพียงระดับใกล้เคียง

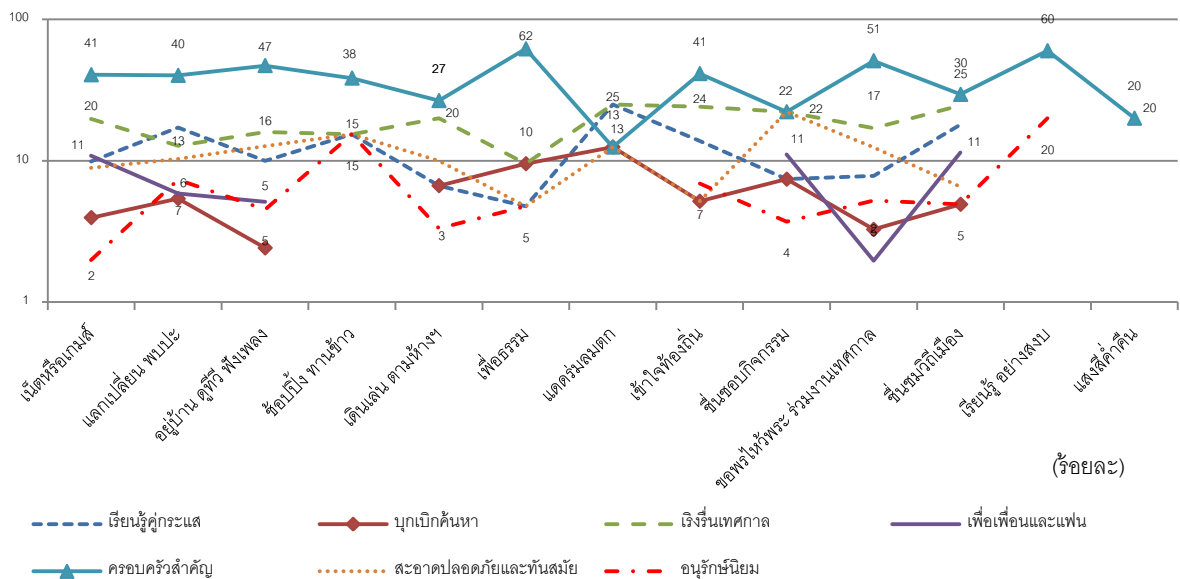
6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามภูมิหลัง

ทางกายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามภูมิหลังทางกายภาพ

6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

เพื่อเป็นการสรุปแผนภูมิภาพด้านบนทั้งสอง โดยผสมผสานแรงจูงใจ พฤติกรรมการบริโภคสื่อ และ พฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของกลุ่มวิถีชีวิตต่าง ๆ ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี พบสาระที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

กลุ่มวิถีชีวิต (กาญจนบุรี)	ภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนัยระหว่าง การเดินทาง
<p>ครอบครัว สำคัญ (ร้อยละ 43.0)</p>	<p>เป็นกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงาน ตั้งแต่อายุ 31 ปีจนถึงเกษียณ แต่งงานมีครอบครัวแล้ว สำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีกลุ่มนี้มีเศรษฐกิจฐานะปานกลางถึงดี มีการศึกษาในระดับดี</p>	<p>ใช้เวลาว่างส่วนใหญ่อยู่ที่บ้าน หรือออกไป แลกเปลี่ยนพูดคุยกับเพื่อน/ญาติ หากเดินทางท่องเที่ยวก็เลือกที่จะชื่นชมความสวยงามและธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสงบ รวมถึงหาโอกาสแวะขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์และหาซื้อของฝากสำหรับคนรู้จักระหว่างการเดินทาง</p>
<p>เรจรีนเทศกาล (ร้อยละ 15.9)</p>	<p>เป็นกลุ่มคนวัยรุ่น วัยทำงานระยะต้นกลุ่มหนึ่งกับกลุ่มคนสูงอายุ 51-60 ปีกลุ่มหนึ่ง แนวโน้มเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับ ปวส. หรือสายอาชีพ หากเป็นกลุ่มคนสูงอายุก็นิยมการศึกษาไม่สูง</p>	<p>ชอบสนุกสนาน ชอบทำกิจกรรมที่มีการสังสรรค์ มีการพบปะกับผู้คน เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกที่ชื่นชมวิถีชีวิตคนในเมือง ทำความเข้าใจคนท้องถิ่น รวมถึงแวะขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ</p>
<p>เรียนรู้ผู้กระแส (ร้อยละ 11.9)</p>	<p>สำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี กลุ่มนี้มีแนวโน้มเป็นเพศชาย วัยทำงานระยะต้นถึงกลางที่มีการศึกษาดี ฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี</p>	<p>ชอบใช้เวลาว่างนอกร้าน พบปะเพื่อนฝูง ทำกิจกรรมตามห้างฯ ชื่นชอบชมแสงสี วิถีคนเมือง และแหล่งที่ผู้คนมารวมกันตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ</p>
<p>สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย (ร้อยละ 11.4)</p>	<p>เป็นผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในที่กระจายกลุ่มอายุตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนปลาย ที่มีการศึกษาดี เศรษฐฐานะทางสังคมดีถึงดีมาก</p>	<p>ใช้เวลาว่างอยู่กับบ้านคล้ายกลุ่มครอบครัวสำคัญ แต่ก็ออกมาเลือกซื้อสินค้า ทานอาหารตามห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ เช่นเดียวกับเมื่อท่องเที่ยวก็ชื่นชอบกิจกรรมในเมือง ชื่นชมวิถีและแสงสีเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว</p>
		<p>ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน นิตยสารท่องเที่ยวของจังหวัด ไปสเตอร์ แผ่นพับ โบรชัวร์ รวมถึงนิตยสารทั่วไป เช่น แพรว ทิวพูล</p>
		<p>ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต Free Magazine สังคมจังหวัด และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ หรือนิตยสารหัวนอกที่เน้นไลฟ์สไตล์ เช่น Elle Décor Cosmopolitan</p>

กลุ่มวิถีชีวิต (กาญจนบุรี) (ต่อ)	ภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทาง
เพื่อเพื่อนและแฟน (ร้อยละ 6.9)	ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหรือวัยทำงานระยะต้น ฐานะปานกลาง ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ	ใช้เวลาว่างอยู่ตามห้างฯ หรือเล่นอินเทอร์เน็ต เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกทำกิจกรรม ผจญภัย กับกลุ่มเพื่อน แล้วกลับมาชื่นชมวิถีเมือง แสวงเสียมค่าคืน และแลกเปลี่ยนสังสรรค์
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคม โพสต์เตอร์ แผ่นพับ โบรชัวร์ รวมถึงนิตยสารทั่วไปที่เจาะจงกลุ่มวัยรุ่น สไปซี่ แพรวสุดสัปดาห์	
อนุรักษ์นิยม (ร้อยละ 5.1)	แนวโน้มอายุมากกว่าทุกกลุ่มวิถีชีวิต อายุตั้งแต่ 41 ถึงวัยเกษียณ เศรษฐฐานะทางสังคมในชั้นดี ถึงดีมาก และจบการศึกษาในชั้นดี และมีอาชีพมั่นคงอยู่ในอำเภอรอบนอก ส่วนใหญ่มีครอบครัว มีบุตรที่โตแล้ว	ชอบใช้เวลาว่างแลกเปลี่ยนประสบการณ์ สนใจธรรมชาติ และชอบพูดคุยเพื่อทำความเข้าใจคนอื่นฯ ใช้เวลาว่างเดินซื้อสินค้าตามห้างฯ เป็นบางครั้ง และเมื่อท่องเที่ยวก็เลือกขึ้นชมและเรียนรู้ธรรมชาติอย่างสงบ
	ช่องทางสื่อ: นิตยสารทั่วไปในแนวทางสุขภาพ ธรรมในชีวิตประจำวัน และความเป็นอยู่สมถะ เช่น ชิวจิต	
บุกเบิกค้นหา (ร้อยละ 3.9)	เป็นกลุ่มคนวัยรุ่นแนวโน้มเป็นชาย ทำงานระยะต้นกลุ่มหนึ่ง ที่มีเศรษฐกิจกลางลงล่าง ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับ ปวส. หรือสายอาชีวะ หรือจบการศึกษาปริญญาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏต่างๆ	ชอบสนุกสนาน ชอบทำกิจกรรมที่มีการสังสรรค์ มีการพบปะกับผู้คน เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกที่จะทำกิจกรรมที่เร้าใจ หาโอกาสสักการะขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
	ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการ์ตูน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารกีฬาต่างๆ	

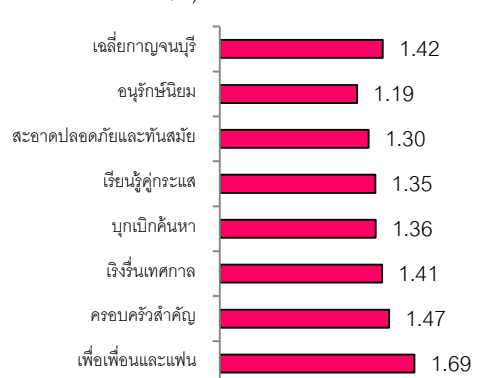
ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการเดินทาง แบบพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่ากลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” รวมถึงกลุ่มที่มีขนาดใหญ่อย่าง “ครอบครัวสำคัญ” และกลุ่ม “เร้าเร้นเทศกาล” มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนความถี่สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่น ๆ อยู่บ้าง

(ค่าเฉลี่ยความถี่ ครั้ง/ปี)



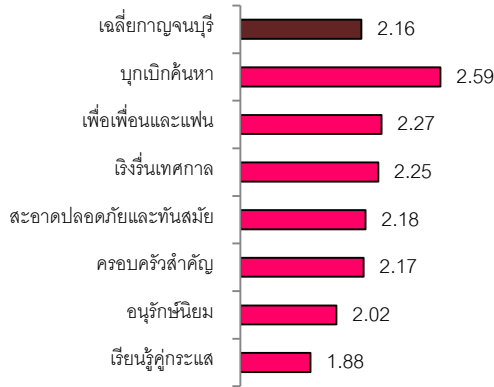
แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืน จำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพัก

ค้างคืน

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนวันพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่า “เพื่อเพื่อนและแฟน” และ “เรจรีนเทศกาล” มีแนวโน้มพักค้างคืนเฉลี่ยนานวันกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ (เฉลี่ย 2.59 วัน 2.27 วัน และ 2.25 วันตามลำดับ) ขณะที่กลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” และ กลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” พักค้างคืนเฉลี่ย ในจำนวนวันที่น้อยกว่า (เฉลี่ย 1.88 และ 2.02 วันตามลำดับ)

(ค่าเฉลี่ยวันพักค้างคืน)



แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระยะเวลาการพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม

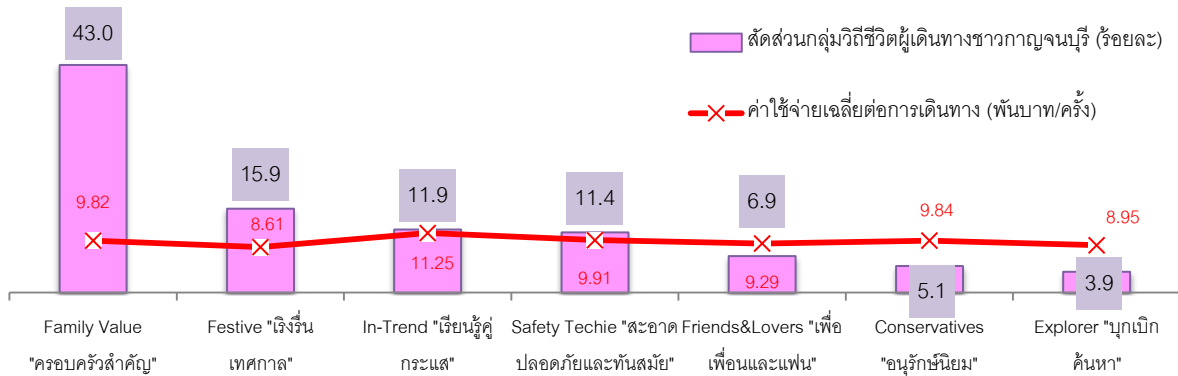
กลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี	จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม
ครอบครัวสำคัญ	เพชรบุรี (ร้อยละ 42.2) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 25.5) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 24.8) เชียงใหม่ (ร้อยละ 21.2) ราชบุรี (ร้อยละ 20.6)
เรจรีนเทศกาล	เพชรบุรี (ร้อยละ 45.1) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 24.8) ราชบุรี (ร้อยละ 21.2) เชียงใหม่ (ร้อยละ 15.9) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 15.9)
เรียนรู้คู่กระแส	ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 32.9) เพชรบุรี (ร้อยละ 32.9) ราชบุรี (ร้อยละ 24.7) เชียงใหม่ (ร้อยละ 17.6) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 17.6)
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	เพชรบุรี (ร้อยละ 35.8) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 27.2) ราชบุรี (ร้อยละ 24.7) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 23.5) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 17.3) นครปฐม (ร้อยละ 17.3)
เพื่อเพื่อนและแฟน	สุพรรณบุรี (ร้อยละ 34.7) เพชรบุรี (ร้อยละ 32.7) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 32.7) สมุทรสงคราม (ร้อยละ 26.5) ราชบุรี (ร้อยละ 24.5)
อนุรักษ์นิยม	ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 44.4) เพชรบุรี (ร้อยละ 33.3) ราชบุรี (ร้อยละ 22.2) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 22.2) เชียงใหม่ (ร้อยละ 19.4)
บุกเบิกค้นหา	เพชรบุรี (ร้อยละ 42.9) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 21.4) ราชบุรี (ร้อยละ 21.4) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 21.4) เชียงใหม่ (ร้อยละ 17.9) สมุทรสงคราม (ร้อยละ 17.9)

ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายการเดินทางของกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี พบว่าจังหวัดยอดนิยม (ตามความถี่) ส่วนใหญ่เป็นจังหวัดที่มีระยะทางไม่ไกลจากจังหวัดกาญจนบุรีนัก อาทิจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น ทว่าหากพิจารณาในรายละเอียดพบความน่าสนใจว่า กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” เดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในสัดส่วนไม่น้อย ขณะที่กลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส”

และ "สะอาดปลอดภัยและทันสมัย" ต่างก็มีแนวโน้มชื่นชอบเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มากกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ

6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทาง

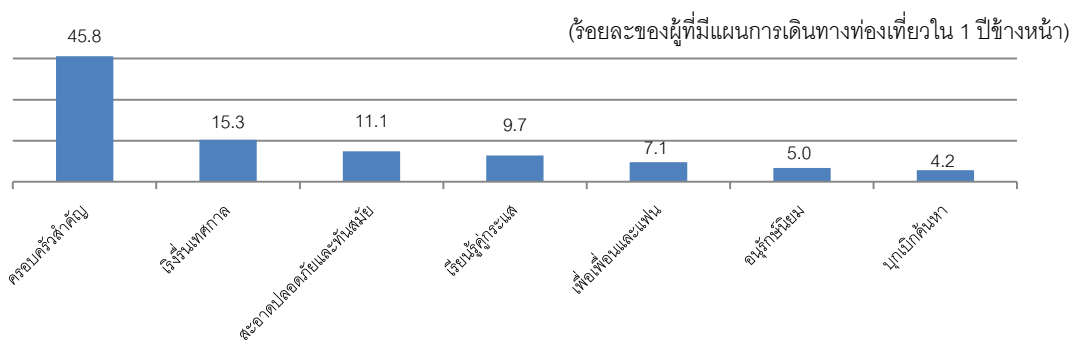


แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)

หากพิจารณาการใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่า กลุ่มวิถีชีวิตที่มีสัดส่วนมากที่สุด 2 กลุ่มแรกได้แก่ กลุ่ม "ครอบครัวสำคัญ" (ร้อยละ 43.0) และ "เจริงรีนเทศกาล" (ร้อยละ 15.9) ต่างมีค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายเพื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดสูงพอสมควร (สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตเดียวกันของจังหวัดอื่นๆ) โดยกลุ่ม "ครอบครัวสำคัญ" ซึ่งมีสัดส่วนเกือบกึ่งหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีทั้งหมด ใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 9,824 บาท/ครั้ง และสำหรับกลุ่ม "เจริงรีนเทศกาล" ใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 8,606 บาท/ครั้ง

ในขณะที่กลุ่ม "เรียนรู้คู่กระแส" และ "สะอาดปลอดภัยและทันสมัย" ซึ่งมีสัดส่วนรองลงมาเท่ากับร้อยละ 11.9 และร้อยละ 11.4 ตามลำดับนั้น มีค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายต่อครั้งการเดินทางสูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ อยู่บ้างเท่ากับ 11,252 บาท/ครั้ง และ 9,906 บาท/ครั้ง ตามลำดับ

6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า

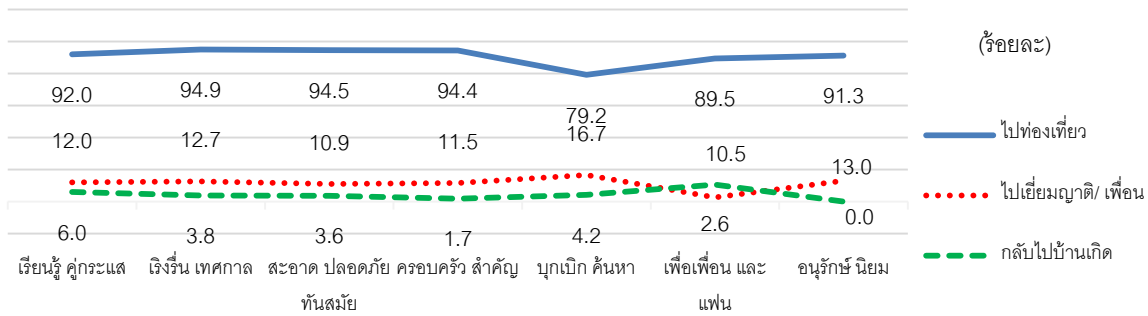


แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีแผนการเดินทางแบบพักค้างคืน

เมื่อมาพิจารณาแผนการเดินทางพักค้างคืน (เฉพาะภายในประเทศ) ของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบความน่าสนใจว่า กลุ่มที่มีแผนการเดินทางพักค้างคืนในประเทศ ในสัดส่วนมากที่สุดได้แก่ กลุ่ม "ครอบครัว"

สำคัญ” ร้อยละ 45.8 รองลงมาเป็นกลุ่ม “เจ็กรุ่นเทศกาล” “สะอาดปลอดภัยทันสมัย” และ “เรียนรู้อุทิศทะเล” ในสัดส่วนร้อยละ 15.3 ร้อยละ 11.1 และร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

6.3.6 วัตถุประสงค์การเดินทาง



แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง "วัตถุประสงค์" ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของชาวกาญจนบุรีจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เช่นเดียวกันกับเมื่อเปรียบเทียบวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว เป็นรายกลุ่มวิถีชีวิต โดยพบว่า ทุกกลุ่มวิถีชีวิตมีวัตถุประสงค์การเดินทางหลักเพื่อ “จะไปท่องเที่ยว” เช่นเดียวกันทั้งหมด แต่ที่มีแนวโน้มแตกต่างกับกลุ่มวิถีชีวิตอื่น ๆ อยู่บ้างได้แก่ กลุ่ม “บุกเบิกค้นหา” ผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ที่มีแนวโน้มเดินทางไปเยี่ยมญาติ และกลุ่ม “เพื่อนเพื่อนและแฟน” ที่มีแนวโน้มเดินทางเพื่อไปเยี่ยมบ้านเก่าในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่น ๆ อยู่บ้าง ทว่าก็ไม่ใช่ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ

6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

กลุ่มวิถีชีวิต	โดยรถส่วนตัว	โดยรถทัวร์	โดยเช่ารถตู้	โดยเครื่องบิน	โดยรถไฟ	แบบมีไกด์นำเที่ยว
ครอบครัวสำคัญ	81.6	6.2	25.9	1.0	2.3	6.9
เจ็กรุ่นเทศกาล	79.6	15.0	23.9	1.8	1.8	8.0
เรียนรู้อุทิศทะเล	80.0	20.0	20.0	5.9	4.7	11.8
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	84.0	12.3	25.9	2.5	1.2	7.4
เพื่อนเพื่อนและแฟน	75.5	16.3	22.4	2.0	4.1	0.0
อนุรักษ์นิยม	86.1	5.6	16.7	2.8	5.6	8.3
บุกเบิกค้นหา	82.1	14.3	7.1	0.0	3.6	3.6

ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

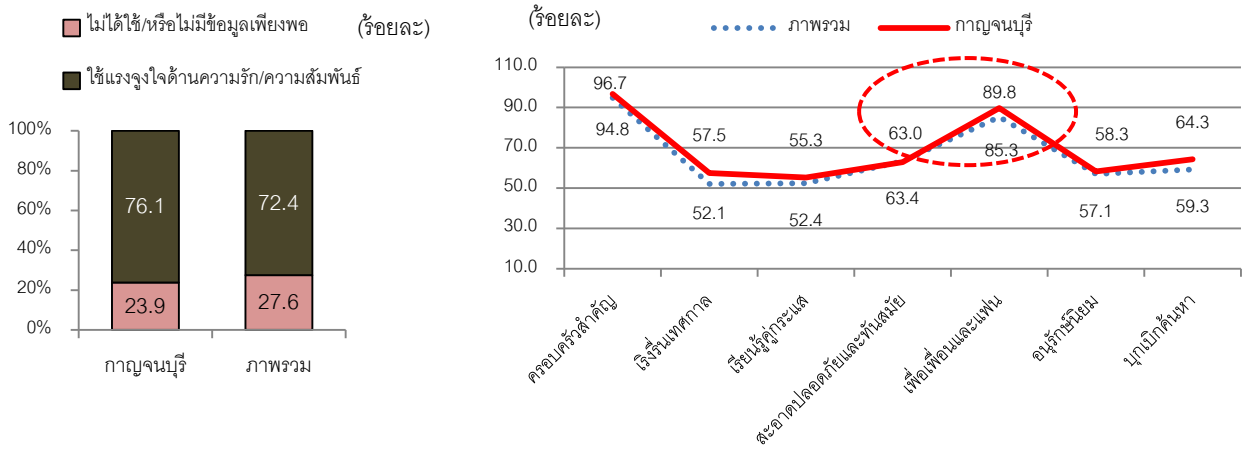
ในส่วนของพาหนะที่จะใช้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ จำแนกตามรายกลุ่มวิถีชีวิตนั้น พบว่ารถยนต์ส่วนตัวยังคงเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมเลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับทุกกลุ่มวิถีชีวิต

นอกจากนั้นยังเห็นแนวโน้มที่เด่นชัดว่าการเลือกใช้พาหนะรถตู้เช่าเหมาคัน ได้รับความนิยมมากในหลายกลุ่มวิถีชีวิต โดยเฉพาะกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” กลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” ขณะที่

การเดินทางแบบทัวร์มีไกด์ ก็มีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายรายรายวิถีชีวิตให้ความสนใจไม่น้อย โดยเฉพาะกลุ่ม “เรียนรู้อุ้มนักกระแส” และ “อนุรักษ์นิยม”

6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

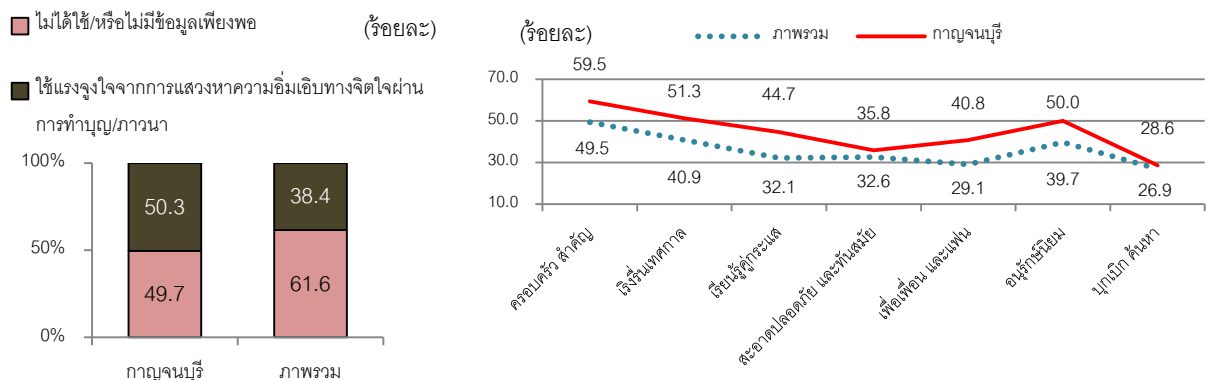
6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์



แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์

กลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีในสัดส่วนประมาณ 3 ใน 4 ส่วน ที่ตระหนักว่าตนได้ใช้ “แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์” เป็นแรงผลักดันส่วนหนึ่งให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเช่นเดียวกับผู้เดินทางชาวไทยในภาพรวม และหากพิจารณาเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิต พบว่า แนวโน้มการใช้แรงจูงใจด้านความรักเป็นแรงผลักดันสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต ไม่มีความแตกต่างกับภาพรวมของคนไทยทั้งประเทศมากนัก อย่างไรก็ตามกลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” ยังเป็นกลุ่มหลักที่ใช้การเสริมสร้างความรักเป็นพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างโดดเด่น และแตกต่างกับกลุ่มวิถีชีวิตอื่น ๆ

6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา

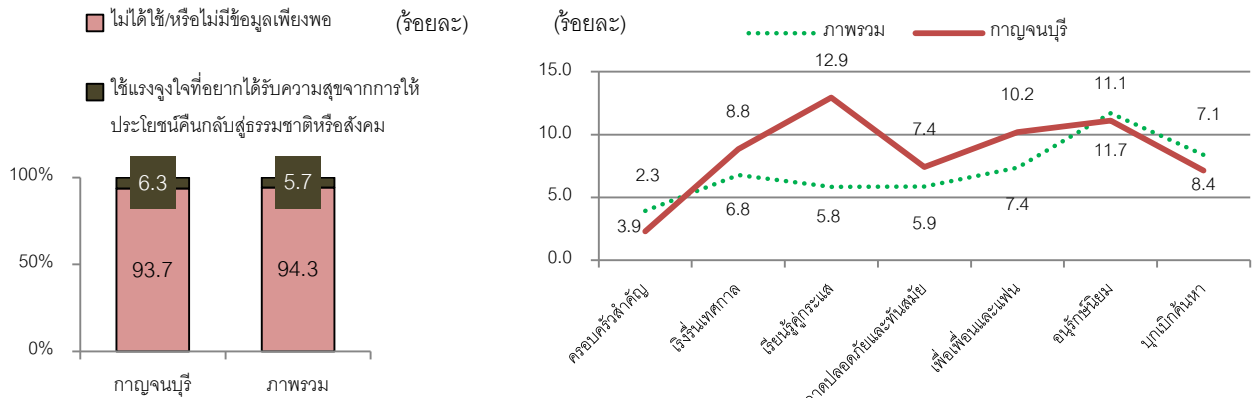


แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา

เฉพาะแรงจูงใจในส่วนนี้ พบความสอดคล้องกันเป็นอย่างมาก ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมด้านวิถีดั้งเดิมของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ที่ยังคงสัดส่วนพฤติกรรมทางสังคมชนบท หรือความเชื่อถือใน

สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสัดส่วนที่สูงกว่าสังคมเมืองขนาดใหญ่แห่งอื่นๆ ทำให้เห็นแนวโน้มสัดส่วนแรงจูงใจด้านการแสวงหา “ความอึดอึดทางจิตใจ” ผ่านการสักการะและภาวนาในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มเป้าหมายในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ และโดยเฉพาะต่อกลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 59.5) และกลุ่ม “เร่ร่อนเทศกาล” (ร้อยละ 51.3) ที่มีแนวโน้มใช้แรงจูงใจส่วนนี้สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ และสูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตในลักษณะเดียวกันของจังหวัดอื่น ๆ อยู่บ้าง

6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม

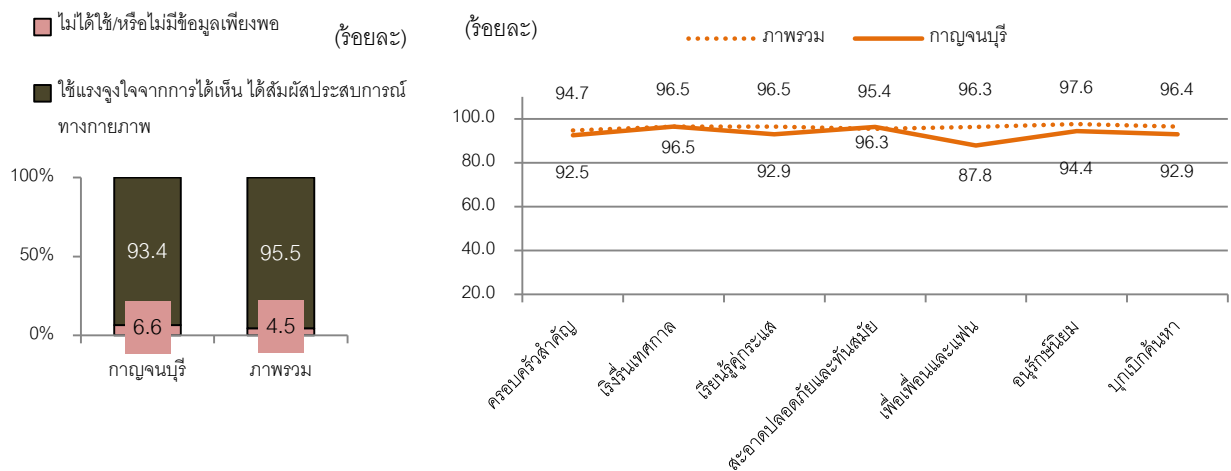


แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม

เป็นที่น่าสนใจว่า นอกจากกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” ซึ่งมีทัศนคติและพฤติกรรมที่โดดเด่นในด้านนี้ กลุ่ม “เรียนรู้อะไรก็ได้” และกลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี ก็มีแนวโน้มเปิดรับการใช้แรงจูงใจเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในประการนี้ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 12.9 และร้อยละ 10.2 ตามลำดับ)

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุด และเน้นการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนาเป็นหลักนั้น กลับให้ความสนใจแรงจูงใจในส่วนนี้น้อยมาก

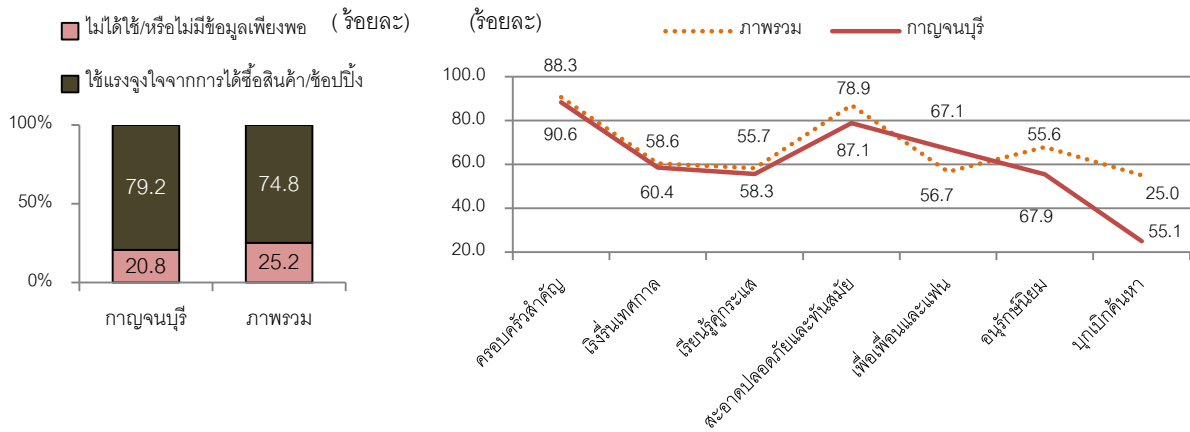
6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ

แรงจูงใจของความอยากรู้/อยากเห็น/อยากสัมผัส แหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการเดินทางท่องเที่ยว ในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 93.4 และสูงอย่างสม่ำเสมอในเกือบทุกกลุ่มวิถีชีวิต อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” กลับมีแนวโน้มการประยุกต์ใช้แรงจูงใจในส่วนนี้น้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ อยู่บ้าง โดยกลับไปให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านการสร้างความสัมพันธ์และความรักระหว่างหมู่เพื่อนและแฟนมากกว่า

6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง



แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง

สำหรับในประเด็นแรงจูงใจด้านความอยากรู้/อยากซื้อสินค้า นั้นผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีใช้เป็นแรงจูงใจด้านการเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงกว่าในภาพรวมอยู่บ้าง โดยเฉพาะต่อกลุ่มวิถีชีวิตหลักอย่าง “ครอบครัวสำคัญ” “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน”

6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

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

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและ Key Message
Once in a Lifetime - ประเภทธรรมชาติ ป่าเขา อากาศหนาวเย็นที่มีระยะ ทางไกล เช่น เชียงใหม่	- ครอบครัวสำคัญ - สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เรียนรู้คู่กระแส	ด้านความอยากรู้/อยากเห็นและความรัก - เช่น ครั้งหนึ่งชีวิตกับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ โดยไม่ต้องรอให้สายเกินไป

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและKey Message
Once in a Lifetime - ประเภททะเลที่มีระยะทางไกล หูหรรษาสมฐานะ เช่น ภูเก็ต กระบี่	- สะอาดปลอดภัยทันสมัย - ครอบครัวสำคัญ - อนุรักษ์นิยม	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น เสริมสร้างความรักและการให้ - เช่น เสริมสร้างความสัมพันธ์ และกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ และช่วยเหลือสังคมแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ สะดวกสบายสมราคา
Once in a Lifetime - ประเภททะเลที่มีระยะทางไม่ไกล เช่น ชะอำ	- ครอบครัวสำคัญ - เจริญเทศกาล - เรียนรู้คู่กระแส - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น เสริมสร้างความรัก - เช่น เสริมสร้างความสัมพันธ์และสนุกสนานกับแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ที่ไม่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เดินทางสะดวก
Festivities & Entertainment	- เจริญเทศกาล - เพื่อเพื่อนและแฟน - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้ อยากเห็นและความรัก - เช่น ความสนุกสนานงานเทศกาลใกล้บ้าน
Unseen Nature - ล่องแก่ง ล่องแพ	- เพื่อเพื่อนและแฟน - นุกเบิกค้นหา	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ - เช่น ล่องแก่ง ล่องแพ สัมผัสธรรมชาติ ที่บริสุทธิ์
Spiritual Destination - ศาสนสถานใน กรุงเทพฯ และอยุธยา	- เจริญเทศกาล - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และการขอพร - เช่น อิ่มเอิบ อบอูน กับแหล่งบุญข้ามภูมิภาคใกล้บ้าน (เช่น กรุงเทพฯ และอยุธยา)
Trendy Place - เช่น แหล่งช้อปปิ้งในกรุงเทพฯ ชิคาตาที่หัวหิน	- สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เรียนรู้คู่กระแส - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น - เช่น ค้นหาความแตกต่างและไม่เหมือนใครที่ อัมพวา และเพลินวาน
City of Joy - เชียงใหม่ หรือหัวหิน หรือ พัทยา	- สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เรียนรู้คู่กระแส - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และด้านความอยากได้/อยากซื้อสินค้า - เช่น เดินเล่นยามราตรีที่หัวหิน หรือ ถนนคนเดิน เชียงใหม่
Man-made Destination	- ครอบครัวสำคัญ - เจริญเทศกาล - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น - เช่น “สะพานมิตรภาพไทย-ลาว จ.หนองคาย
Eco/Culture Destination	- อนุรักษ์นิยม - เรียนรู้คู่กระแส	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และการให้ - เช่น โครงการพระราชดำริ หุบกระพง
Educational Destination	- อนุรักษ์นิยม - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และความรัก - เช่น พิพิธภัณฑ์สิรินธร และสวนสัตว์โคราช

ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวกาญจนบุรี

สรุปในส่วนนี้ได้ว่า สำหรับกลุ่มผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีที่มีเศรษฐกิจฐานดี มีพื้นฐานการศึกษาที่ดี มีอาชีพการงานที่มั่นคง โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะวิถีชีวิตแบบ “ครอบครัวสำคัญ” “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” นั้น (รวมถึงกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” ซึ่งถึงแม้มีปริมาณไม่มาก แต่มีศักยภาพสูง) มีโอกาสสร้างแนวทางการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมสู่เป้าหมายการเดินทางข้ามภูมิภาคได้สูงมาก โดยการนำเสนอแรงจูงใจด้วยรูปแบบและเป้าหมายการเดินทางที่ได้ประโยชน์กลับมาทั้ง ความแปลกใหม่ การเรียนรู้พร้อมความสะดวกสบาย และความรักความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นในหมู่มวลสมาชิก

ขณะที่สำหรับผู้เดินทางชาวกาญจนบุรีอีกสองกลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่ม “เรจรีนเทศกาล” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” ที่เน้นแรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น ได้รับประสบการณ์พร้อมความสนุกสนานรื่นเริงกับหมู่มวลมิตร มากกว่าแรงจูงใจด้านอื่นๆ รวมถึงกลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” นั้น แหล่งท่องเที่ยวในกระแสใหม่ๆ (ตามรสนิยมของแต่ละกลุ่ม) และไม่ไกลจากกาญจนบุรีมีความสอดคล้องเหมาะสมกับวัย และเศรษฐกิจของกลุ่มเป็นอย่างดี

นอกจากนี้การกระตุ้นผ่านแรงจูงใจด้านการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ร่วมกับการเดินทางที่รอคอย โดยเฉพาะการเดินทางไปสัมผัสผืนประเทศลาวผ่านแหล่งท่องเที่ยวประเภท Man-made Destination อย่างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แล้วแวะสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ระหว่างการเดินทาง ก็มีแนวโน้มสร้างความสนใจได้สูงในกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” รวมถึงกลุ่ม “เรจรีนเทศกาล” ที่อายุมาก