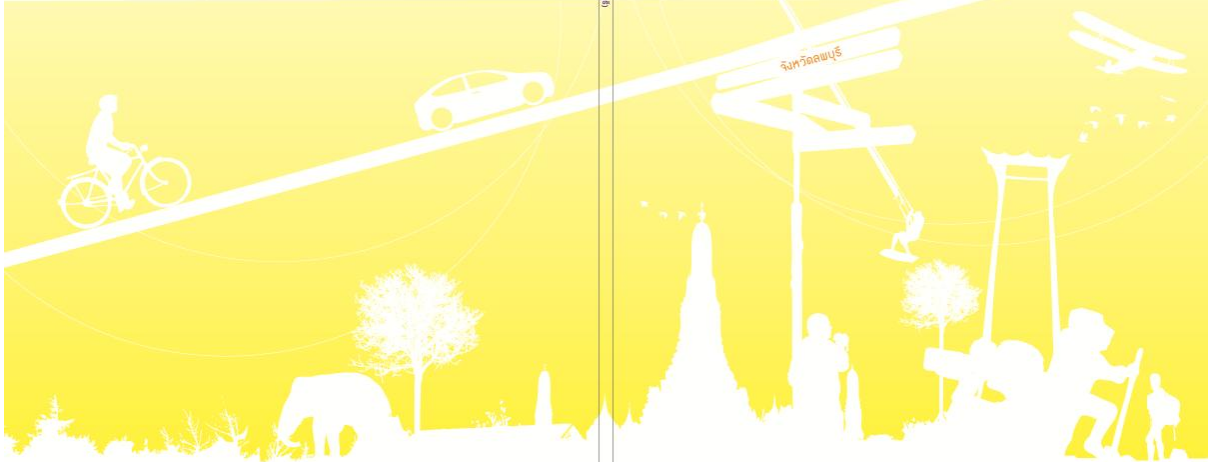




1600 ถนนพหลโยธิน เขตปทุมธานี
จังหวัดนนทบุรี 10400

www.tourismthailand.org



กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

โครงการสำรวจทัศนคติและ
พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

ของชาวไทยในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจต่อการออกนันทนาการท่องเที่ยว

รายงานฉบับสมบูรณ์



บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลตันซี่ จำกัด
304 ชั้น 5 อาคารทีไอเอส 5 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางมด กรุงเทพมหานคร 10240
โทรศัพท์ : 0-2374-7141 โทรสาร : 0-2731-7738

นำเสนอโดย



บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลตันซี่ จำกัด



กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

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 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรี	12
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี	15
2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	15
2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ	15
2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	17
2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี	17
2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี	18
2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	19
2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวลพบุรี	20
2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี	20
2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี	22
2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวลพบุรี	24
2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	25
บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว	26
3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ	26
3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า	27
3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	30
3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)	30
3.5 ข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด	31
3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	32
บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม	34
4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรี	34
4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	35
บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวลพบุรี	38
5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	38
5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	38
5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่	39

สารบัญ (ต่อ)

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

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม	13
ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา	20
ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวลพบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ	21
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	23
ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	29
ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวลพบุรี	41
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	42
ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางจำแนกกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรี	44
ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	46
ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	48
ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวลพบุรี	51

สารบัญแนภูมิภาพ

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	10
แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	11
แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา	11
แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	11
แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	12
แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบภาพรวม 10 จังหวัด	12
แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด	14
แผนภูมิภาพที่ 8 แสดงสัดส่วนประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรี	15
แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรี	15
แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	16
แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้เข้าร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบภาพรวม 10 จังหวัด	16
แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้เข้าร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรีในอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก	16
แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่(ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี	17
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	17
แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี 15 อันดับแรก	18
แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	18
แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดด้วย เปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน	19
แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ	19
แผนภูมิภาพที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี	20
แผนภูมิภาพที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวลพบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนหนึ่งครั้ง	20

สารบัญแนภูมิภาค (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 21 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวลพบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	21
แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	22
แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	22
แผนภูมิภาพที่ 24 แสดงสัดส่วนทัศนคติต่อการเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล เฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว	24
แผนภูมิภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวลพบุรี	24
แผนภูมิภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบกับอีก 9 จังหวัดที่ทำการศึกษา	25
แผนภูมิภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคในผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	25
แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรี	26
แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับช่วงอายุ	26
แผนภูมิภาพที่ 30 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่วางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	27
แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	28
แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	28
แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีวางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า	29
แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	29
แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง “จุดประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวลพบุรี	30
แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรี	30
แผนภูมิภาพที่ 37 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามช่วงอายุ	31
แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด ในอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	31

สารบัญแนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 39 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	32
แผนภูมิภาพที่ 40 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรี จำแนกตามช่วงอายุ	33
แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรี	33
แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวลพบุรีเคยไปเยี่ยมชมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	34
แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ผู้เดินทางชาวลพบุรียังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	35
แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	36
แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด จำแนกตามอายุ	37
แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี	38
แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี	39
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวลพบุรีและสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่าย	39
แผนภูมิภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายจำแนกตามกลุ่มอายุ	40
แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวลพบุรีตามภูมิหลังทางกายภาพ	43
แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวลพบุรีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	43
แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	45
แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	45
แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)	46
แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีแผนการเดินทางแบบพักค้างคืน	47
แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง “วัตถุประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	47
แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	48
แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดเอิบทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	49
แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	49
แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	50
แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	50

1. ความเป็นมา

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งในสังคมยุคสมัยปัจจุบัน โดยเฉพาะหากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้านการเดินทางท่องเที่ยวกับพัฒนาการของสังคมในด้านต่างๆไปพร้อมๆกัน เนื่องจากมีแนวโน้มที่เชื่อได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสังคมกับทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวจะเป็นองค์ประกอบเริ่มต้นที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาการของสังคมตามมา หรือเป็นไปในทิศทางกลับกันก็ตามแต่สิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องจับตามองคือแนวโน้มหรือทิศทางของพัฒนาการนั้นซึ่งจะส่งผลต่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทิศทางการเคลื่อนไหวที่กำลังจะเกิดขึ้น จึงนับเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อนำมาต่อยอดจากผลการศึกษาครั้งที่ผ่านมาซึ่งเป็นการศึกษาทำความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน กรุงเทพฯ 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 แบบตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ในข้อเสนอโครงการฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

2. การวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ชาวไทยในจังหวัดที่กำหนด ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านทัศนคติ พฤติกรรม และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเก็บข้อมูลและประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

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

3.1 วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามและจำนวนหน่วยตัวอย่าง

3.1.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง (Respondent Qualification)

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

ทั้งนี้กำหนดให้การกระจายตัวของหน่วยตัวอย่างสามารถครอบคลุมกลุ่มย่อยในประชากรกลุ่มอายุต่างๆ อย่างเท่าเทียมเหมาะสมกับสัดส่วนของประชากรในพื้นที่เป้าหมายดังนี้

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

3.1.2 พื้นที่ดำเนินการเก็บข้อมูล (Sampling Frame)

สำหรับจังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นหนึ่งในสิบพื้นที่ที่ศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการเก็บข้อมูลภาคสนามตั้งแต่วันที่ 6-20 ธันวาคม 2553 เริ่มที่อำเภอเมืองระหว่างวันที่ 6-14 ธันวาคม 2553 และสำหรับอำเภอรอบนอกได้สุ่มสำรวจเพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่อำเภอโคกสำโรง ระหว่างวันที่ 15-20 ธันวาคม 2553 ซึ่งผลการเก็บข้อมูลภาคสนามในภาพรวมก็สามารถประสบความสำเร็จด้วยดี

3.1.3 จำนวนหน่วยตัวอย่าง (Sample Size)

เพื่อให้การเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และมีระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 95% (Taro Yamane Formulation for Sample size) จึงเสนอสมมติฐานและแนวทางการกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างของจังหวัดลพบุรี รวมถึงแสดงจำนวนหน่วยตัวอย่างที่เหมาะสม ดังนี้

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างที่คำนวณได้ตามเงื่อนไข
จังหวัดลพบุรี	ไม่น้อยกว่า 400 ราย

สมมติฐาน

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

อย่างไรก็ตามเพื่อให้จำนวนหน่วยตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกมีการกระจายตัวอย่างครอบคลุมและเหมาะสม จึงเพิ่มจำนวนหน่วยตัวอย่างเป็นเท่ากับหรือมากกว่า 700 รายโดยแบ่งสัดส่วนและกำหนดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างดังนี้

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างและรายละเอียด
เทศบาลอำเภอเมือง	- จำนวน 405 ราย - กระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ของเทศบาล ตามรายละเอียดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างตามข้อ 3.1.4
อำเภอรอบนอก	- จำนวน 295 ราย - อำเภอที่ห่างจากอำเภอเมืองมากกว่า 30 กม. ได้แก่ อำเภอโคกสำโรง

3.1.4 วิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง (Sampling Method)

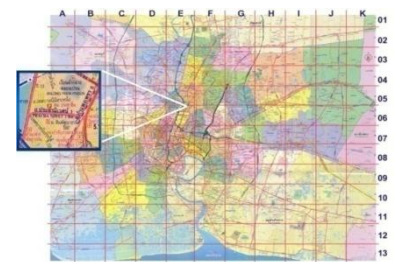
- พื้นที่เขตเทศบาล (Multi-Stage Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเลือกพื้นที่เก็บตัวอย่างก่อน แล้วจึงสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling)

ด้วยวิธี สุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)

- พื้นที่ต่างอำเภอ (Systematic Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)



3.1.5 คำบรรยายศัพท์ที่นำมาใช้เป็นการเฉพาะในการรายงาน

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
- ลพบุรี -

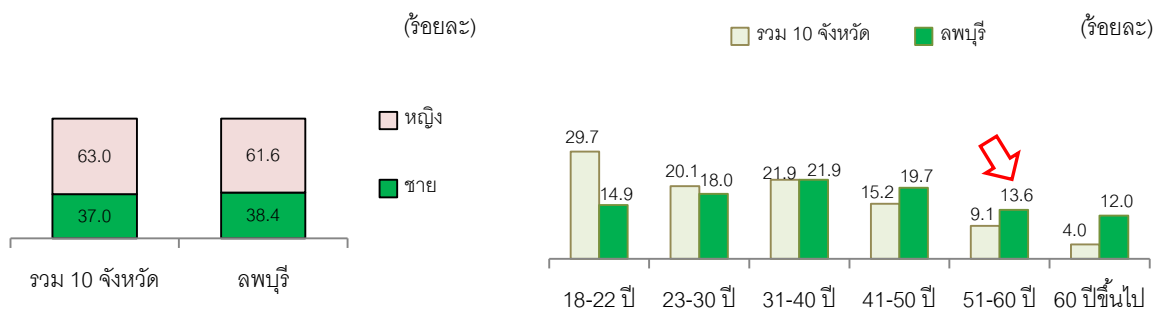
บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง

1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสุ่มสำรวจผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่าหน่วยตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 61.6 เป็นเพศชายเพียงร้อยละ 38.4 โดยส่วนใหญ่ผู้เดินทางชาวลพบุรีเป็นกลุ่มคนวัยทำงานในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา หรือกลุ่มวัยเกษียณ โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานระยะกลางอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 21.9)

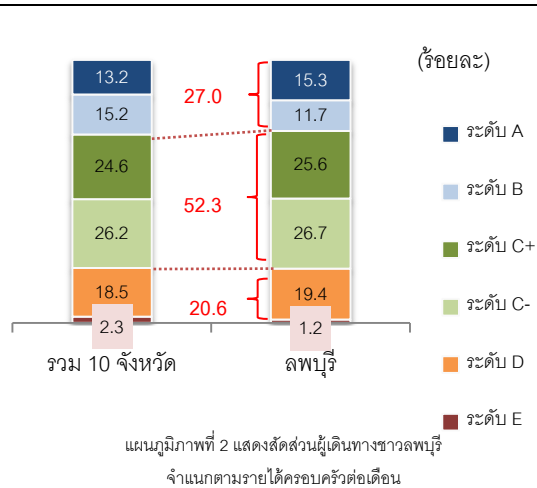
นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่น้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานอายุตั้งแต่ 51 ปีถึงวัยเกษียณ มีสัดส่วนผู้เดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อยปีละครั้งเพียงร้อยละ 13.6 และร้อยละ 12.0 ตามลำดับเท่านั้น

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่อยู่ในวัยทำงานตอนปลายถึงวัยเกษียณอายุที่เดินทางท่องเที่ยว (อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป) เปรียบเทียบกับกลุ่มเดียวกันในภาพรวมกลับพบว่ากลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีกลุ่มนี้มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มคนวัยเดียวกันของพื้นที่ศึกษาอื่นอยู่มาก โดยเฉพาะหากเปรียบเทียบเป็นรายจังหวัด



แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

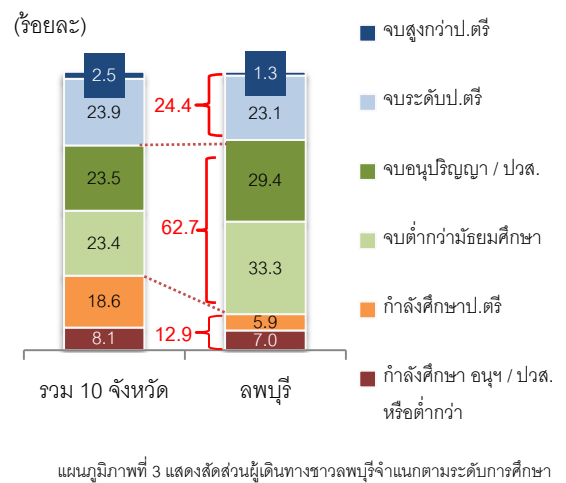
เมื่อพิจารณาจากระดับเศรษฐฐานะ (SES) หรือรายได้ครอบครัวต่อเดือน พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีมีสัดส่วนของผู้ที่มีระดับเศรษฐฐานะสูง (ระดับ AB) รวมกันเท่ากับร้อยละ 27.0 ผู้ที่เศรษฐฐานะต่ำ (ระดับ DE) รวมกันเท่ากับร้อยละ 20.6 ใกล้เคียงกับภาพรวม (ร้อยละ 28.4 และร้อยละ 20.8 ตามลำดับ)



ขณะที่กลุ่มผู้มีเศรษฐกิจฐานะปานกลาง (ระดับ C) รวมกันสูงถึงร้อยละ 52.3 สูงกว่าภาพรวมเล็กน้อย (รวมกันร้อยละ 50.8) ซึ่งหมายถึง ผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางแบบพักค้างคืนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีเศรษฐกิจฐานะปานกลาง

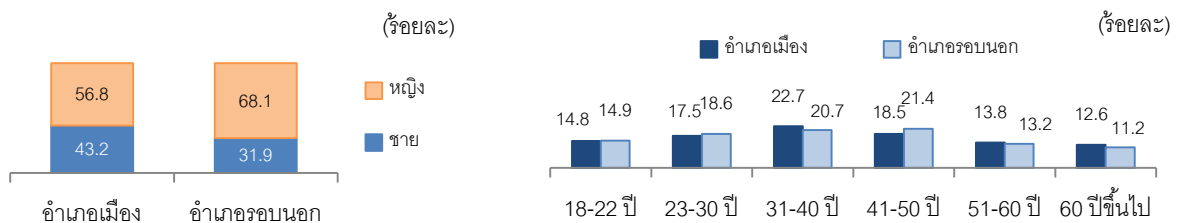
หากพิจารณาในมุมของระดับการศึกษา พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงกลับเป็นกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษา

ไม่สูงมากนักโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 62.7 ขณะที่เพียงร้อยละ 24.4 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่าจังหวัดลพบุรีมีสัดส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก (อาจเพราะเมืองลพบุรีไม่ใช่สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยขนาดใหญ่) โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 12.9 ต่ำกว่าสัดส่วนของกลุ่มที่เป็นนักศึกษาในภาพรวม (ร้อยละ 26.7) และจังหวัดพื้นที่ศึกษาอื่น ๆ มาก



1.1.1 เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

จากการเปรียบเทียบผู้เดินทางชาวลพบุรีตามคุณลักษณะที่กำหนดระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนเป็นเพศหญิงสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองค่อนข้างมาก กล่าวคือ สูงถึงร้อยละ 68.1 ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.8

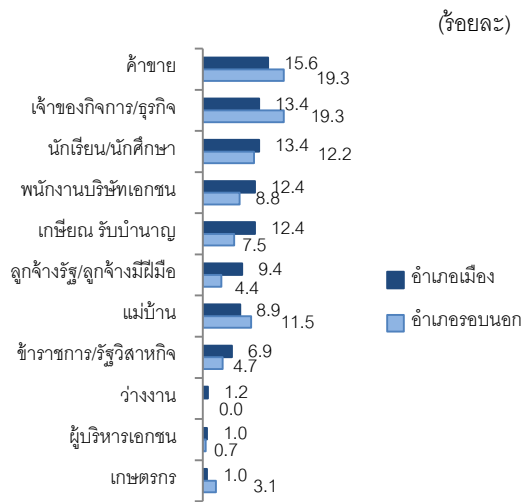


แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

เมื่อพิจารณากลุ่มอายุเปรียบเทียบกัน สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงของผู้เดินทางชาวลพบุรี เป็นกลุ่มวัยทำงานตั้งแต่วัยทำงานระยะต้น วัยทำงานระยะกลาง และวัยทำงานตอนปลาย ไม่แตกต่างกันทั้งในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

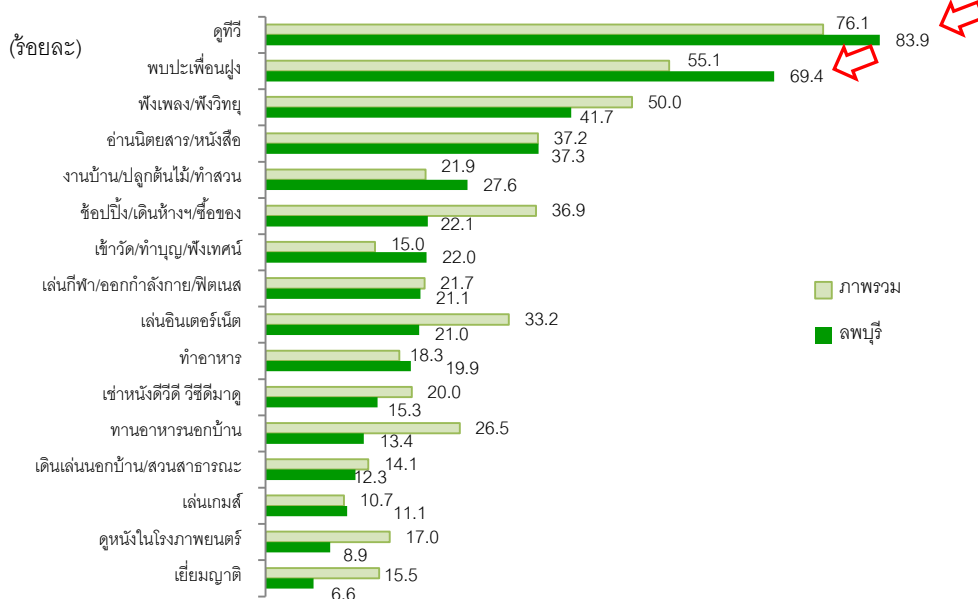
หากเปรียบเทียบรายอาชีพ พบว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนของกลุ่มนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มคนเกษียณรับบำนาญ และกลุ่มลูกจ้างแรงงานมีฝีมือในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 13.4 ร้อยละ 12.4 ร้อยละ 12.4 และร้อยละ 9.4 ตามลำดับ)

ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกนั้น มีแนวโน้มเป็นเจ้าของกิจการ ทำอาชีพค้าขาย หรือเป็นแม่บ้านในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ (ร้อยละ 19.3 ร้อยละ 19.3 และร้อยละ 11.5 ตามลำดับ)



แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรี



แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

หากพิจารณากิจกรรมยามว่าง (เป็นรายกิจกรรม) ของผู้เดินทางชาวลพบุรี 10 อันดับแรก ค่อนข้างแตกต่างไปจากภาพรวม 10 จังหวัดพอสมควร กล่าวคือ ถึงแม้กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่เป็นการดูทีวีอยู่ที่บ้าน (ร้อยละ 83.9) และหรือออกมาพบปะเพื่อนฝูง (ร้อยละ 69.4) ในสัดส่วนที่สูงที่สุดไม่แตกต่างจากสัดส่วนในภาพรวม ทว่าเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมบางประเภทโดยเฉพาะกิจกรรมนอกบ้านประเภทเดินห้าง/ช้อปปิ้ง/ซื้อของ ทานอาหารนอกบ้าน ดูภาพยนตร์ หรือกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 22.1 ร้อยละ 13.4 ร้อยละ 8.9 และร้อยละ 21.0 ตามลำดับ) พบว่าผู้เดินทางชาว-

ลพบุรีมีกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวน้อยกว่าสัดส่วนเฉลี่ยในภาพรวมค่อนข้างมากและอย่างมีนัยสำคัญ (ทั้งที่ในจังหวัดลพบุรีก็มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จำนวนมากหลายสาขา)

อย่างไรก็ดี พบว่ากลุ่มเป้าหมายของการศึกษานี้ (รวม 10 จังหวัด) ได้เลือกทำกิจกรรมยามว่างในลักษณะที่เป็นแบบแผน โดยลักษณะของแบบแผนการเลือกทำกิจกรรมยามว่างนั้น สามารถสื่อให้เห็นภาพของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้นเป็น 7 กลุ่มกิจกรรม (เพื่อการจัดทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ) โดยมีสัดส่วนของแต่ละลักษณะกลุ่มกิจกรรมยามว่างที่กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีชื่นชอบปฏิบัติในวันหยุดพักผ่อนดังนี้

สรุปลักษณะพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรี

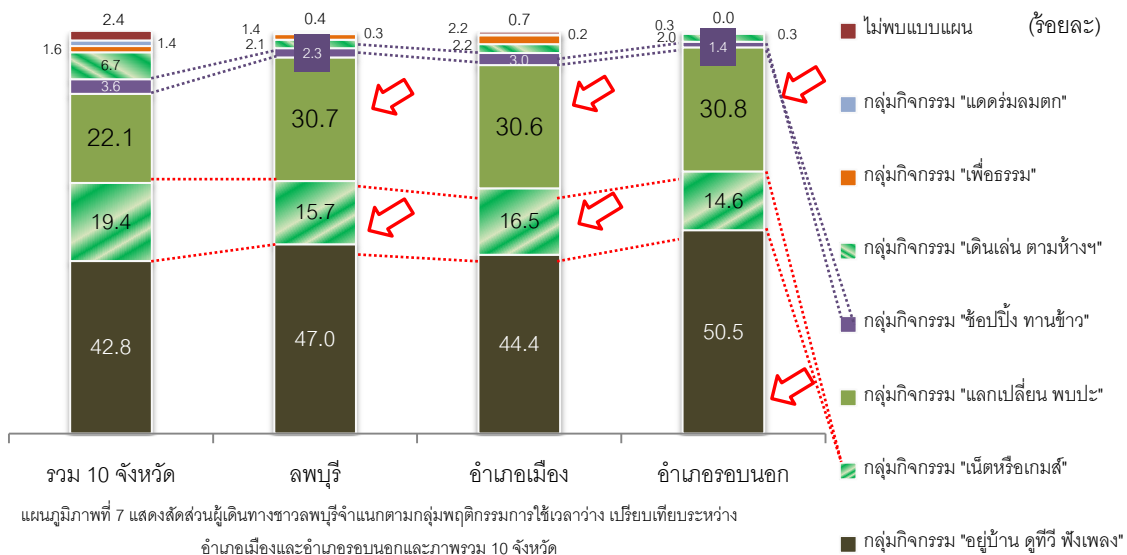
ประเภทกลุ่มกิจกรรม	ลักษณะรายละเอียดกิจกรรมยามว่างของแต่ละกลุ่มกิจกรรมยามว่างนิยมปฏิบัติเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย
กลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้าน ดูทีวี ฟังเพลง” (ร้อยละ 47.0)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างอยู่ภายในบ้าน ดูทีวี อ่านนิตยสาร/หนังสือ ฟังเพลง/ฟังวิทยุ ทำงานบ้านปลูกต้นไม้/ทำสวน และที่สำคัญยังให้ความสำคัญกับการเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ อย่างสม่ำเสมอ
กลุ่มกิจกรรม “แลกเปลี่ยน พบปะ” (ร้อยละ 30.7)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการออกไปพบปะเพื่อนฝูง นัดทานอาหารนอกบ้าน และซื้อปิ้งซื้อสินค้าของใช้เป็นบางครั้ง แต่ก็มีเวลาส่วนหนึ่งทำกิจกรรมภายในบ้าน ดูทีวี ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน และก็ไม่ค่อยจะเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ อย่างสม่ำเสมอเช่นเดียวกัน
กลุ่มกิจกรรม “เน็ตหรือ เกมส์” (ร้อยละ 15.7)	กลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่นั่งเล่นกับคอมพิวเตอร์เน็ต เล่นเกมส์ พร้อมไปกับการฟังเพลง/ฟังวิทยุ ดูทีวี หรืออ่านนิตยสาร/หนังสืออยู่กับบ้าน แต่ออกมาเดินเล่นตามห้าง พบปะเพื่อนฝูง ทานอาหาร ดูหนังในโรงภาพยนตร์ เป็นบางครั้ง
กลุ่มกิจกรรม “เดินเล่น ตาม ห้างฯ” (ร้อยละ 2.3)	ขณะที่กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างอยู่ตามห้างสรรพสินค้า นัดหมายพบปะเพื่อนฝูง เดินเล่น กินข้าว หรือดูหนังตามห้างสรรพสินค้า หากกลับมาที่บ้านก็จะเล่นอินเทอร์เน็ต ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ เป็นบางครั้ง
กลุ่มกิจกรรม “เพื่อธรรม” (ร้อยละ 2.2)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเกี่ยวกับศาสนาที่นับถือ เข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ นั่งสมาธิ เป็นลำดับต้นๆ แต่ก็ยังใช้เวลาภายในบ้าน ดูทีวี ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน เช่นเดียวกับกลุ่มอื่นๆ
กลุ่มกิจกรรม “ซื้อปิ้ง ทาน ข้าว” (ร้อยละ 1.4)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างในห้างสรรพสินค้าเป็นหลัก ทั้งเพื่อการซื้อสินค้าของใช้เข้าบ้าน เดินซื้อปิ้ง/เดินห้างฯ และทานอาหาร กลับเข้าบ้านก็จะดูทีวี ทำงาน บ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน
กลุ่มกิจกรรม “แดดร่มลม ตก” (ร้อยละ 0.3)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนอกบ้าน ออกไปพบปะเพื่อนฝูง ทานอาหารนอกบ้าน ดื่ม เทียวผับ/บาร์ สังสรรค์ หากกลับเข้าบ้านก็จะ ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ

ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม

หากเปรียบเทียบกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรีกับภาพเฉลี่ยรวมทั้ง 10 จังหวัด พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีให้ความสำคัญกับกิจกรรมยามว่างในการอยู่พักผ่อน ทำกิจกรรมภายใน

ครอบคลุมในส่วนที่สูงมาก (ร้อยละ 47.0) สูงกว่าภาพรวม (ร้อยละ 42.8) และสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ มาก โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอกซึ่งนิยมพักผ่อนอยู่บ้านดูทีวีในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 50.5)

นอกจากนั้นผู้เดินทางชาวลพบุรี ยังเน้นกิจกรรมยามว่างเชิงสังคมประเภทการใช้เวลาไปแวะเยี่ยมเยียน พบปะแลกเปลี่ยน ในสัดส่วนที่สูงมากเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 30.7) สูงกว่าภาพรวม (ร้อยละ 22.1) ค่อนข้างมาก ขณะที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีก็ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างกับการใช้อินเตอร์เน็ตในสัดส่วนไม่น้อย (ร้อยละ 15.7) แต่ก็ยังน้อยกว่าสัดส่วนเฉลี่ยในภาพรวมค่อนข้างมาก (ร้อยละ 19.4)



หากเปรียบเทียบภายในกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีด้วยกัน โดยแบ่งออกเป็นผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก กลับไม่พบความแตกต่างอย่างสำคัญใดๆ ซึ่งทำให้อนุมานได้ว่ากลุ่มสังคมของลพบุรี ยังคงมีลักษณะพฤติกรรมคล้ายชนบทแบบดั้งเดิม ที่เน้นพฤติกรรมสังคมแบบ “บ้านใกล้เรือนเคียง” มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และโดยไม่มี ความแตกต่างกันระหว่างสังคมอำเภอเมือง (ซึ่งมีลักษณะพัฒนาทางวัตถุ โดยเฉพาะพิจารณาจากจำนวนห้างสรรพสินค้า) กับสังคมในอำเภอรอบนอก (ซึ่งใช้เป็นตัวแทนของกลุ่มสังคมชนบทในการศึกษาครั้งนี้)

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

กล่าวสรุปในส่วนนี้ได้ว่า ผู้เดินทางชาวลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานระยะต้นถึงระยะกลางที่มีเศรษฐกิจในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยไม่มีความแตกต่างเชิงพฤติกรรม ระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมากนัก กล่าวคือผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่ยังคงมีลักษณะพฤติกรรมคล้ายชนบทแบบดั้งเดิมที่เน้นพฤติกรรมสังคมแบบ “บ้านใกล้เรือนเคียง” มีการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าผู้เดินทางในพื้นที่ศึกษาอื่นหลายแห่ง (หมายเหตุผู้วิจัย: จังหวัดลพบุรีเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอรอบนอกเป็นจำนวนมาก)

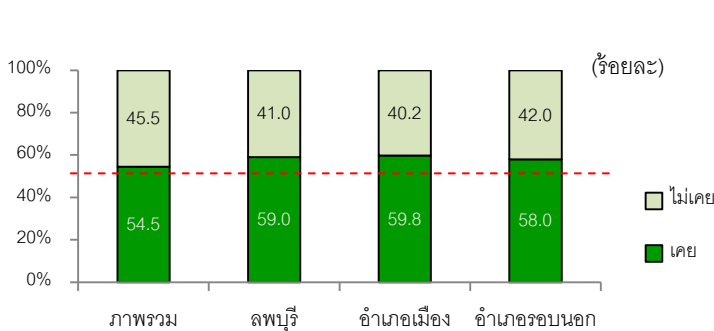
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี

การศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเฉพาะ (กลุ่มผู้เดินทางค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา) ซึ่งในเบื้องต้นพบว่า มีกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดลพบุรี ที่ผ่านคุณลักษณะดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 55.9 (ซึ่งหมายถึงประชากรส่วนที่เหลือร้อยละ 44.1 ไม่ผ่านคุณลักษณะ และไม่ได้ถูกคัดเลือกเข้ามาในการศึกษาครั้งนี้)

2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ

2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ

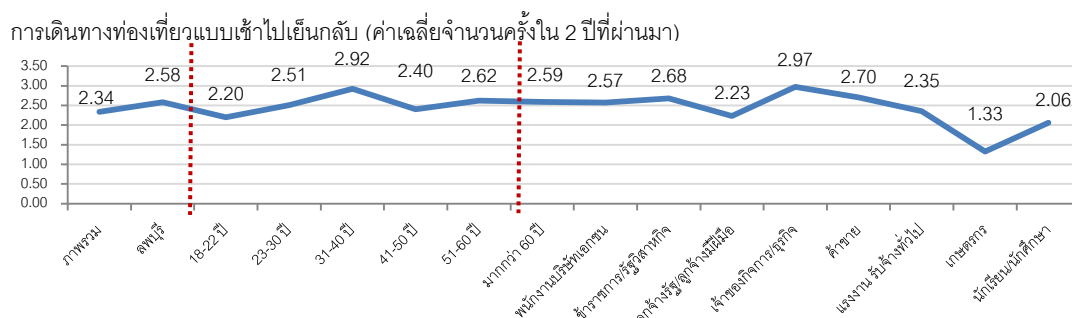
จากการสำรวจพบว่าผู้เดินทางจังหวัดลพบุรีที่เคยเดินทางแบบพักค้างคืนต่างจังหวัด และมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับร่วมด้วย (ในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา) มีสัดส่วนร้อยละ 59.0 สูงกว่าภาพรวม 10 จังหวัดที่มีสัดส่วนของการเดินทางประเภทดังกล่าวในกลุ่มเป้าหมายเฉลี่ยร้อยละ 54.5 อยู่เล็กน้อย



แผนภูมิภาพที่ 8 แสดงสัดส่วน ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรี

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับไม่มีความแตกต่างกัน เท่ากับร้อยละ 59.9 และร้อยละ 58.0 ตามลำดับ

ส่วนความถี่ในการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา สูงกว่าค่าเฉลี่ยจาก 10 จังหวัด ที่ทำการสำรวจซึ่งอยู่ที่ 2.34 ครั้ง อย่างไรก็ตาม พบว่าค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางลักษณะเช่นนี้สำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีค่อนข้างสูงในกลุ่มวัยทำงานระยะกลาง (ค่าเฉลี่ยความถี่ 2.92 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา) โดยเฉพาะในกลุ่มเจ้าของธุรกิจ หรือกลุ่มทำอาชีพค้าขาย (ความถี่ 2.97 และ 2.70 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา ตามลำดับ)

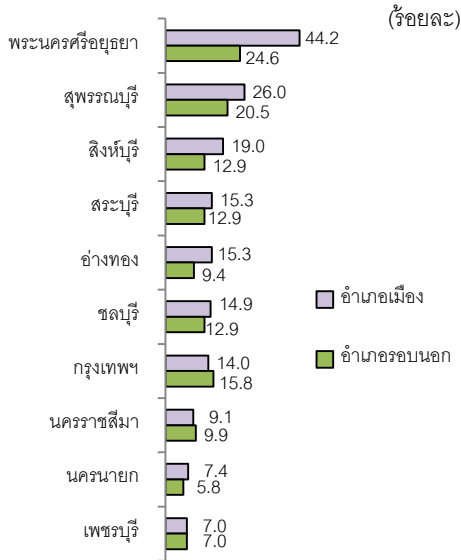


แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรี

2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ

จังหวัดยอดนิยมของผู้เดินทางชาวลพบุรีในการเดินทางท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ

10 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสระบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดชลบุรี กรุงเทพฯ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครนายก และจังหวัดเพชรบุรี ตามลำดับ

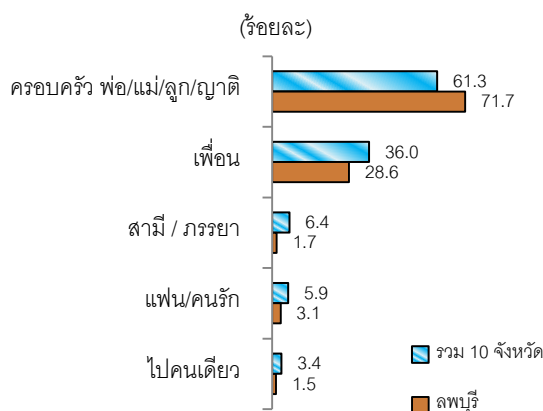


หากเปรียบเทียบจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ามีสัดส่วนความชอบต่างกันเล็กน้อย โดยที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มนิยมเดินทางไปเที่ยวที่กรุงเทพฯ (ร้อยละ 15.8) มากกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง

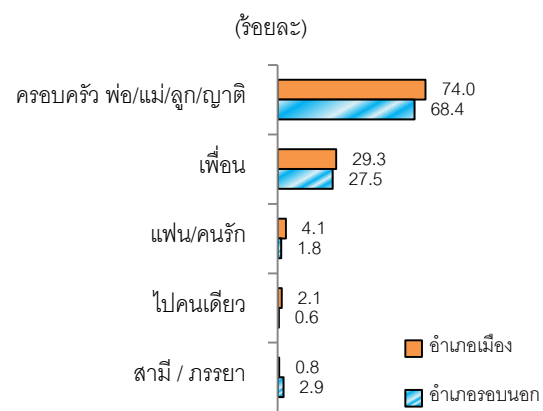
ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองให้ความสนใจกับเป้าหมายการเดินทางในจังหวัดรอบๆหรือไม่ไกลนัก อย่างเช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 44.2) จังหวัดสุพรรณบุรี (ร้อยละ 26.0) และจังหวัดสิงห์บุรี (ร้อยละ 19.0) มากกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง

แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

ดังที่การศึกษาได้รายงานมาโดยตลอดว่า ผู้เดินทางชาวลพบุรีให้ความสำคัญกับครอบครัวและการดำรงชีวิตที่ค่อนข้างเรียบง่าย ซึ่งสัดส่วนกลุ่มผู้ร่วมทางก็เป็นการค้นพบที่ช่วยยืนยันลักษณะการดำรงชีวิตและการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรีได้อีกส่วนหนึ่ง กล่าวคือ ผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนที่สูงถึง 3 ใน 4 (ร้อยละ 71.7) เลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับกับครอบครัว/พ่อแม่/ลูก หรือญาติ ขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 28.6) มีสัดส่วนน้อยกว่าภาพรวม (ร้อยละ 36.0) ค่อนข้างมาก



แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด



แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวลพบุรีในอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก

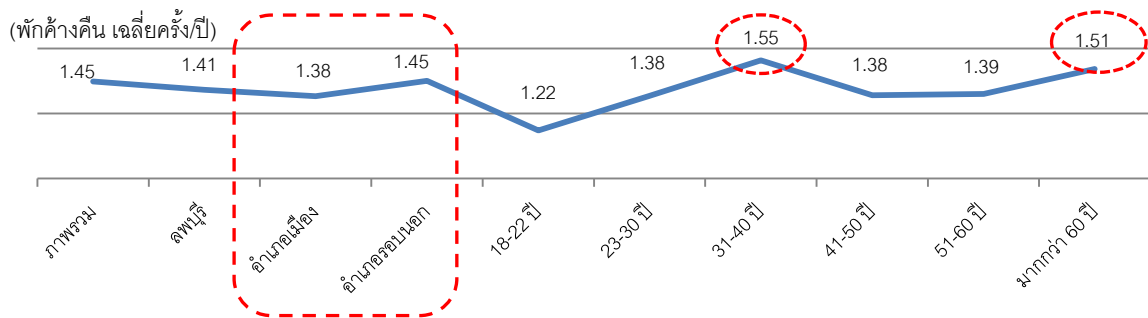
ขณะที่ความแตกต่างระหว่างการเดินทางของคนในเขตอำเภอเมือง เขตอำเภอรอบนอก ประเมินจากผู้ร่วมเดินทาง ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญแต่ประการใด อันเป็นอีกประเด็นที่อธิบายถึงลักษณะการดำรงชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของกลุ่มสังคมที่ยังเน้นความสำคัญของวิถีชีวิตเดิมๆ มากกว่าการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและวัตถุ (หมายเหตุผู้วิจัย: ประเมินร่วมกับลักษณะพฤติกรรมยามว่างในบทที่ผ่านมา)

2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตามเงื่อนไขการศึกษา โดยเฉพาะได้เคยเดินทางค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีลักษณะพฤติกรรมในระหว่างการเดินทางแบบพักค้างคืนที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น ดังต่อไปนี้

2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน เฉลี่ยต่อปี

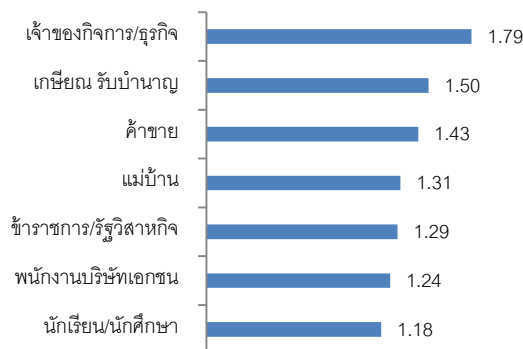
จากการสำรวจพบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนในค่าเฉลี่ย 1.41 ครั้งต่อปีต่ำกว่าในภาพรวมเล็กน้อย (1.45 ครั้ง/ปี)



แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ (ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี

อย่างไรก็ดีเมื่อวิเคราะห์แยกตามกลุ่มอายุ พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนด้วยความถี่บ่อยครั้งกว่ากลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มวัยทำงานระยะกลาง และกลุ่มวัยเกษียณทำงาน โดยไม่มีความแตกต่างของความถี่ในการพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

(พักค้างคืน เฉลี่ยครั้ง/ปี)



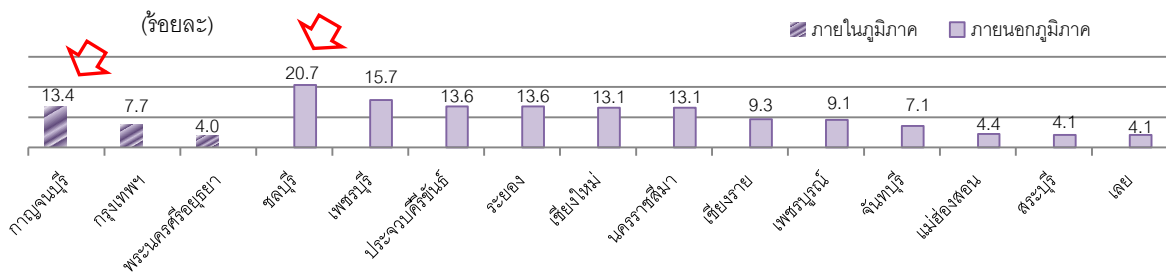
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอาชีพ

เมื่อพิจารณาความถี่การเดินทางพักค้างคืน เฉลี่ยครั้ง/ปี ของผู้เดินทางกลุ่มอาชีพต่างๆ พบว่ากลุ่มอาชีพที่เป็นเจ้าของ-ธุรกิจ (1.79 ครั้ง/ปี) และกลุ่มเกษียณอายุ (1.50 ครั้ง/ปี) มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนด้วยความถี่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่บ้าง ขณะที่กลุ่มพนักงานเอกชนและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เดินทางพักค้างคืนด้วยความถี่ที่น้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่บ้าง

2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี

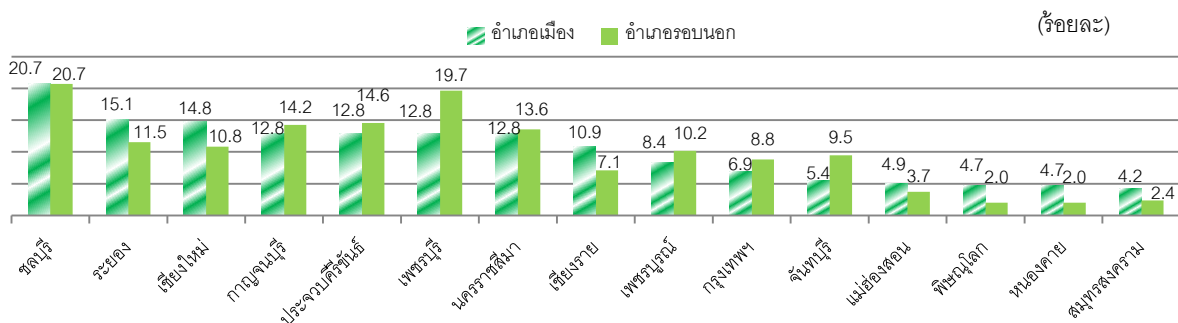
ผู้เดินทางชาวลพบุรีเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน โดยมีเป้าหมายการเดินทางเป็นจังหวัดทั้งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค อย่างไรก็ตามจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีนิยมไปท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนมากที่สุด 5 อันดับแรกล้วนเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมทั้งสิ้น ได้แก่ จังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 20.7) รองลงมาได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี (ร้อยละ 15.7) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 13.6) จังหวัดระยอง (ร้อยละ 13.6) และจังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 13.1) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบเป็นจังหวัดภายนอกภูมิภาคและภายในภูมิภาค (จังหวัดลพบุรีอยู่ในโซนภาคกลาง ตามเขตการบริหารงานของ ททท.) พบว่าขณะที่จังหวัดภายในภูมิภาคส่วนใหญ่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของลพบุรี โดยเฉพาะจังหวัดกาญจนบุรี (ร้อยละ 13.4) และกรุงเทพฯ (ร้อยละ 7.7) ส่วนจังหวัดยอดนิยมภายนอกภูมิภาคนั้น กลับพบว่าส่วนใหญ่เป็นจังหวัดทางตะวันออกโดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 20.7) จังหวัดระยอง (ร้อยละ 13.6) และจังหวัดจันทบุรี (ร้อยละ 7.1) นอกจากนี้ผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนไม่น้อยยังนิยมไปทางภาคเหนือ อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดเพชรบูรณ์ (ร้อยละ 13.1 ร้อยละ 9.3 ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 9.1 ตามลำดับ)



แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี 15 อันดับแรก

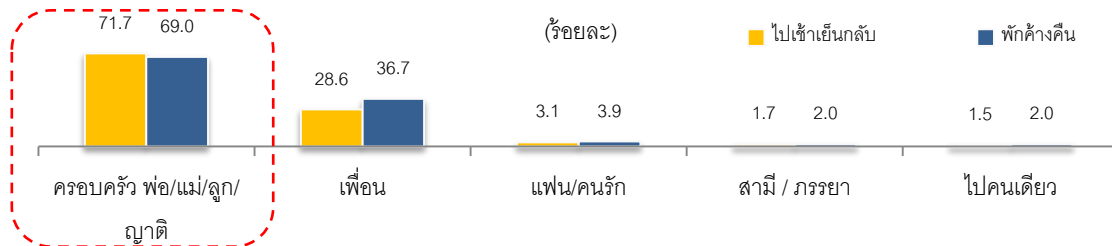
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเป้าหมายการเดินทางแบบพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ไม่พบความแตกต่างกันมากนัก เว้นเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมือง มีแนวโน้มชอบแหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนืออย่าง จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดแม่ฮ่องสอน หรือจังหวัดพิษณุโลก ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก นิยมเลือกท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล ทั้งจังหวัดระยอง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดเพชรบุรี สูงกว่าคนในอำเภอเมืองอยู่บ้าง



แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

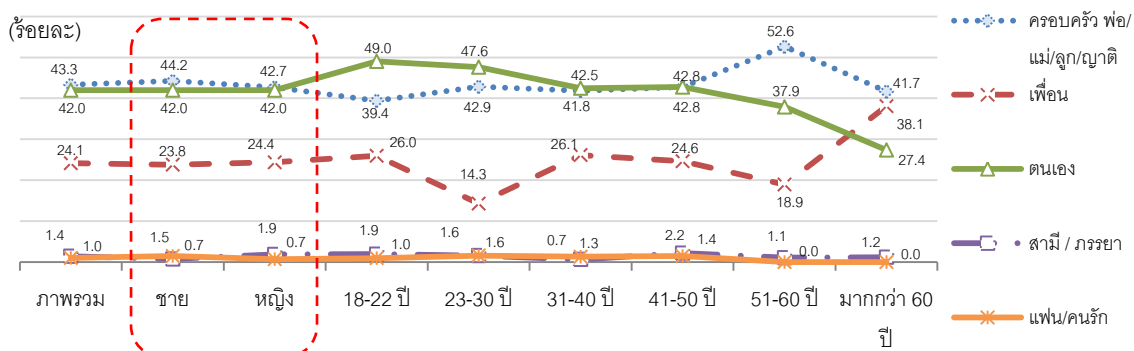
2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวทั้งแบบไปพักค้างคืนและแบบเข้าไปเย็นกลับนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว (ร้อยละ 69.0 และร้อยละ 71.7) หรือไปกับเพื่อน (ร้อยละ 36.7 และร้อยละ 28.6)



แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดด้วย เปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน

ขณะเดียวกันหากพิจารณา “ผู้มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็น” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หรือจังหวัดเป้าหมาย พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นหรือตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงที่สุด ได้แก่ “คนในครอบครัว” ร้อยละ 43.3 รองลงมาเป็น “ตนเอง” (ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว/หรือเพื่อน) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 42.0 ขณะที่เพื่อนมีบทบาทในการเลือกสถานที่เดินทางเพียงร้อยละ 24.1 (น้อยกว่าสัดส่วนในลักษณะเดียวกันของจังหวัดอื่น ๆ มาก)

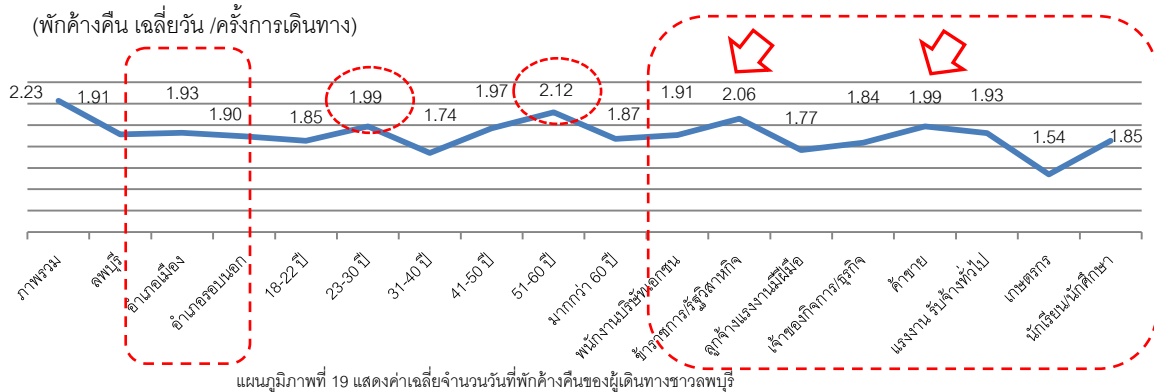


แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

เมื่อวิเคราะห์โดยพิจารณาจากภูมิหลังทางกายภาพ พบว่าการตัดสินใจโดยครอบครัวมีสัดส่วนค่อนข้างสม่ำเสมอในทุกกลุ่มอายุ แต่อิทธิพลการตัดสินใจด้วย “ตนเอง” กลับมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ในทิศทางกลับกัน พบสาระที่น่าสนใจว่าอิทธิพลของเพื่อนต่อผู้เดินทางชาวลพบุรีกลับมีสูงขึ้นเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีอายุสูงขึ้น (หมายเหตุผู้วิจัย: สอดคล้องลักษณะการเดินทางเป็นกลุ่ม ทั้งแบบมีไกด์และไม่มีไกด์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสูงอายุ ที่มักตัดสินใจเลือกเป้าหมายการเดินทางร่วมกัน)

2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวลพบุรี

จำนวนวันที่พักค้างคืนเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวลพบุรีเท่ากับ 1.91 วันต่อครั้งการเดินทาง น้อยกว่าค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนในภาพรวมที่ 2.23 วัน โดยจำนวนวันพักเฉลี่ยของผู้เดินทางอำเภอเมือง (เฉลี่ย 1.93 วัน) ไม่แตกต่างจากผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (เฉลี่ย 1.90 วัน) หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มหนุ่มสาววัยทำงานระยะต้นกลุ่มหนึ่ง (เฉลี่ย 1.99 วัน) กับกลุ่มวัยทำงานตอนปลายอีกกลุ่มหนึ่ง (เฉลี่ย 2.12 วัน) มีแนวโน้มพักค้างคืนนานวันกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ โดยเฉพาะในกลุ่มที่เป็นข้าราชการหรือประกอบอาชีพค้าขาย



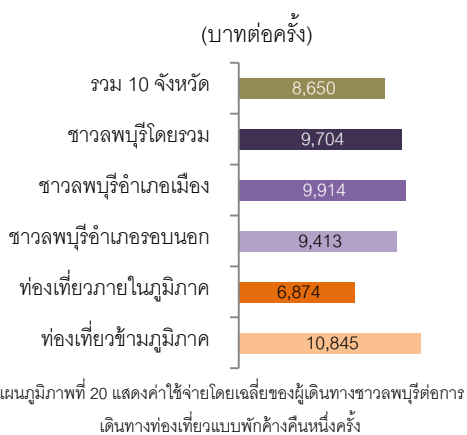
2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวลพบุรี

ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้ง ผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 9,704 บาท สูงกว่าค่าเฉลี่ยจากกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม ที่ 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) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่น ๆ ของการศึกษามหาเขต ค่าเฉลี่ยดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายของทุกคนที่ร่วมเดินทางไปด้วยกันในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ

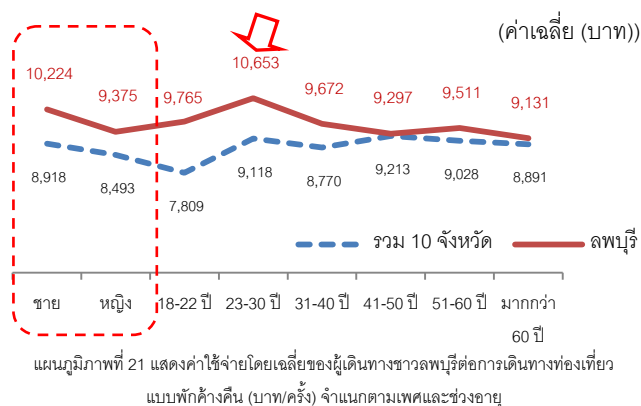
โดยผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 9,413 บาทต่อการเดินทางท่องเที่ยวหนึ่งครั้ง น้อยกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองที่ใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 9,914 บาท/ครั้ง เล็กน้อย



หากเปรียบเทียบระหว่างการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคกับการเดินทางท่องเที่ยวภายนอกภูมิภาค พบว่ามีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก โดยผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้จ่ายสำหรับการเดินทางภายในภูมิภาค 6,874 บาทต่อครั้ง ขณะที่ใช้สำหรับการเดินทางข้ามภูมิภาค 10,845 บาทต่อครั้ง สูงกว่ากันเกือบ 2 เท่า

เมื่อวิเคราะห์การใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัด พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่าภาพรวมในทุกช่วงอายุและเพศ

โดยเฉพาะผู้เดินทางชาวลพบุรีในวัยทำงานระยะต้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางต่อครั้งสูงสุด ถึง 10,653 บาท ขณะที่กลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีในวัยสูงอายุ มีแนวโน้มใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยเกษียณ ที่ใช้จ่ายน้อยกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ที่ 8,891 บาทต่อการเดินทาง



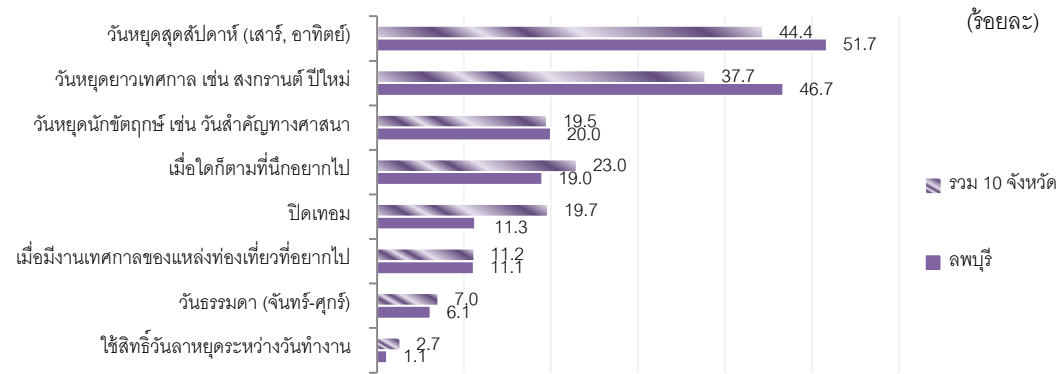
หากพิจารณาเป็นกลุ่มอาชีพ ก็ยังพบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรี ส่วนใหญ่ทุกกลุ่มอาชีพใช้จ่ายเงินไปกับการเดินทางท่องเที่ยวด้วยค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าในภาพรวม โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงาน รับจ้างทั่วไป กลุ่มแรงงานมีฝีมือที่เป็นลูกจ้างรัฐ หรือลูกจ้างทั่วไป รวมถึงกลุ่มเกษตรกร และนักเรียนนักศึกษา ซึ่งใช้จ่ายเงินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าค่าเฉลี่ยถึงร้อยละ 25.0 ร้อยละ 15.5 ร้อยละ 25.4 และร้อยละ 27.4 ตามลำดับ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าพื้นฐานทางเศรษฐกิจของผู้เดินทางชาวจังหวัดลพบุรีอยู่ในระดับที่ดี

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	รวม 10 จังหวัด	ลพบุรี	สูงกว่า/ต่ำกว่า
ของการเดินทางท่องเที่ยว	(บาท)	(บาท)	(ร้อยละ)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ	10,131	10,274	1.4
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9,600	9,883	2.9
เกษียณ รับบำนาญ	9,121	9,489	4.0
แม่บ้าน	8,761	9,448	7.8
แรงงาน รับจ้างทั่วไป	8,669	10,833	25.0
พนักงานบริษัทเอกชน	8,560	9,212	7.6
ลูกจ้างรัฐ/ลูกจ้างมีฝีมือ	8,477	9,787	15.5
ค้าขาย	8,443	9,300	10.2
ผู้บริหารเอกชน	8,385	6,792	-19.0
เกษตรกร	8,045	10,090	25.4
นักเรียน/นักศึกษา	7,846	9,996	27.4

ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวลพบุรีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

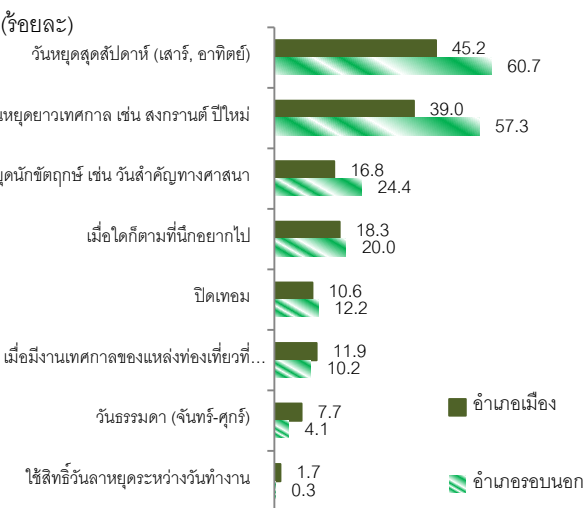
(หมายเหตุผู้วิจัย: ลพบุรีมีโรงงานจำนวนมากและมีพื้นที่การเกษตรที่ให้ผลผลิตสูง เมื่อนาน ๆ ครั้งมีโอกาสท่องเที่ยวจึงพักผ่อนและมีการใช้จ่ายอย่างเต็มที่)

2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี



การเลือกช่วงเวลาสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีค่อนข้างเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกันกับคนในจังหวัดอื่นๆ ที่ได้ทำการสำรวจ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 51.7) หรือวันหยุดยาวเทศกาล (ร้อยละ 46.7) รวมถึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันสำคัญทางศาสนาต่างๆ (ร้อยละ 20.0) ตามลำดับ

วิธีการเลือกช่วงการเดินทางมีความสอดคล้องกับการเดินทางในลักษณะครอบครัวที่ต้องมีความพร้อมของกลุ่มสมาชิก โดยไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะสมาชิกที่เป็นนักเรียน ดังนั้นการเลือกช่วงเวลารายวันหยุดยาวเทศกาล หรือวันหยุดที่ทุกคนอยู่พร้อมหน้ากันจึงมีสัดส่วนสูงที่สุด นอกจากนี้ยังพบอีกว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีมีการเดินทาง “ในลักษณะเมื่อใดก็ได้ที่นึกอยากไป” (ร้อยละ 19.0) ในสัดส่วนที่น้อยกว่าภาพรวม (ร้อยละ 23.0) รวมถึงสัดส่วนการใช้สิทธิ์ลาหยุดระหว่างวันทำงาน หรือออกท่องเที่ยวช่วงวันธรรมดาของผู้เดินทางชาวลพบุรีมีสัดส่วนน้อยมาก (เพียงร้อยละ 1.1 และร้อยละ 6.1 ตามลำดับเท่านั้น)



แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

เมื่อแยกวิเคราะห์การเลือกช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ามีความแตกต่างกันอยู่พอสมควร กล่าวคือ ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มเลือกเดินทางในวันหยุด หรือในช่วงหยุดยาวเทศกาล หรือในวันหยุดนักขัตฤกษ์ ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง และในทิศทางตรงกันข้ามพบว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มเลือกการเดินทางในช่วงวันธรรมดา หรือการใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงานสูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง (ถึงแม้ว่าสัดส่วนกลุ่มหลังนี้มีไม่สูงนักก็ตาม)

เมื่อวิเคราะห์ตามลักษณะทางกายภาพ พบว่าในขณะที่ผู้เดินทางชาวลพบุรี เพศหญิงมีแนวโน้มจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในช่วงวันหยุด โดยเฉพาะวันหยุดตามเทศกาล มากกว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีเพศชาย ซึ่งมีแนวโน้มจะเลือกเดินทางวันธรรมดา หรือใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงาน ในสัดส่วนที่สูงกว่า โดยเฉพาะในกลุ่มเพศชายวัยทำงานระยะกลางถึงตอนปลาย

ช่วงเวลาที่ใช้เลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	ผู้เดินทางชาวลพบุรี (ร้อยละ)								
	ลพบุรี โดยรวม	ชาย	หญิง	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์, อาทิตย์)	51.7	51.7	51.7	61.5	55.6	54.9	41.3	52.6	44.0
วันหยุดยาวเทศกาล เช่น สงกรานต์ปีใหม่	46.7	42.4	49.4	42.3	50.8	37.9	47.1	46.3	61.9
วันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันสำคัญทางศาสนา	20.0	19.3	20.4	15.4	27.0	17.0	17.4	21.1	23.8
เมื่อใดก็ตามที่นึกอยากไป	19.0	19.3	18.8	12.5	23.0	15.7	19.6	15.8	29.8
ปิดเทอม	11.3	10.4	11.8	20.2	4.8	17.0	11.6	4.2	7.1
เมื่อมีงานเทศกาลของแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไป	11.1	13.8	9.5	7.7	15.9	10.5	10.1	10.5	11.9
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	6.1	6.7	5.8	5.8	2.4	7.2	5.1	11.6	6.0
ใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงาน	1.1	1.9	0.7	1.0	0.8	0.7	2.9	0.0	1.2

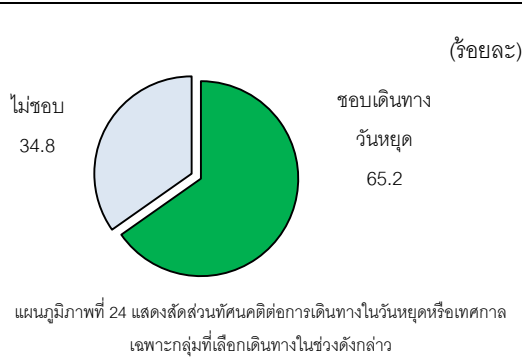
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

นอกจากนี้ยังพบว่าวัยรุ่น/นักศึกษาจะเลือกเดินทางช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือรอช่วงปิดเทอม ส่วนผู้ใหญ่วัยทำงานเลือกท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือมีเวลานั้นจะไปในช่วงวันธรรมดา หรือใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงาน

สำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ใช้สิทธิ์ลาหยุดระหว่างวันทำงาน หรือออกท่องเที่ยวช่วงวันธรรมดา ซึ่งมีสัดส่วนน้อยเพียงร้อยละ 1.1 และร้อยละ 6.1 ตามลำดับ (โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานระยะกลางถึงตอนปลาย) แม้เป็นสัดส่วนเพียงเล็กน้อยแต่ก็เป็นสาระที่ควรศึกษาเพื่อหาทางกระจายการเดินทางท่องเที่ยวนอกเหนือวันหยุด ซึ่งส่วนใหญ่แสดงเหตุผลที่เลือกเดินทางในวันธรรมดา ว่า

- คนน้อย/ ไม่เยอะ / ไม่รบกวน / ไม่พลุกพล่าน / มีความเป็นส่วนตัวมากกว่า / เป็นวันที่คนไม่นิยมไปเที่ยวกัน / ไม่ชอบนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ (ร้อยละ 49.0)
- การเดินทางสะดวก รถไม่ติด / ที่จอดรถสะดวก / ไม่ต้องกลัวว่าจะมีคนเดินทางมาก สามารถเลือกเดินทางได้ (ร้อยละ 29.4)
- หาที่พักง่ายกว่าช่วงวันหยุด (ร้อยละ 13.7)
- ทำงานที่มีวันหยุดจะตรงกับวันธรรมดา (ร้อยละ 11.8)
- ทำงานด้วย / ดูงานตามสถานที่ราชการด้วย / แวะเที่ยวด้วย (ร้อยละ 9.8)

(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา)



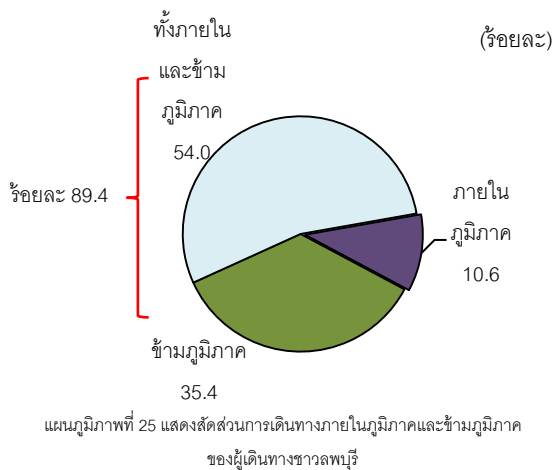
ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่ง กลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด วันนักขัตฤกษ์ เทศกาล หรือช่วงวันหยุดยาวนั้น ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 65.2 กลับ “ชอบ” และเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวอย่างตั้งใจ ส่วนที่เหลือร้อยละ 34.8 เลือกเดินทางในวันพฤษภาคมด้วยความจำเป็น (“ไม่ชอบ” สำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ “ไม่ชอบ”

การเดินทางในช่วงวันหยุดเทศกาล หรือ ช่วงวันหยุดยาว (ร้อยละ 34.8) ได้ให้เหตุผลหรือข้อเสนอแนะเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา ความวุ่นวาย แออัดของนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าวไว้ ดังนี้

- ถ้าคาดการณ์ว่าคนมาก ก็เปลี่ยนแผนการเดินทางไปช่วงอื่น (ร้อยละ 26.8)
- กำหนดแผนเดินทางล่วงหน้าก่อนหนึ่งวัน หรือ ไปก่อนแล้วกลับหลังคนอื่น (ร้อยละ 20.6)
- หาเส้นทางลัด หรือเส้นทางที่คนใช้สัญจรไม่มาก (ร้อยละ 18.9)
- เลี่ยงไปอยู่ในจุดที่คนน้อย (ร้อยละ 18.4)
- เลือกสถานที่ที่คนไม่ค่อยนิยมไปเที่ยวแทน (ร้อยละ 16.2)
- ทำใจยอมรับเพราะเลี่ยงไม่ได้ (ร้อยละ 4.4)

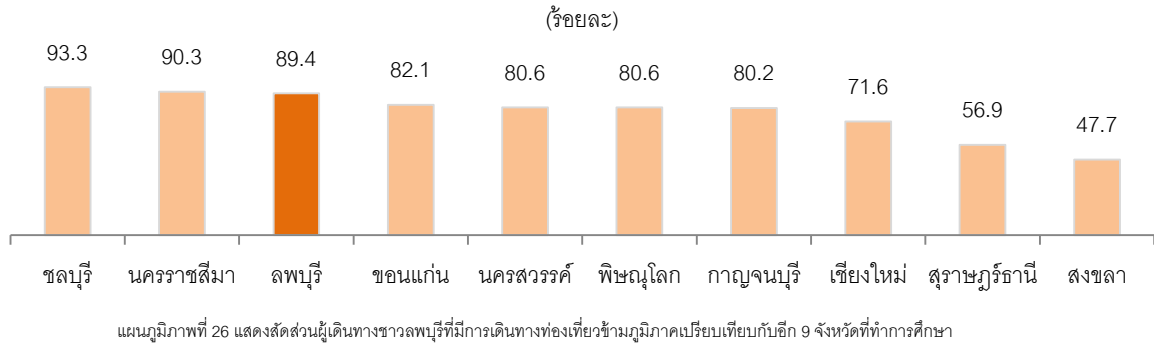
(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากรากฐานกลุ่มผู้เดินทางวันหยุดด้วยความจำเป็น)

2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวลพบุรี

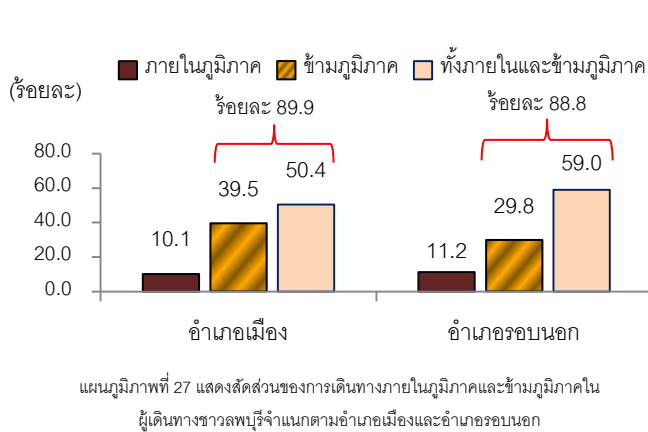


หากพิจารณาเป้าหมายการเดินทางของผู้เดินทางชาวลพบุรีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (เฉพาะการเดินทางแบบพักค้างคืน) พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางข้ามภูมิภาคถึงร้อยละ 89.4 โดยจำแนกเป็นการเดินทางทั้งภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค (เดินทางหลายครั้ง) ร้อยละ 54.0 เดินทางข้ามภูมิภาคอย่างเดียว ร้อยละ 35.4 โดยมีกลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางภายในภูมิภาคอย่างเดียวเพียงร้อยละ 10.6 เท่านั้น

เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ อีก 9 จังหวัดในการศึกษารั้งนี้ พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคร้อยละ 89.4 (รวมผู้ที่เดินทางทั้งในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคด้วย) สูงเป็นลำดับต้นๆ โดยเฉพาะการเดินทางไปจังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง หรือจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวลพบุรีนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคทั้งสิ้น



2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก



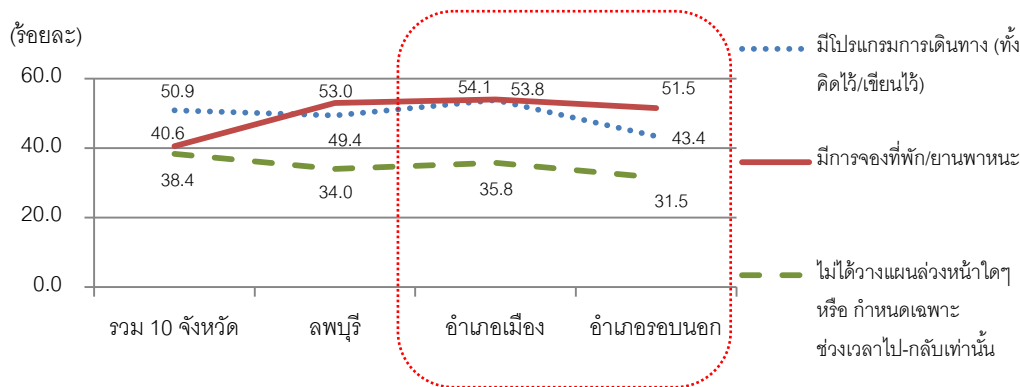
ในภาพรวมสำหรับผู้เดินทาง

ชาวลพบุรี กล่าวได้ว่าที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก มีสัดส่วนการเดินทางข้ามภูมิภาคไม่แตกต่างกัน (ร้อยละ 89.9 และร้อยละ 88.8 ตามลำดับ) ซึ่งแตกต่างจากบางจังหวัด เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนการเดินทางข้ามภูมิภาคสูงกว่าคนอำเภอรอบนอกมาก)

ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่า ผู้เดินทางชาวลพบุรีแสดงแนวโน้มความเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับปานกลางเห็นได้จากความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวทั้งแบบเข้าไปเย็นกลับและแบบพักค้างคืนมีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างจากภาพรวมเท่าใดนัก อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่จะมีระดับเศรษฐกิจเพียงระดับปานกลาง ทว่าเมื่อถึงช่วงเดินทางท่องเที่ยวก็เลือกที่จะเดินทางไกล และมีการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงกว่าผู้เดินทางอีกหลายจังหวัดในพื้นที่ศึกษา

บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

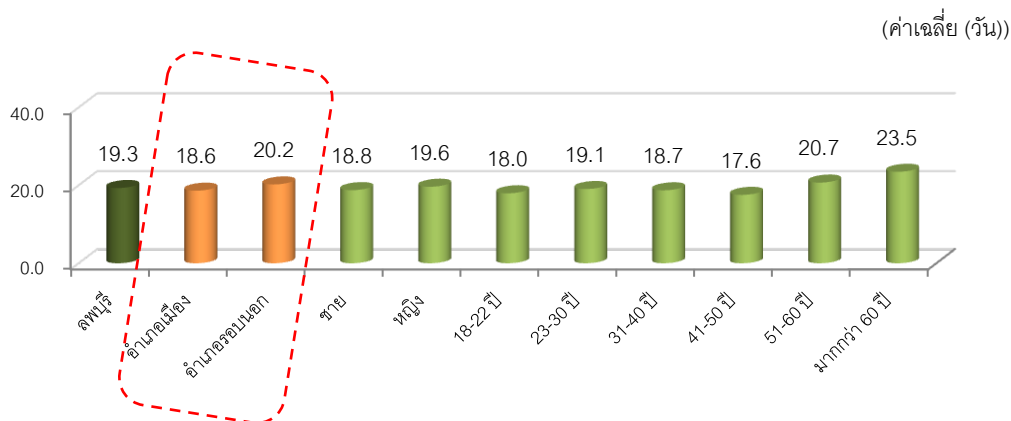
3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ



แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรี

ผู้เดินทางชาวลพบุรีมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าอย่างครบครันจังหวัดหนึ่ง กล่าวคือ มีการกำหนดโปรแกรมการเดินทาง การจองที่พัก หรือพาหนะในการเดินทาง มีสัดส่วนสูงกว่าคนจังหวัดอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาในภาพรวม โดยพบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีที่อ้างว่าตนมีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว โดยการกำหนดโปรแกรมการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นที่กำหนดระหว่างกันเองในกลุ่ม หรือที่เขียนลงบันทึกไว้ ในสัดส่วนถึงร้อยละ 49.4 (ร้อยละ 50.9 ของกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม มีแผนเช่นเดียวกัน) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีการจองที่พัก (หรือยานพาหนะ) ล่วงหน้าก่อนการเดินทางสูงถึงร้อยละ 53.0 สูงกว่ากลุ่มเป้าหมายในภาพรวม (ร้อยละ 40.6) อยู่บ้าง

ส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ “ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าใดๆ” หรือ “กำหนดเฉพาะช่วงเวลาไป - กลับเท่านั้น” มีสัดส่วนร้อยละ 34.0 น้อยกว่าภาพเฉลี่ยรวมของกลุ่มเป้าหมายใน 10 จังหวัด ซึ่งมีกลุ่มพฤติกรรมไม่วางแผนใดๆ เช่นนี้ในสัดส่วนร้อยละ 38.4



แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบระหว่างช่วงอายุ

ผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้เวลาในการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดแบบพัก-ค้างคืนประมาณ 2 อาทิตย์ (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 19.3 วัน) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัดอยู่ที่ 18.4 วัน และ

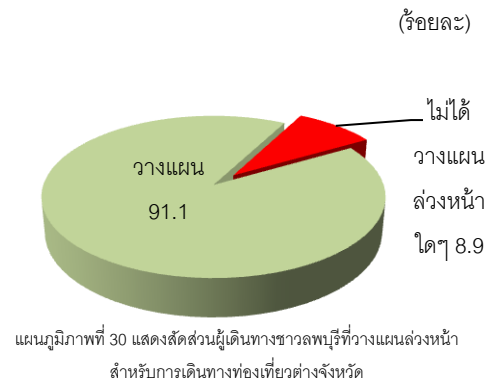
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้เวลาเตรียมการล่วงหน้าก่อนเดินทางนานกว่าคนในเมืองเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ยอำเภอรอบนอก 20.2 วัน ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองใช้เวลาเตรียมการโดยเฉลี่ย 18.6 วัน

ระยะเวลาที่ใช้ในการเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้ามีแนวโน้มจะมากขึ้นเมื่อผู้เดินทางชาวลพบุรีมีอายุเข้าสู่วัยทำงานแล้วตั้งแต่ 23 ปี ไปจนถึง 40 ปี โดยเฉพาะกลุ่มวัยเกษียณนั้นใช้เวลาเตรียมการก่อนล่วงหน้าถึงเกือบ 1 เดือน (ค่าเฉลี่ย 23.5 วัน)

หากพิจารณาเฉพาะกลุ่มที่ไม่ได้กำหนดแผนใดๆ เลย แม้กระทั่งวันเวลาที่จะเดินทางไปกลับ ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 8.9 ซึ่งผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนนี้ได้แสดงเหตุผลที่ทำให้ตนไม่เลือกที่จะวางแผนใดๆเลยไว้ดังนี้

- การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องของโอกาส หากรู้สึกว่างตอนไหนก็ไปตอนนั้น (ร้อยละ 62.9)
- แล้วยแต่ความสะดวก (เวลา) ของคนในครอบครัว / ต้องไปตามวันที่ครอบครัวว่าง (ร้อยละ 24.1)
- เพราะวางแผนแล้วไม่ค่อยได้ไป (ร้อยละ 14.5)
- มีค่าใช้จ่ายพร้อมก็เดินทางเลย ขึ้นอยู่กับความสะดวก (เงิน) (ร้อยละ 4.8)

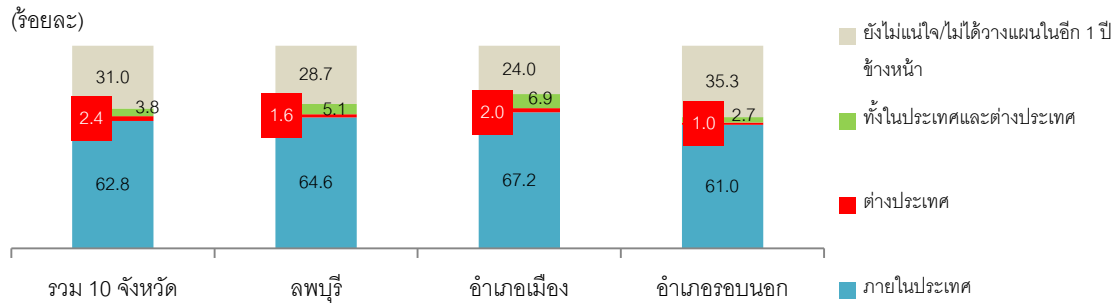
(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางที่มีได้มีการเตรียมแผนการล่วงหน้าใดๆเลย)



3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า

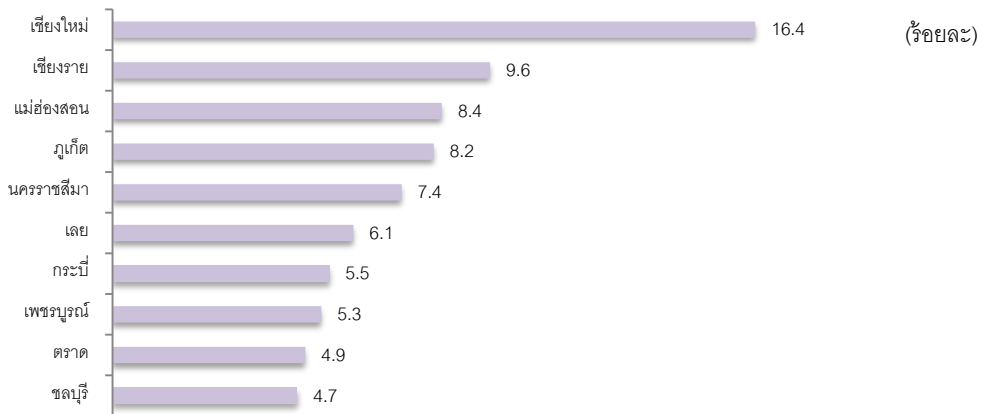
เมื่อสอบถามถึงแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า ผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่มีการกำหนดแผนการเดินทาง โดยเป็นการเดินทางในประเทศทั้งหมดในสัดส่วนร้อยละ 69.7 ซึ่งสูงกว่าสัดส่วนเฉลี่ยโดยภาพรวมบ้างเล็กน้อย โดยจำแนกเป็นการเดินทางในประเทศอย่างเดียวร้อยละ 64.6 และเดินทางทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ร้อยละ 5.1

ขณะที่มีผู้เดินทางชาวลพบุรีร้อยละ 1.6 มีแผนเฉพาะเดินทางต่างประเทศอย่างเดียว และผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เหลือร้อยละ 28.7 ไม่มีแผนการเดินทางใด ๆ เลยในปี 2554



แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

หากเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ากลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางอำเภอเมืองมีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสูงกว่ากลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอก โดยผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแผนการเดินทางในประเทศร้อยละ 74.1 ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแผนการเดินทางในประเทศเพียงร้อยละ 63.7



แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวลพบุรีสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า

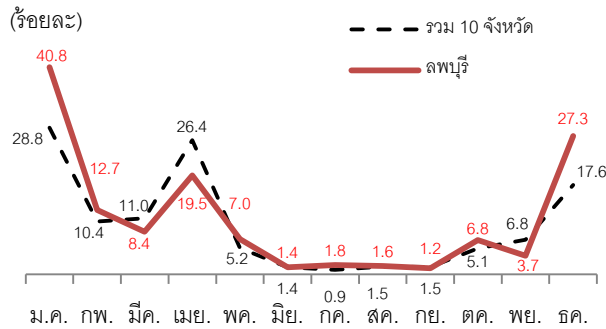
สำหรับสถานที่เป้าหมายที่อยู่ในแผนการเดินทาง ส่วนใหญ่ก็ยังเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมทางภาคเหนือ และภาคใต้ (ซึ่งเดินทางไกลกว่าจังหวัดชลบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดระยองซึ่งเป็นเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่ได้เดินทางไปมาแล้ว 3 อันดับแรก) โดยเฉพาะเป้าหมายการเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 16.4) จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 9.6) จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 8.4) จังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 8.2) และจังหวัดนครราชสีมา (ร้อยละ 7.4) เป็นต้น

สำหรับแผนการเดินทางในปี 2554 ของผู้เดินทางชาวลพบุรีแล้ว จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีเลือกกำหนดไว้ในแผนการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ขณะที่ประสบการณ์จริง ได้เดินทางไปจังหวัดชลบุรีมากที่สุด)

ส่วนจังหวัดที่ถูกเลือกกำหนดในแผนเดินทางอื่นๆ ก็แตกต่างกันอยู่บ้าง กล่าวคือ ผู้เดินทางชาวลพบุรีในเมืองนิยมบรรจุจังหวัดชายทะเล โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ หรือจังหวัดตราดไว้ในแผนการเดินทาง ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก เลือกจังหวัดที่มีธรรมชาติป่าเขาเป็นจังหวัดในลำดับต้นๆ ทั้งหมด โดยเฉพาะจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ผู้เดินทางชาวอำเภอเมืองให้ความสนใจน้อยกว่ามาก

เป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวใน 1 ปีข้างหน้า				
อันดับ	ผู้เดินทางอำเภอเมือง	ร้อยละ	ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	ร้อยละ
1	เชียงใหม่	18.3	เชียงใหม่	13.3
2	ภูเก็ต	9.7	เชียงราย	10.6
3	เชียงราย	9.0	แม่ฮ่องสอน	8.0
4	แม่ฮ่องสอน	8.7	เพชรบูรณ์	6.9
5	นครราชสีมา	8.3	นครราชสีมา	5.9
6	กระบี่	7.7	เลย	5.9
7	ตราด	6.3	ภูเก็ต	5.9
8	เลย	6.3	เพชรบุรี	5.3
9	ชลบุรี	5.7	พิษณุโลก	3.7
10	พังงา	4.7	ประจวบคีรีขันธ์	3.7

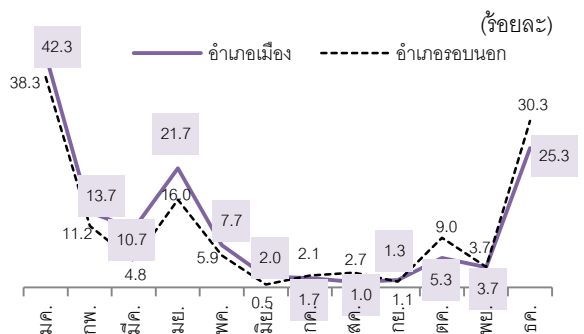
ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า



แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีวางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า

นอกจากนั้นยังพบแนวโน้มว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนการเดินทางในช่วงปีใหม่มากกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 42.3 และร้อยละ 38.3) ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 30.3) นิยมเลือกเดินทางในช่วงเดือนธันวาคมในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 25.3) อยู่บ้าง

ช่วงเวลาที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีให้ความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นช่วงฤดูท่องเที่ยว โดยเฉพาะตั้งแต่เดือนมีนาคม-เมษายน ซึ่งตรงกับช่วงปิดเทอมช่วงหนึ่ง กับช่วงเทศกาลวันหยุดปีใหม่ เดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมอีกช่วงหนึ่ง

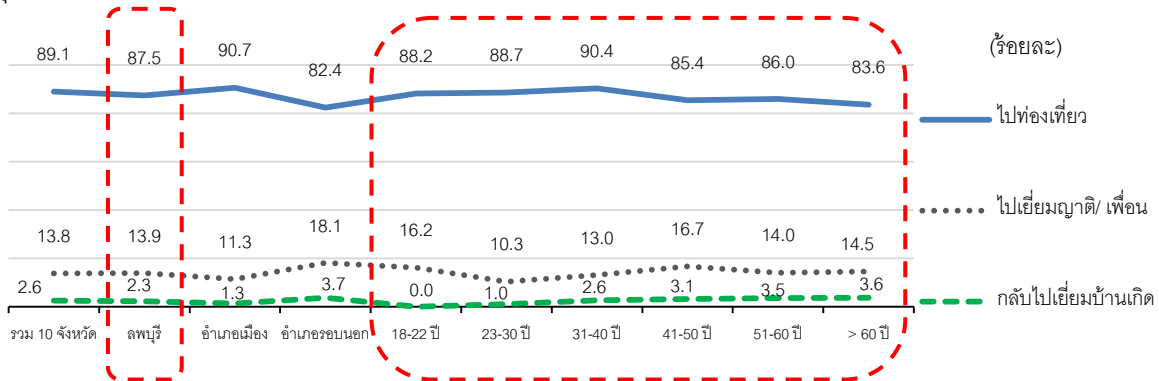


แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวลพบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้า ถึง “จุดประสงค์” ของการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นเหตุผลที่คล้ายๆ กันกับชาวจังหวัดอื่นๆ กล่าวคือ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 87.5 ระบุว่าเป็นการเดินทางเพื่อ “ไปท่องเที่ยว” ขณะที่ร้อยละ 13.9 แจ้งว่าตนเดินทาง “เพื่อไปเยี่ยมเพื่อน/ญาติ” และร้อยละ 2.3 เดินทางเพื่อ “กลับไปเยี่ยมบ้านเกิด”

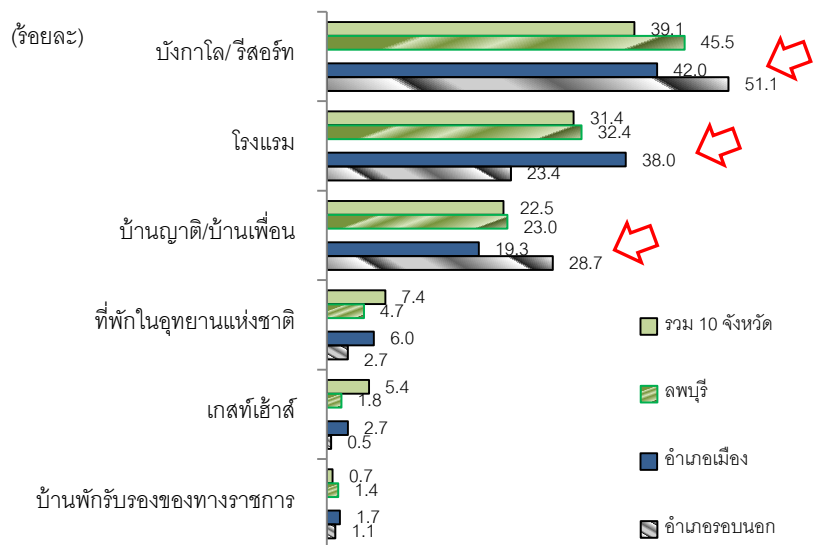
ซึ่งเมื่อแยกวิเคราะห์ตามลักษณะทางกายภาพ สำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีกลับพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ที่เด่นชัดระหว่างวัตถุประสงค์การเดินทางในปี 2554 กับช่วงอายุ หรืออำเภอที่ตั้งของกลุ่มเป้าหมาย



แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง “จุดประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวลพบุรี

3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)

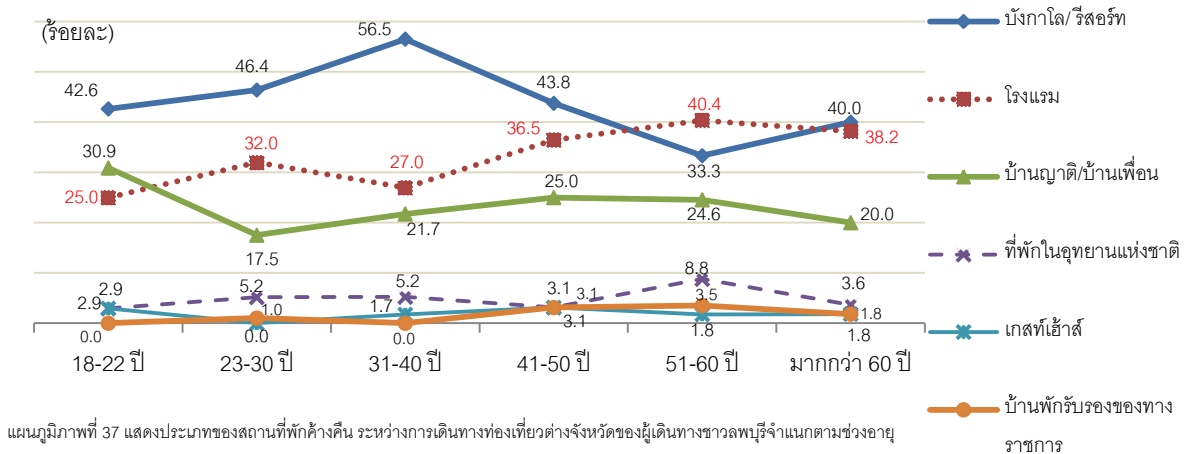
เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวลพบุรีที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าถึง “ประเภทของสถานที่พักค้างคืน” ส่วนใหญ่ประมาณเกือบกึ่งหนึ่งนิยมเลือกที่พักประเภท “บังกาโล/รีสอร์ท” ร้อยละ 45.5 สูงกว่าความสนใจ



แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรี

ของกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม (ร้อยละ 39.1) อยู่บ้างโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่รอบนอก (ร้อยละ 51.1) ส่วนที่พักประเภท “โรงแรม” ได้รับความสนใจในสัดส่วนรองลงมาที่ ร้อยละ 32.4 โดยเฉพาะต่อผู้เดินทางอำเภอเมือง ซึ่งให้ความสนใจที่ที่พักประเภท “โรงแรม” ในสัดส่วนถึงร้อยละ 38.0

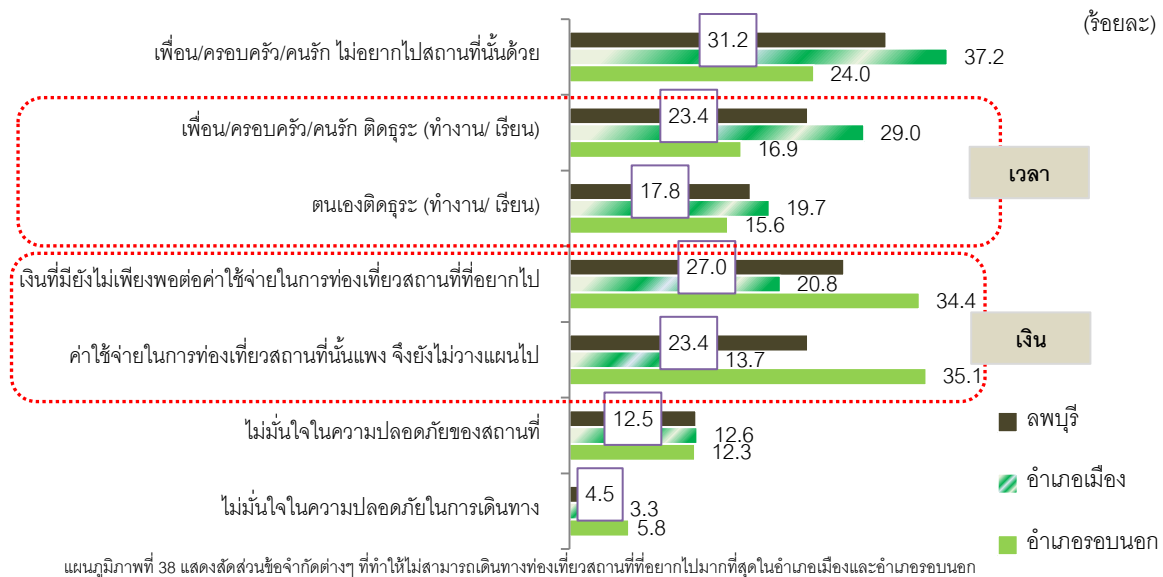
ขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่เลือกไปพักผ่อนคือ “บ้านญาติ/บ้านเพื่อน” ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (ร้อยละ 23.0) โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ 28.7) ให้ความนิยมพักกับญาติหรือเพื่อนในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมืองมาก



สำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีในช่วงวัยที่แตกต่างกัน แสดงความนิยมประเภทของที่พักแตกต่างกันไป ด้วย จากการสำรวจพบว่าที่พักประเภท “โรงแรม” มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ในขณะที่ที่พักประเภท “กรุงเทพฯ/รีสอร์ท” มีแนวโน้มเป็นที่นิยมของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่อายุน้อยหรือวัยทำงานระยะต้นๆ และกลับลดลงเมื่ออายุเพิ่มขึ้น

เป็นที่น่าสนใจว่ามีผู้เดินทางชาวลพบุรีสองกลุ่มที่นิยมไปพักที่ “บ้านญาติ/บ้านเพื่อน” มีแนวโน้มสูงขึ้นในกลุ่มอายุน้อย 18-22 ปี ช่วงหนึ่ง กับกลุ่มผู้ใหญ่วัย อายุมากกว่า 50 ปี อีกช่วงหนึ่ง

3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด

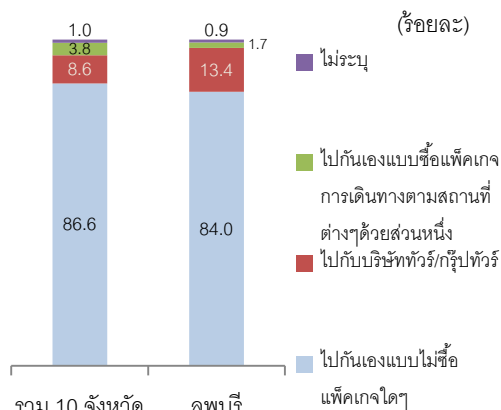


ในกลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีแผนเดินทางท่องเที่ยว แต่ระบุสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปอีก 1 ปีข้างหน้าเป็นคนละแห่งกัน

เมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ได้คิดจะเดินทางไปยังสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดแต่ยังไม่เคยไป ในช่วง 1 ปีข้างหน้า พบว่าหากพิจารณารายละเอียดของกลุ่มเหตุผลต่างๆ อาจสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเด็นหลัก โดยประเด็นแรกเกี่ยวกับความพร้อมหรือความเห็นที่ยังไม่สอดคล้องตรงกันของมวลสมาชิกซึ่งในกรณีผู้เดินทางชาวลพบุรี มีเหตุผลดังกล่าวในสัดส่วนสูงที่สุดถึง ร้อยละ 31.2 นอกนั้นเป็นประเด็นเกี่ยวกับข้อจำกัดด้าน “เวลา” ทั้งตนไม่ว่าง (ร้อยละ 17.8) หรือคนอื่นไม่ว่าง (ร้อยละ 23.4) และประเด็นข้อจำกัดเกี่ยวกับ “เงิน/งบประมาณการเดินทางที่จะต้องใช้” ทั้งที่แจ้งว่าเงินที่เตรียมไว้ไม่เพียงพอ (ร้อยละ 27.0) หรือทราบแล้วว่าการเดินทางต้องใช้งบประมาณสูง จึงไม่ได้คิดเดินทางไปอย่างจริงจัง (ร้อยละ 23.4) เป็นต้น ส่วนข้อจำกัดในด้านอื่นๆ เป็นประเด็นเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยทั้งที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ (ร้อยละ 12.5) และประเด็นเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง (ร้อยละ 4.5) ตามลำดับ

หากพิจารณาเปรียบเทียบเหตุผลข้อจำกัด ระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบแนวโน้มอย่างสำคัญว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มติดขัดข้อจำกัดด้านความพร้อมของสมาชิกและเวลาที่ว่างไม่ตรงกันมากกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ซึ่งกลับมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณการเงินเป็นสาระที่สำคัญสูงสุด

3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

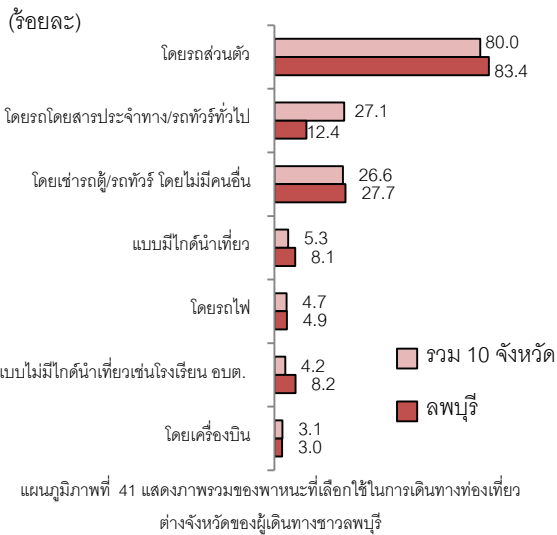
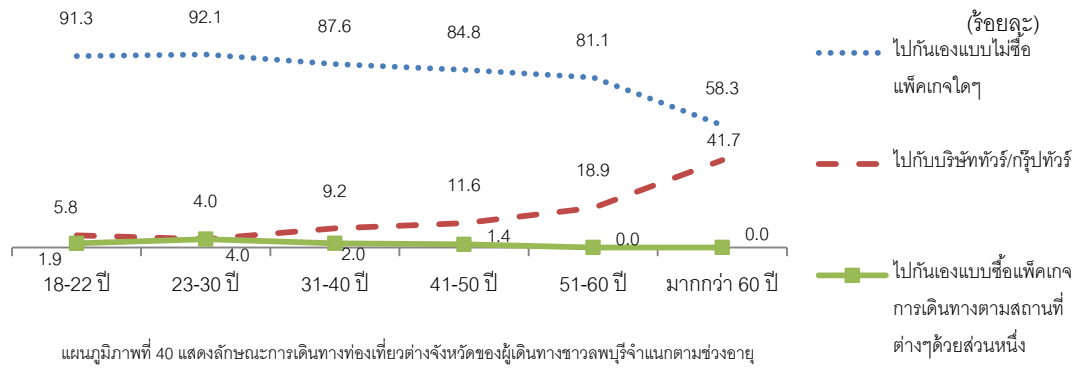


แผนภูมิภาพที่ 39 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

ลพบุรีเป็นจังหวัดที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเอง ในสัดส่วนที่สูงร้อยละ 84.0 สูงเช่นเดียวกับกับกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดอื่นๆ และในภาพรวม (ค่าเฉลี่ยของ 10 จังหวัดที่ทำการศึกษานี้ร้อยละ 86.6)

ขณะที่กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของบริษัททัวร์หรือไปแบบเป็นกลุ่มคณะ มีสัดส่วนไม่น้อย หรือคิดเป็นร้อยละ 13.4 สูงกว่าสัดส่วนเฉลี่ยของภาพรวมทั้งประเทศที่ร้อยละ 8.6 อยู่มาก

เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุของผู้เดินทางชาวลพบุรีพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวกันเอง (แบบไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ) ได้รับความนิยมในผู้เดินทางชาวลพบุรีอายุน้อย แต่เมื่ออายุมากขึ้นลักษณะการเดินทางดังกล่าว มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมลดลง สัดส่วนของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่หันไปใช้บริการบริษัททัวร์เริ่มเพิ่มสูงขึ้น จากที่เคยประมาณร้อยละ 5.8 ในกลุ่มอายุ 18-22 ปีเพิ่มขึ้นตามอายุ โดยลำดับต่อมาเป็นร้อยละ 18.9 ในกลุ่มอายุ 51- 60 ปี และสูงถึงร้อยละ 41.7 ในกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป



สำหรับภาพรวมของพาหนะในการเดินทางพบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 83.4) เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม (ร้อยละ 80.0) รองลงมาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยการเช่ารถตู้ไปกันเฉพาะในกลุ่มของตน (หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งได้รับความนิยมสูงมากในกลุ่มจังหวัดภาคกลาง) ในสัดส่วนร้อยละ 27.7 ขณะที่มีการเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทางทั่วไปเพียงร้อยละ 12.4 (น้อยกว่าสัดส่วนเฉลี่ยในภาพรวมที่ร้อยละ 27.1)

มีข้อสังเกตที่น่าสนใจสำหรับการเดินทางของผู้เดินทางชาวลพบุรีโดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ แบบมีไกด์บริการความสะดวกและข้อมูลท่องเที่ยว ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 8.1 สูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวมเกือบ 2 เท่า

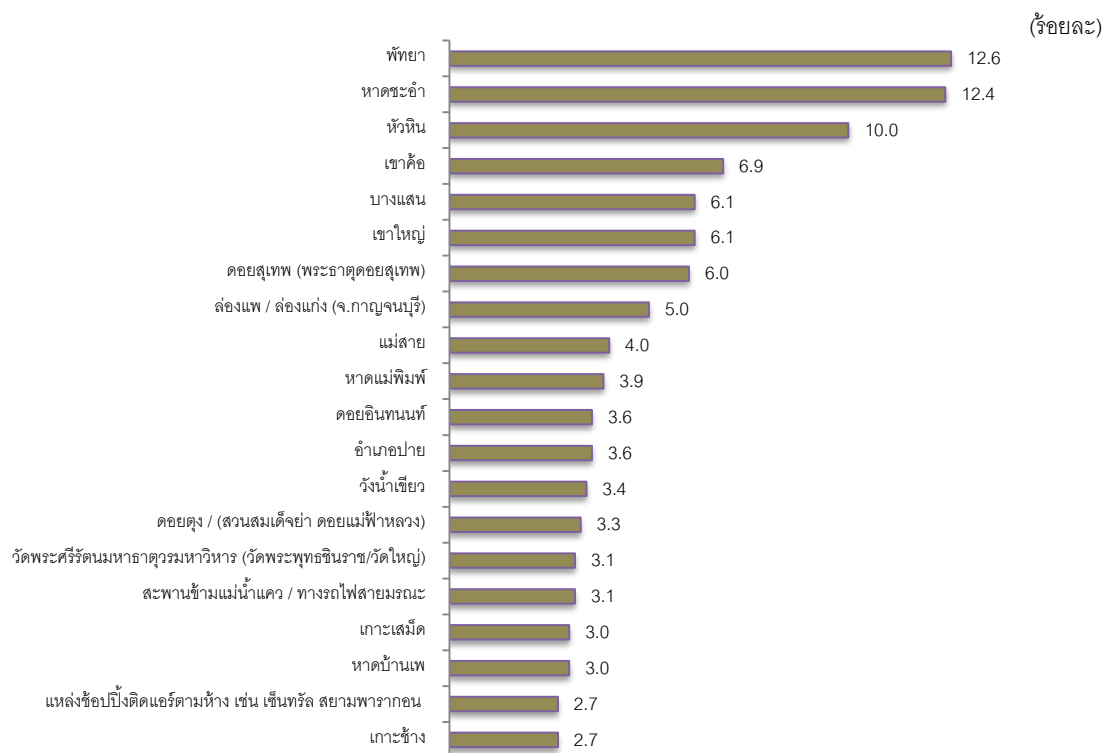
รวมถึงสัดส่วนผู้เดินทางชาวลพบุรีที่เดินทางเป็นคณะโดยไม่มีไกด์ เช่นไปกับคณะโรงเรียน คณะ อบต. ซึ่งก็มีสัดส่วนที่สูงอย่างน่าสนใจถึงร้อยละ 8.2 โดยพบแนวโน้มที่น่าสนใจว่ากลุ่มเป้าหมายที่เดินทางเป็นคณะส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนสูงอายุ ขณะที่กลุ่มเดินทางเป็นคณะ เช่น ไปกับโรงเรียน อบต. มีระดับเศรษฐกิจเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัททัวร์แบบมีไกด์ค่อนข้างมาก

กล่าวโดยสรุปในส่วนนี้ได้ว่าผู้เดินทางชาวลพบุรี มีศักยภาพที่น่าสนใจสำหรับการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ในระดับหนึ่ง แม้ว่าหากพิจารณาพื้นฐานตามภูมิหลังทางกายภาพ โดยเฉพาะพื้นฐานการศึกษาหรือระดับเศรษฐกิจทางสังคมแล้ว อาจดีน้อยกว่าจังหวัดที่มีศักยภาพสูงหลายพื้นที่ (อาทิ จังหวัดชลบุรี จังหวัดขอนแก่น) ทว่าพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านโรงงานอุตสาหกรรม (โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเกษตร) ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ รองรับการพัฒนาโครงสร้างทางสังคมสู่ความเจริญทางด้านวัตถุในอนาคต

บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม

4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรี

หากรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีเคยเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาทั้งการเดินทางแบบพักค้างคืนและการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ พบว่าแหล่งท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีนิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทางทะเลทั้งสิ้น ได้แก่ พัทยา จังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 12.6) หาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (ร้อยละ 12.4) และหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 10.0) ตามลำดับ



แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีเคยไปเยี่ยมชมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภูเขาสูงอากาศหนาวที่อยู่ไม่ไกลจากลพบุรี ได้แก่ เขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ (ร้อยละ 6.9) เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา (ร้อยละ 6.1) รวมถึงกิจกรรมล่องแพ จังหวัดกาญจนบุรี (ร้อยละ 5.0) ก็ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนไม่น้อย

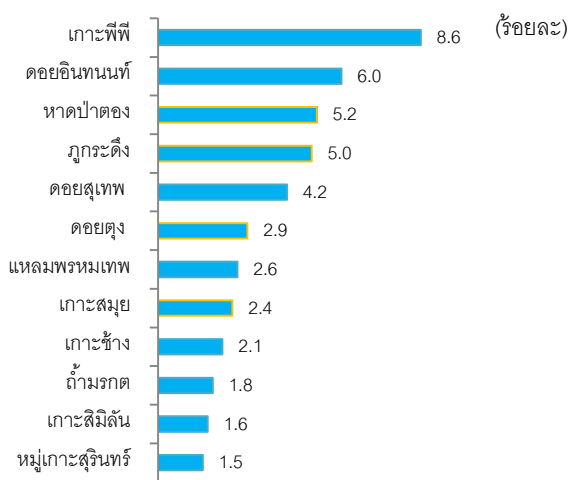
ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมแต่มีระยะทางค่อนข้างไกล ได้แก่ ดอยสุเทพ (ร้อยละ 6.0) และดอยอินทนนท์ (ร้อยละ 3.6) จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงดอยตุง (ร้อยละ 3.3) จังหวัดเชียงราย ก็ได้รับเลือกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนที่สูงพอสมควร

เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งในจำนวนไม่กี่จังหวัดที่นิยมเดินทางเข้ามาช้อปปิ้งซื้อของตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (ร้อยละ 2.7)

4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

ภายหลังจากทราบแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีนิยมเดินทางไปแล้ว คราวนี้มาพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวลพบุรียังไม่เคยเดินทางไปและอยากไปมากที่สุดซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกลจากจังหวัดลพบุรีทั้งสิ้น โดยเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 8.6) นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฝัน ที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีจำนวนมาก ที่ยังไม่เคยเดินทางไปและอยากไปมากที่สุด

รองลงมาได้แก่ ดอยอินทนนท์ (ร้อยละ 6.0) ดอยสุเทพ (ร้อยละ 4.2) จังหวัดเชียงใหม่ หาดป่าตอง (ร้อยละ 5.2) แหลมพรหมเทพ (ร้อยละ 2.6) จังหวัดภูเก็ต รวมถึงภูกระดึงจังหวัดเลย (ร้อยละ 5.0) ก็เป็นอีกแห่งหนึ่งที่มีผู้เดินทางชาวลพบุรียังไม่เคยได้เดินทางไปถึงให้ความสนใจไปมากที่สุดเป็นลำดับต้นๆ



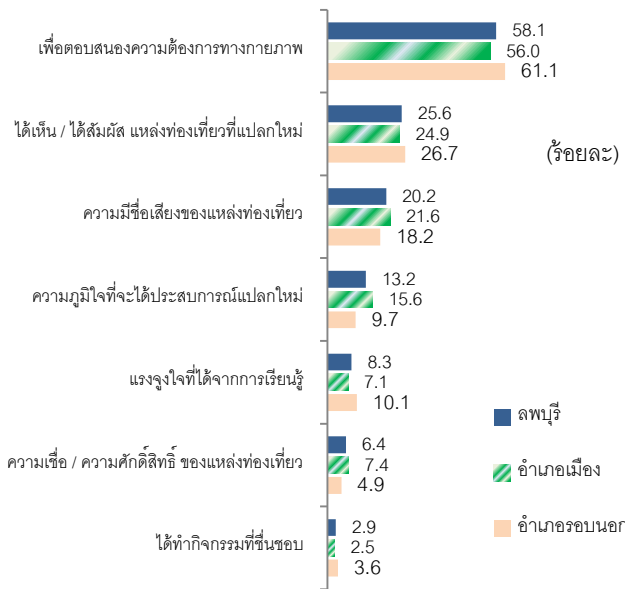
แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ผู้เดินทางชาวลพบุรียังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

นอกจากนั้น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เช่น เกาะสมุย (ร้อยละ 2.4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะช้าง (ร้อยละ 2.1) จังหวัดตราด เป็นต้น ก็เป็นอีกแห่งหนึ่งที่มีผู้เดินทางชาวลพบุรียังไม่เคยได้เดินทางไปให้ความสนใจไปมากที่สุดเป็นลำดับต้นๆ เช่นเดียวกัน

สำหรับเหตุผลอันเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เดินทางชาวลพบุรีรู้สึกอยากเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่เหล่านั้นนั้น สามารถสรุปได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- เหตุผลหลักสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรี ร้อยละ 58.1 คือ เพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ เช่น ไปเพื่อชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ไปเพื่อรับอากาศบริสุทธิ์ ได้เปลี่ยนบรรยากาศและพักผ่อนทั้งกายและใจระหว่างการเดินทาง
- ขณะที่ผู้เดินทางชาวลพบุรีร้อยละ 25.6 ต้องการอยากเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่ใฝ่ฝันเพื่อได้เห็น / ได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน
- เหตุผลลำดับรองลงมาสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรี ร้อยละ 20.2 เลือกไปสถานที่นั้นๆ ไปเพราะความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผ่านคำบอกเล่าและสื่อต่างๆ
- อีกร้อยละ 13.2 ต้องการความภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่
- ร้อยละ 8.3 ไปท่องเที่ยวเพราะแรงจูงใจที่จะได้จากการเรียนรู้

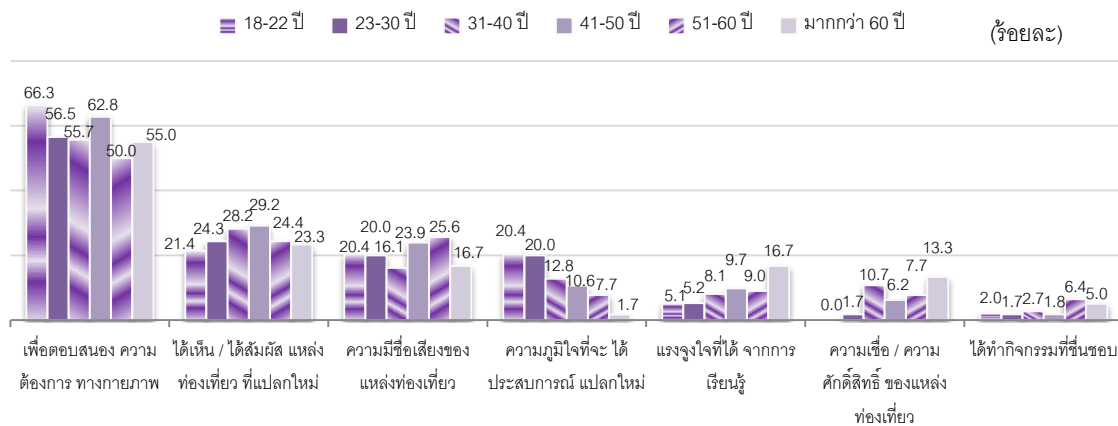
- ขณะที่ยังร้อยละ 6.4 เป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ/ความศรัทธาของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไปนมัสการสถานที่สำคัญทางศาสนาหรือการไปกราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดนั้นๆ
- ที่เหลืออีกร้อยละ 2.9 อยากไปเพื่อได้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ
(หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความเห็น)



สำหรับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก แสดงเหตุผลสำหรับความต้องการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ ตนไม่เคยไป แตกต่างจากผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้าง กล่าวคือ ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มที่เดินทางท่องเที่ยว เพื่อได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ หรือได้เรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่ สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองเล็กน้อย ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองเน้นแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจภายหลังการเดินทางในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

เมื่อพิจารณาเหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีอายุมากขึ้น จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเพราะเหตุผลในด้าน "เพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ" "ความภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่" ในสัดส่วนที่ลดลง แต่กลับที่จะท่องเที่ยวเดินทางเพราะ "แรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้" หรือเพราะ "ความเชื่อ/ความศรัทธา ของแหล่งท่องเที่ยว" ในสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่ากลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่อายุน้อยกว่า

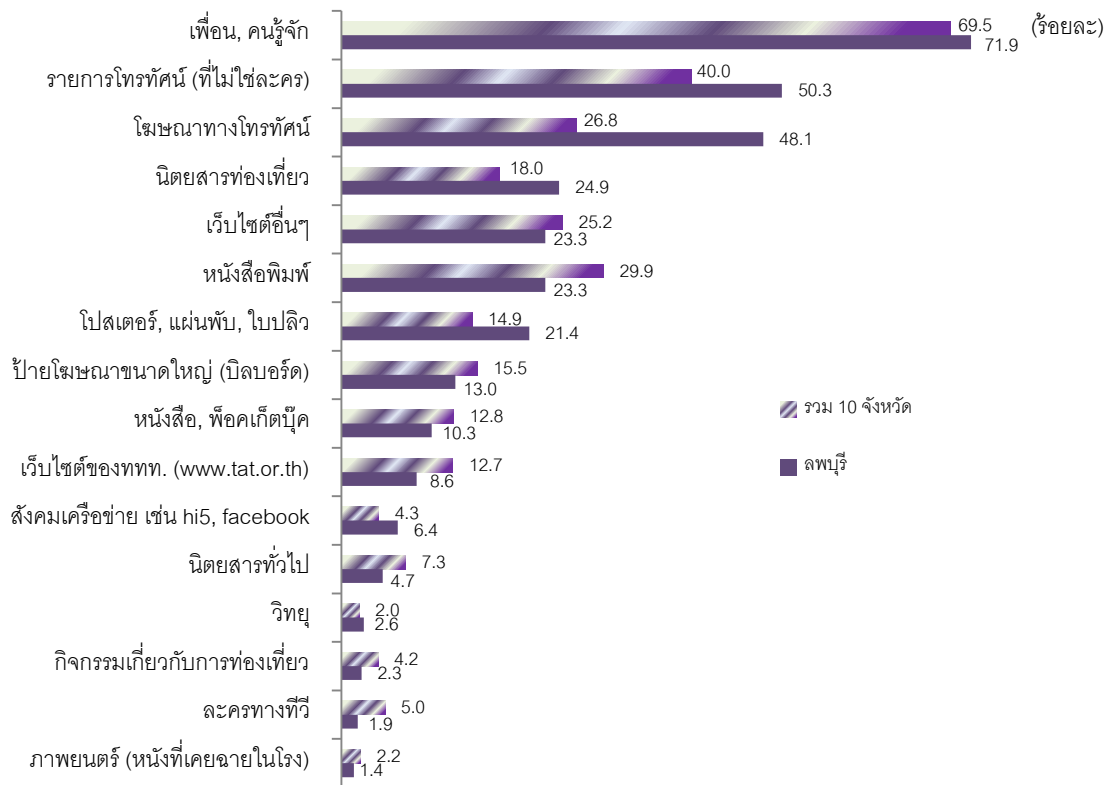


แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดตามอายุ

ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้เดินทางชาวลพบุรี อาจพิจารณาได้เป็นสองกลุ่ม กลุ่มแรกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในกระแสท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อย่างจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ หรือแม้กระทั่งจังหวัดชลบุรี เพื่อกระตุ้นการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ผสมผสานไปกับการพักผ่อน ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าเขาอากาศหนาวเย็น หรือการผจญภัยล่องแก่ง โดยเฉพาะที่จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือจังหวัดกาญจนบุรี ตามลำดับนั้น ก็อาจสามารถกระตุ้นความต้องการเดินทางของชาวลพบุรีได้อีกส่วนหนึ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางที่อยู่อำเภอรอบนอก

บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวลพบุรี

5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข่าวสารด้านการท่องเที่ยว



แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี

ช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวลพบุรีได้แก่ การบอกเล่าจากเพื่อน คนรู้จัก (ร้อยละ 71.9) รายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ต่างๆ (เช่น เนวิเกเตอร์ ร้อยละ 50.3) โฆษณาทางโทรทัศน์ (โดยเฉพาะโฆษณาของ ททท.) (ร้อยละ 48.1) นิตยสารด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 24.9) และสื่อเว็บไซต์ (ร้อยละ 23.3) ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรีในภาพรวม พบว่าผู้เดินทางชาวลพบุรีให้ความสนใจข่าวสารผ่านทางรายการโทรทัศน์ต่างๆ โฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ รวมถึงนิตยสารด้านการท่องเที่ยว ในสัดส่วนที่สูงกว่าภาพรวม ซึ่งหมายถึงช่องทางสื่อเหล่านี้ได้รับความนิยมในการแสวงหาข่าวสารสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนที่สูงนั่นเอง (หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวลพบุรี ที่ใช้เวลาอยู่กับบ้าน ดูโทรทัศน์ พูดคุยกับเพื่อนบ้าน มากกว่านิยมออกไปเดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า)

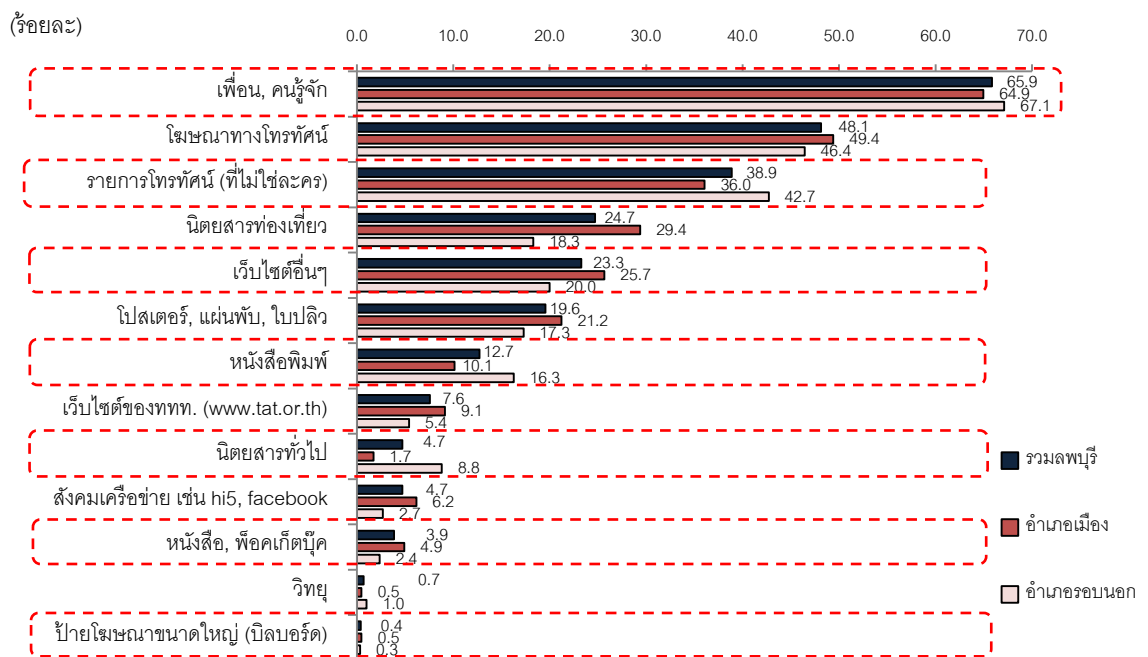
5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

หากพิจารณาเฉพาะช่องทางข่าวสารที่สร้างความน่าเชื่อถือสูงต่อผู้เดินทางชาวลพบุรีพบว่า ผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่ยังให้ความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางเพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 65.9) รองลงมาเป็นความเชื่อถือที่เกิดจากผลโฆษณาทางโทรทัศน์

(ร้อยละ 48.1) ซึ่งสื่อทั้งสองช่องทางนี้สร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกไม่แตกต่างกันมากนัก

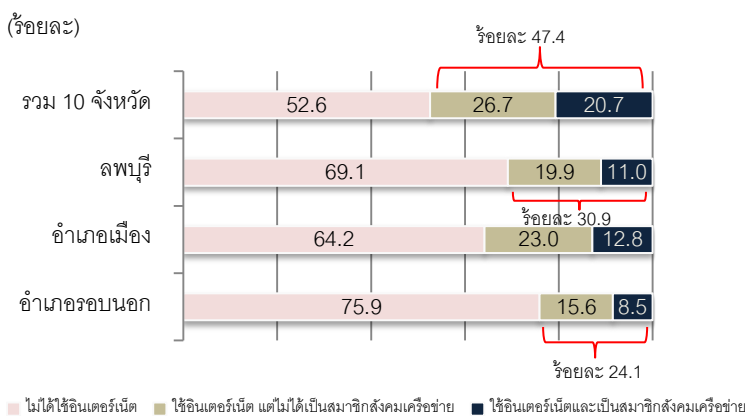
ขณะที่สื่อประเภทรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ ซึ่งได้รับความน่าเชื่อถือในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (ร้อยละ 38.9) โดยเฉพาะต่อผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ส่วนสื่อประเภทนิตยสารท่องเที่ยว (โดยเฉพาะ อสท.) ก็ได้รับความน่าเชื่อถือในสัดส่วนที่สูงเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 24.7) โดยเฉพาะต่อผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 25.7)

ส่วนสื่อสมัยใหม่ประเภทเว็บไซต์ ก็ได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (ร้อยละ 23.3) โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 25.7) ขณะที่เว็บไซต์ของททท. ก็ได้รับความน่าเชื่อถือในลำดับถัด ๆ มาที่ร้อยละ 7.6



แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี

5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่



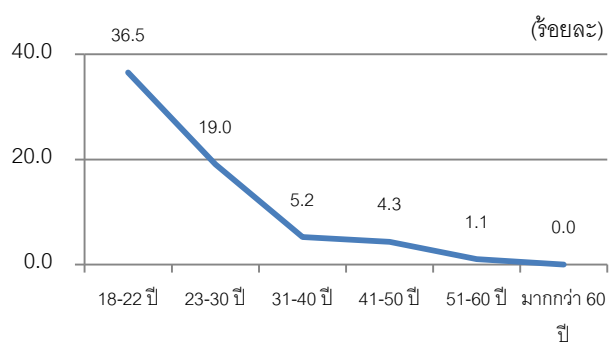
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวลพบุรีและสัดส่วนที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่าย

ในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดน เช่นทุกวันนี้ การได้มาซึ่งข้อมูลในเรื่องใดๆ ก็ตาม ล้วนไม่มีขอบเขตจำกัด รวมถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในส่วนของประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดที่มีรูปแบบกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมี

ประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยหากพิจารณาเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาว-
ลพบุรีในประเด็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และการเป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายนั้น พบว่าสามารถจำแนก
กลุ่มเป้าหมายได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

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

โดยหากเปรียบเทียบสัดส่วนของกลุ่มดังกล่าวของผู้เดินทางชาวลพบุรี พบว่าโดยภาพรวม
ผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในสัดส่วนที่ไม่สูงนัก (ร้อยละ 30.9) เมื่อเทียบกับสัดส่วนในภาพรวม
ของจังหวัดอื่นๆ (ร้อยละ 47.4) โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอกยังมีสัดส่วนการใช้งานอินเทอร์เน็ตใน
สัดส่วนที่น้อยมาก (เพียงร้อยละ 24.1) หากพิจารณากลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรี ที่ใช้สังคมเครือข่ายด้วยแล้ว
พบว่าสื่อประเภทยังเข้าถึงผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก เพียงร้อยละ 12.8 ในเขต
อำเภอเมือง และร้อยละ 8.5 ในเขตอำเภอรอบนอกเท่านั้น



แผนภูมิภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายจำแนกตามกลุ่มอายุ

ในกลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีการ
ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำและเป็นสมาชิกสังคม
เครือข่ายแห่งใดแห่งหนึ่งซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ
11.0 นั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นนักเรียน
นักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้นเท่านั้น
มีกลุ่มเป้าหมายในวัยอื่นให้ความสนใจสื่อ
ประเภทยังน้อยมาก

สรุปในส่วนนี้ได้ว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมาย
ผู้เดินทางชาวลพบุรี ได้แก่ ข้อมูลผ่านเพื่อน คนรู้จัก สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และนิตยสารท่องเที่ยว
ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางโทรทัศน์ ผู้เดินทางอำเภอเมืองกลับ
ให้ความสำคัญกับข้อมูลท่องเที่ยวผ่านนิตยสารท่องเที่ยว รวมถึงเว็บไซต์ ในสัดส่วนที่สูงอย่างน่าสนใจ

บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดชาวลพบุรี

ภายหลังจากที่ได้รับทราบกิจกรรมยามว่าง รวมถึงพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ของผู้เดินทางชาวลพบุรีแล้ว ครั้งนี้จะเป็นการแบ่งกลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรี “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจแรงผลักดันที่ส่งผลให้แต่ละกลุ่มใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการแห่งตนหรือกลุ่มของตนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี

(รายละเอียดคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตโดยละเอียด ในรายงานฉบับสมบูรณ์บทที่ 3 และบทที่ 9)

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	ลพบุรี	กรุงเทพฯและปริมณฑล	ทั้งประเทศรวมกรุงเทพฯ
ครอบครัวสำคัญ	43.6	38.8	38.4
เรจรีนเทศกาล	16.6	10.9	17.5
เรียนรู้คู่กระแส	14.0	8.7	13.3
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	11.0	13.7	11.8
เพื่อเพื่อนและแฟน	5.7	10.6	9.4
อนุรักษ์นิยม	5.3	5.0	4.3
บุกเบิกค้นหา	0.4	2.5	2.3
ไม่สามารถระบุ	3.4	9.9	3.1

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวลพบุรี

ผลการจัดกลุ่มวิถีชีวิต ตามแรงจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรี พบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตด้านการท่องเที่ยวในลักษณะ “ครอบครัวสำคัญ” ในสัดส่วนที่สูงมากถึงร้อยละ 43.6 (สูงเป็นลำดับต้นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดในพื้นที่ศึกษาอื่นๆ)

ส่วนกลุ่มวิถีชีวิตในระดับการพัฒนาในลักษณะอื่นๆ ได้แก่ “เรียนรู้คู่กระแส” (ร้อยละ 14.0) และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (ร้อยละ 11.0) และ “อนุรักษ์นิยม” (ร้อยละ 5.3) มีสัดส่วนในลักษณะใกล้เคียงกับภาพรวม (ร้อยละ 13.3 ร้อยละ 11.8 และร้อยละ 4.3 ตามลำดับ)

ส่วนกลุ่ม “เรจรีนเทศกาล” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนสูง (ร้อยละ 16.6) รองจากกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” นั้น พบว่ามีสัดส่วนไม่แตกต่างจากภาพรวมเท่าใดนัก (ร้อยละ 17.5) แต่สำหรับกลุ่มวิถีชีวิต “เพื่อเพื่อนและแฟน” ซึ่งมีระดับพัฒนาด้านการท่องเที่ยวใกล้เคียงกันกลับมีสัดส่วนไม่สูง (ร้อยละ 5.7) และน้อยกว่าสัดส่วนเฉลี่ยในภาพรวมค่อนข้างมาก

กล่าวในส่วนนี้ได้ว่า กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว ในลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” ในสัดส่วนที่สูงมาก ขณะที่กลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ มีสัดส่วนไม่แตกต่างจากภาพรวมเท่าใดนัก

6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิต “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว” ของผู้เดินทางชาวลพบุรี เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	อำเภอเมือง	อำเภอรอบนอก	รวมลพบุรี
ครอบครัวสำคัญ	44.2	42.7	43.6
เรจรีนเทศกาล	19.0	13.2	16.6
เรียนรู้คู่กระแส	10.4	19.0	14.0
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	11.6	10.2	11.0
เพื่อเพื่อนและแฟน	6.9	4.1	5.7
อนุรักษ์นิยม	5.7	4.7	5.3
บุกเบิกค้นหา	0.2	0.7	0.4
ไม่สามารถระบุ	2.0	5.4	3.4

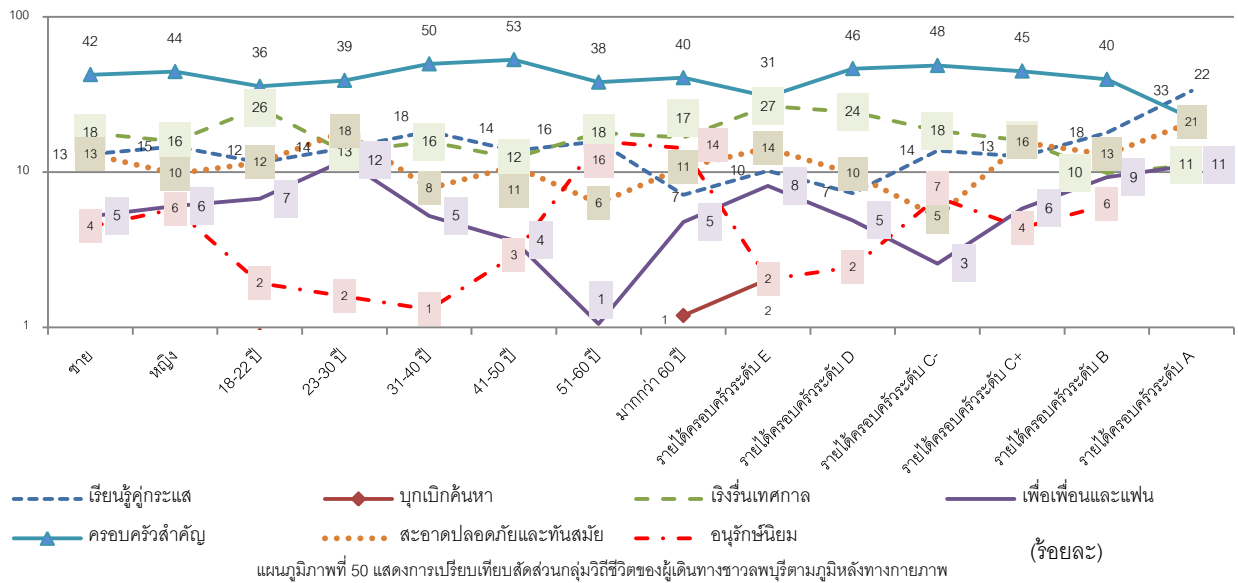
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวลพบุรีเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวลพบุรีที่จำแนกออกเป็นกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบสาระที่น่าสนใจว่าในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางอำเภอเมืองและกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเฉพาะสัดส่วนของกลุ่มหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุดได้แก่ “ครอบครัวสำคัญ” โดยมีสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตนี้ในอำเภอเมืองร้อยละ 44.2 และอำเภอรอบนอกร้อยละ 42.7 ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง และพฤติกรรมการเดินทางที่ผู้เดินทางชาวลพบุรี ทั้งสองส่วนให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัวมาก ดังที่ได้กล่าวถึงรายละเอียดแล้วในบทที่ผ่านมา

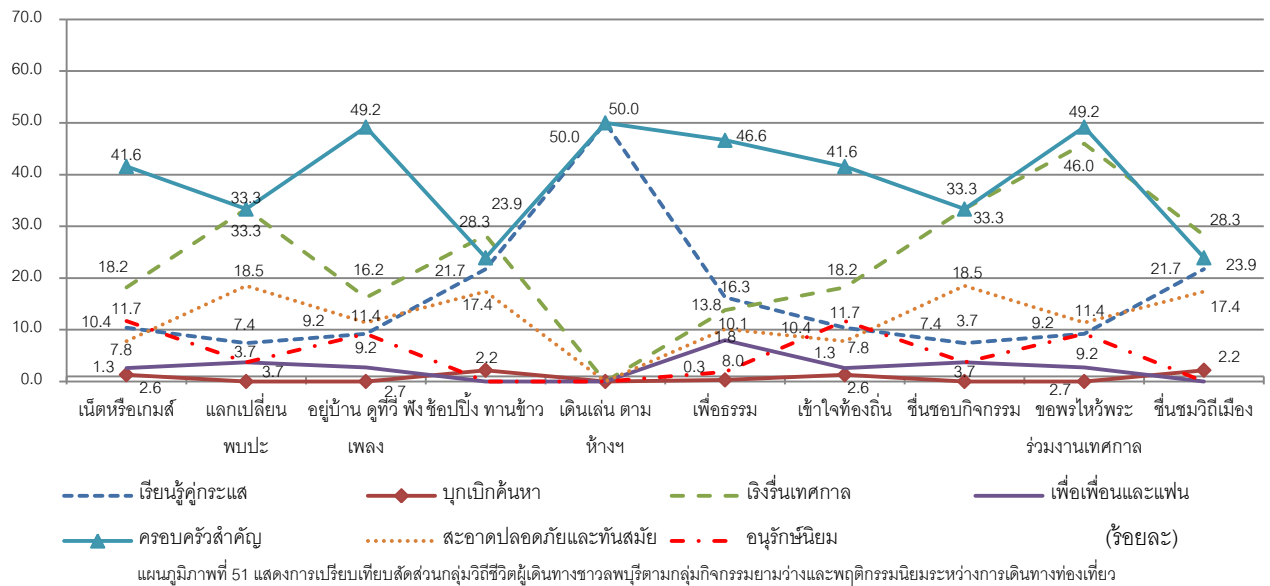
อย่างไรก็ตามพบความแตกต่างเล็กน้อยแต่เป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนกลุ่ม “เรจรีนเทศกาล” สูงถึงร้อยละ 19.0 ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกลับมีสัดส่วนของกลุ่มวิถีชีวิตนี้เพียงร้อยละ 13.2 และในทิศทางตรงกันข้ามผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกลับมีสัดส่วนของกลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” ถึงร้อยละ 19.0 ขณะที่ผู้เดินทางในอำเภอเมืองมีสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตนี้เพียงร้อยละ 10.4 เท่านั้น

แต่หากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่าสามารถหาข้ออธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ส่วนหนึ่งว่ากลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางอำเภอรอบนอก มีระดับการศึกษา และระดับเศรษฐฐานะใกล้เคียงกับกลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมืองถึงแม้ผู้เดินทางอำเภอเมืองจะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเล็กน้อยก็ตาม ขณะที่ในอำเภอเมืองจะมีกลุ่มแรงงานอพยพ (จากภูมิภาคอื่น) ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับเศรษฐฐานะ DE สูงกว่าในเขตอำเภอรอบนอก

6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีตามภูมิภาคหลังทางกายภาพ



6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



เพื่อเป็นการสรุปแผนภูมิภาพด้านบนทั้งสอง โดยผสมผสานแรงจูงใจพฤติกรรมการบริโภคสื่อ และพฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ ของผู้เดินทางชาวลพบุรี พบสาระที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

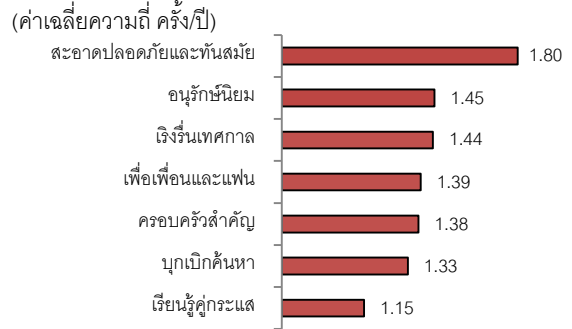
กลุ่มวิถีชีวิต (ชาวลพบุรี)	คุณลักษณะทางภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนัยระหว่างการเดินทาง
ครอบครัว สำคัญ (ร้อยละ 43.6)	แนวโน้มเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ที่เป็นพ่อแม่ ประกอบอาชีพหลากหลาย ครอบคลุมเศรษฐกิจกว้างขวาง	ใช้เวลาว่างส่วนใหญ่อยู่ที่บ้าน หรือออกไปแลกเปลี่ยนพูดคุยกับเพื่อน/ญาติ เลือกที่จะชื่นชมความสวยงามและธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากกว่าทำกิจกรรมกับคนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมาชิกในครอบครัวตนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
	ช่องทางสื่อ: โทรทัศน์ท้องถิ่น เคเบิล วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	
เรจรีนเทศกาล (ร้อยละ 16.6)	เป็นกลุ่มคนวัยรุ่น วัยทำงานระยะต้นกลุ่มหนึ่งกับกลุ่มคนสูงอายุ ที่ชื่นชอบความสนุกสนานอีกกลุ่มหนึ่ง มีระดับเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยไม่สูงนัก ส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่ม SES class CDE	ชอบสนุกสนาน ชอบสังสรรค์ แลกเปลี่ยนพบปะกับผู้คน เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกที่จะทำกิจกรรมรื่นเริง ชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนมากๆ ชอบแวะสักการะ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
	ช่องทางสื่อ: หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน หนังสือสังคม ดาราและแฟชั่น เช่น คู่สร้างคู่สม ทิวพุด	
เรียนรู้คู่กระแส (ร้อยละ 14.0)	เป็นกลุ่มวัยนักศึกษาในกลุ่มหนึ่ง หรือกลุ่มวัยทำงานระยะต้นที่มีการศึกษาดีอีกกลุ่มหนึ่ง ทว่าระดับเศรษฐกิจทางสังคมกลับกระจายตัวอย่างกว้างขวางตั้งแต่ระดับล่างไปจนถึงระดับบน แต่ส่วนใหญ่มีแนวโน้มฐานะดี	ชอบใช้เวลาว่างนอกบ้าน ทำกิจกรรมตามห้างฯ หรือเล่นอินเตอร์เน็ต แต่เมื่อท่องเที่ยวกลับชื่นชอบที่จะแลกเปลี่ยนเข้าใจคนท้องถิ่น รวมถึงชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชมวิถีเมือง แหล่งที่ผู้คนมารวมกันตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
	ช่องทางสื่อ: สื่ออินเตอร์เน็ต สื่อประเภทการอ่าน นิตยสารท่องเที่ยวของจังหวัด นิตยสารทั่วไปเช่นแพรว	
สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย (ร้อยละ 11.0)	ทำงานระยะต้นถึงกลาง การศึกษาดี ฐานะดี	ใช้เวลาว่างอยู่กับโลกโซเชียลบนอินเตอร์เน็ต หรือซื้อสินค้าทานอาหารตามห้างสรรพสินค้า แต่เมื่อท่องเที่ยวกลับเลือกที่จะนั่งชมวิถีและแสงสีเมือง
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต Free Magazine สังคมจังหวัด และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	
เพื่อเพื่อนและ แฟน (ร้อยละ 5.7)	วัยรุ่นหรือวัยทำงานระยะต้น ฐานะค่อนข้างดี	ใช้เวลาว่างอยู่ตามห้างหรือร้านอาหาร เมื่อท่องเที่ยวก็เลือกทำกิจกรรม ผจญภัย กับกลุ่มเพื่อน แล้วกลับมาแลกเปลี่ยนสังสรรค์
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคม	
อนุรักษ์นิยม (ร้อยละ 5.3)	แนวโน้มอายุมากกว่าทุกกลุ่มวิถีชีวิต เศรษฐฐานะทางสังคมในขั้นดี	ชอบใช้เวลาว่างแลกเปลี่ยนประสบการณ์ พูดคุย เพื่อทำความเข้าใจ เรียนรู้และช่วยเหลือ
	ช่องทางสื่อ: งานสังคมจังหวัด และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	
บุกเบิกค้นหา (ร้อยละ 0.4)	สัดส่วนน้อย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาหรือกลุ่มวัยทำงานอายุน้อย ที่มีเศรษฐกิจไม่สูงนัก	กำลังค้นคว้าหาตัวตนอยู่ในโลกอินเตอร์เน็ต หรือเกมส์ หรือห้าง และเมื่อท่องเที่ยวก็ชื่นชอบทำกิจกรรมที่แตกต่าง เรียนรู้ และพยายามเข้าใจวิถีชีวิตคนท้องถิ่นตามแหล่งต่างๆ
	ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารทิวพุด แผ่นพับโบรชัวร์	

ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนัยระหว่างการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรี

6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

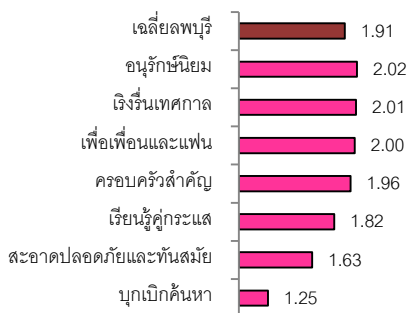
6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการเดินทางระหว่างกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่ากลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” “กลุ่มอนุรักษ์นิยม” รวมถึง “กลุ่มเจ็กรุ่นเทศกาล” มีแนวโน้มเดินทางแบบพักค้างคืนด้วยความถี่สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ อยู่บ้าง (เฉลี่ย 1.80 1.45 และ 1.44 ครั้ง/ปี ตามลำดับ)



แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน จำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

(ค่าเฉลี่ยวันพักค้างคืน)



แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพักค้างคืน

สำหรับจำนวนวันพักของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ นั้น พบว่ากลุ่ม “เจ็กรุ่นเทศกาล” (เฉลี่ย 2.01 วัน) “เพื่อเพื่อนและแฟน” (เฉลี่ย 2.00 วัน) รวมถึงกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” (เฉลี่ย 2.02 วัน) มีแนวโน้มใช้เวลาพักค้างคืนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนเฉลี่ยนานวันกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ อยู่บ้าง

6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางแบบยอตนิยม

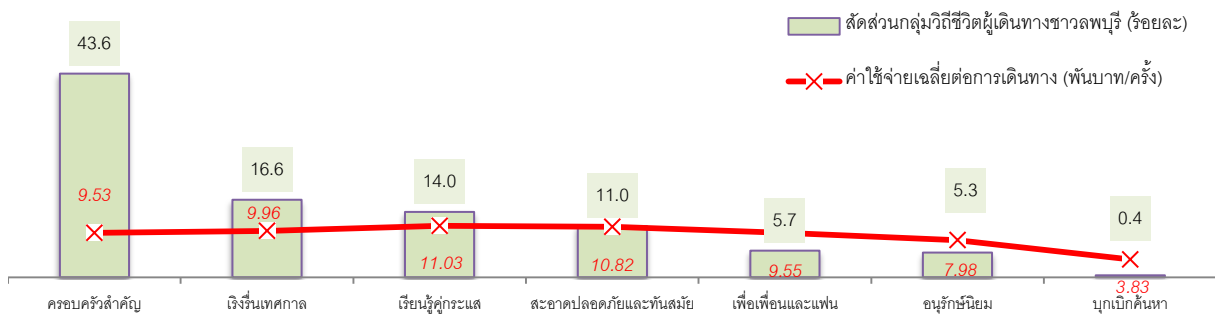
กลุ่มวิถีชีวิต ผู้เดินทางชาวลพบุรี	จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอตนิยม
ครอบครัวสำคัญ	ชลบุรี (ร้อยละ 25.9) พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 20.3) เพชรบุรี (ร้อยละ 18.4) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 17.0) นครราชสีมา (ร้อยละ 16.7)
เจ็กรุ่นเทศกาล	ชลบุรี (ร้อยละ 26.7) พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 25.9) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 22.4) ระยอง (ร้อยละ 21.6) นครราชสีมา (ร้อยละ 19.0) เพชรบุรี (ร้อยละ 19.0)
เรียนรู้คู่กระแส	ชลบุรี (ร้อยละ 26.5) พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 25.5) เพชรบุรี (ร้อยละ 22.4) นครราชสีมา (ร้อยละ 19.4) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 17.3) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 17.3)
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 40.3) ชลบุรี (ร้อยละ 29.9) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 22.1) ระยอง (ร้อยละ 22.1) นครราชสีมา (ร้อยละ 19.5) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 19.5)
เพื่อเพื่อนและแฟน	ชลบุรี (ร้อยละ 37.5) พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 27.5) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 20.0) กาญจนบุรี (ร้อยละ 20.0) เชียงใหม่ (ร้อยละ 20.0) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 20.0)

กลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรี (ต่อ)	จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม
อนุรักษ์นิยม	พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 32.4) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 27.0) สิงห์บุรี (ร้อยละ 24.3) เพชรบุรี (ร้อยละ 24.3) ชลบุรี (ร้อยละ 21.6)
บุกเบิกค้นหา	นครราชสีมา (ร้อยละ 66.7) เพชรบุรี (ร้อยละ 33.3) สิงห์บุรี (ร้อยละ 33.3) มหาสารคาม (ร้อยละ 33.3) อุบลราชธานี (ร้อยละ 33.3) สุโขทัย (ร้อยละ 33.3)

ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายการเดินทางของกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรี พบว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ไม่ไกล โดยเฉพาะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงจังหวัดชลบุรี และจังหวัดนครราชสีมา (เป็นการเดินทางข้ามภูมิภาคแต่มีระยะทางไม่ไกล) จะเป็นเป้าหมายสำหรับการเดินทางของผู้เดินทางชาวลพบุรีส่วนใหญ่และในทุกกลุ่มวิถีชีวิต ทว่าหากพิจารณาในรายละเอียดพบความน่าสนใจว่ากลุ่มที่น่าสนใจในพื้นที่รอบนอกอย่าง "เรียนรู้คู่กระแส" หรือกลุ่มสนุกสนานในเมือง อย่าง "เรจรีนเทศกาล" ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลอื่นๆ อย่างจังหวัดระยอง หรือจังหวัดเพชรบุรี ในสัดส่วนที่สูงไม่น้อย

6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทาง



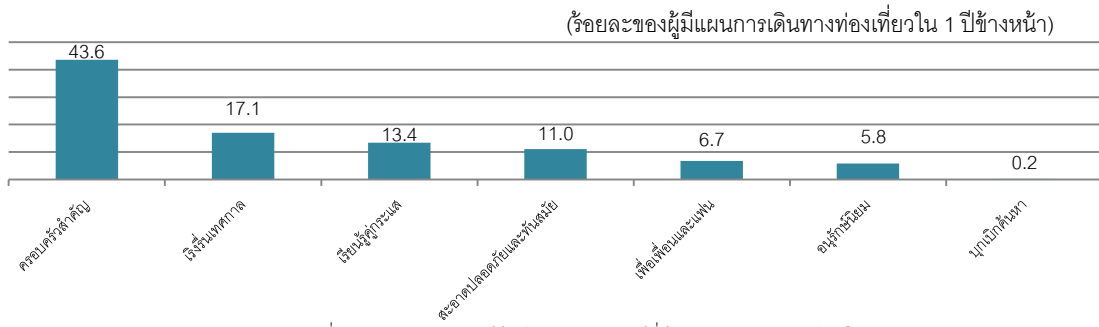
แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)

หากเปรียบเทียบการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่ากลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีสัดส่วนมากที่สุด 2 กลุ่มแรกได้แก่ กลุ่ม "ครอบครัวสำคัญ" (ร้อยละ 43.6) และ "เรจรีนเทศกาล" (ร้อยละ 16.6) ใช้จ่ายเฉลี่ย 9,529 บาท/ครั้ง และสำหรับกลุ่ม "เรจรีนเทศกาล" ใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 9,965 บาท/ครั้ง

ในขณะที่กลุ่ม "เรียนรู้คู่กระแส" และ "สะอาดปลอดภัยและทันสมัย" ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 14.0 และร้อยละ 11.0 มีแนวโน้มใช้จ่ายต่อการเดินทางสูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ ที่ 11,026 บาท/ครั้ง และ 10,822 บาท/ครั้ง ตามลำดับ

ในด้านตรงกันข้ามกลุ่มผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีลักษณะวิถีชีวิต "อนุรักษ์นิยม" และ "บุกเบิกค้นหา" (ซึ่งมีสัดส่วนไม่สูงทั้งสองกลุ่ม) มีแนวโน้มใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ที่ 7,981 บาท/ครั้ง และ 3,833 บาท/ครั้ง ตามลำดับ

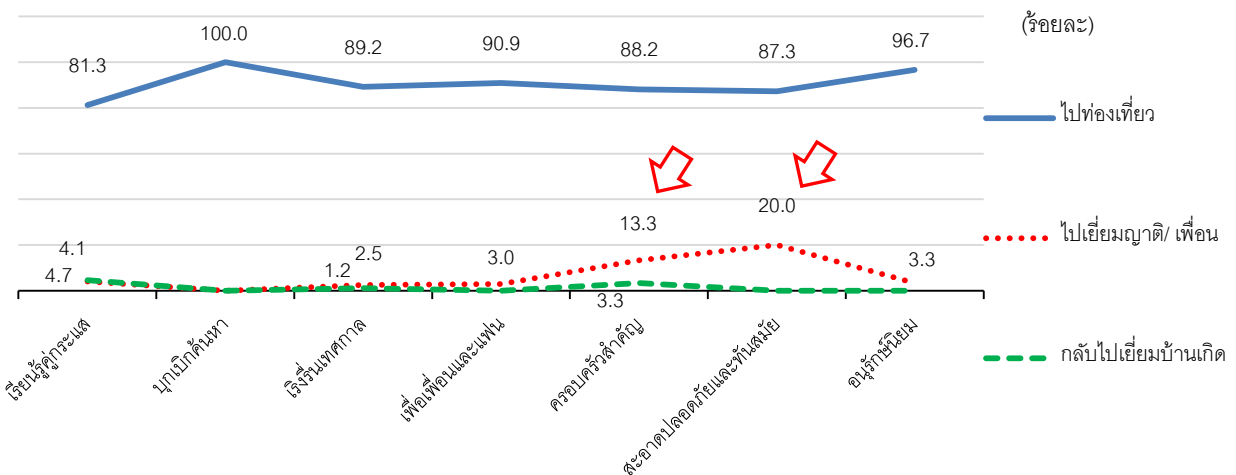
6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า



แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวลพบุรีที่มีแผนการเดินทางแบบพักค้างคืน

เมื่อมาพิจารณาแผนการเดินทางพักค้างคืน (เฉพาะภายในประเทศ) ของกลุ่มวิถีชีวิตต่าง ๆ พบความน่าสนใจว่า กลุ่มที่มีแผนเดินทางพักค้างคืนในประเทศ ในสัดส่วนมากที่สุดได้แก่ กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” กับกลุ่มสนุกรถจักรยานอย่าง “เรจิ้งเทคกาล” รวมถึงกลุ่ม “เรียนรู้อะไรสักอย่าง” (ร้อยละ 46.3 และร้อยละ 17.1 และร้อยละ 13.4 ตามลำดับ)

6.3.6 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง



แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง "วัตถุประสงค์" ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เมื่อวิเคราะห์วัตถุประสงค์การเดินทางเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิต พบว่ากลุ่ม “สะดวกปลอดภัยและทันสมัย” และกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อ “ไปเยี่ยมญาติ/เพื่อน” สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ อยู่บ้าง ซึ่งสอดคล้องได้กับคุณลักษณะทางภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายที่อายุมาก และเมื่อมีเศรษฐกิจดีขึ้น เมื่อถึงเวลาอันเหมาะสม ก็เริ่มอยากพบเพื่อนเก่าๆ ญาติมิตรเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามเหตุผลหลักๆ ในการเดินทางของทุกกลุ่มก็ยังคงเป็นการเดินทางไปเพื่อ “ท่องเที่ยวพักผ่อน” เหมือนกันทั้งหมด

6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	โดยรถส่วนตัว	โดยเช่ารถตู้	โดยรถทัวร์ทั่วไป	โดยเครื่องบิน	แบบมีไกด์นำเที่ยว
ครอบครัวสำคัญ	82.5	26.1	11.9	2.3	6.6
เรจรีนเทศกาล	78.3	33.0	13.0	1.7	5.2
เรียนรู้คู่กระแส	88.8	16.3	16.3	6.1	15.3
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	89.3	48.0	4.0	5.3	8.0
เพื่อเพื่อนและแฟน	82.5	25.0	7.5	2.5	2.5
อนุรักษ์นิยม	89.2	27.0	13.5	0.0	8.1
บุกเบิกค้นหา	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0

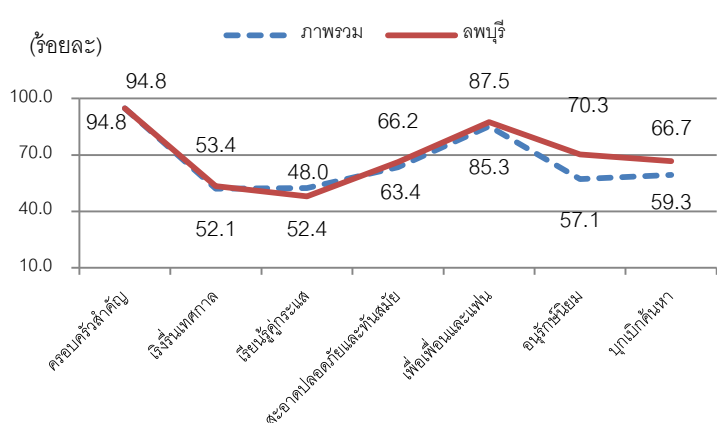
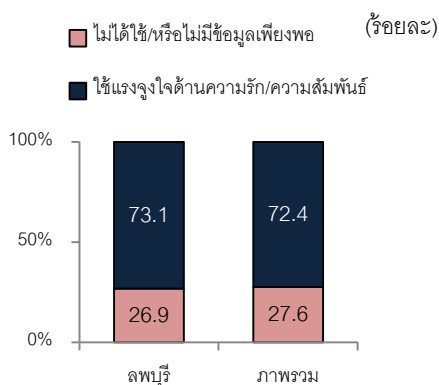
ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

ในส่วนของพาหนะที่จะใช้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ จำแนกเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิตนั้นพบว่ารถยนต์ส่วนตัวยังคงเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมเลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับทุกกลุ่มวิถีชีวิต โดยเฉพาะกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” ส่วนกลุ่มวิถีชีวิต “เรียนรู้คู่กระแส” นั้น พาหนะรถโดยสาร รถทัวร์ทั่วไปก็ยังคงเป็นกระบวนการขนส่งที่สำคัญสำหรับกลุ่มนี้

อย่างไรก็ตามเห็นแนวโน้มที่เด่นชัดว่าการเลือกใช้พาหนะรถตู้เช่าเหมาคัน และการเดินทางแบบทัวร์มีไกด์นำเที่ยว ได้รับความนิยมมากในหลายกลุ่มวิถีชีวิต

6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์

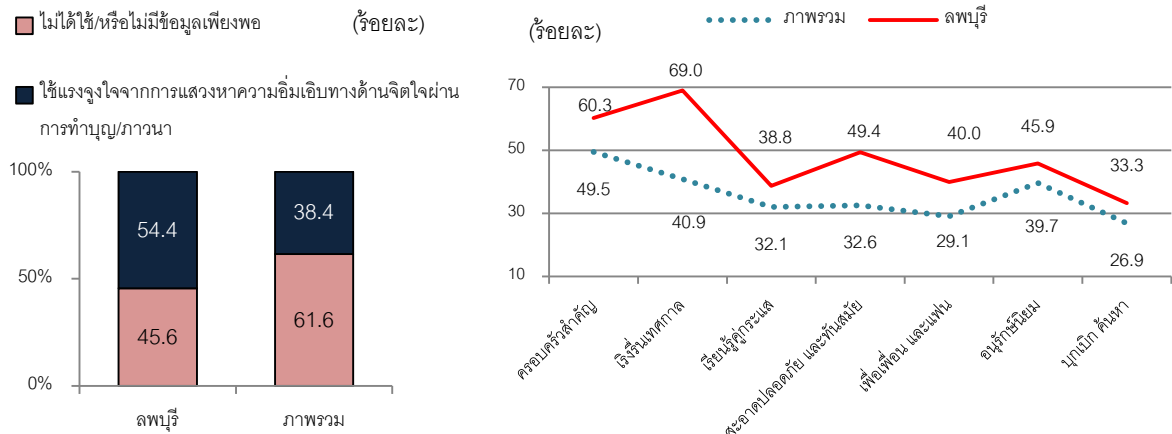


แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์

กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีในสัดส่วนประมาณ 3 ใน 4 ส่วน (ร้อยละ 73.1) ที่ตระหนักว่าตนได้ใช้ “แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์” เป็นแรงผลักดันส่วนหนึ่งให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม หากพิจารณาเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิต พบแนวโน้มการใช้ “แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์” เป็นแรงผลักดันสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต ไม่มีความแตกต่างกับภาพรวมของคนไทยทั้งประเทศมากนัก อย่างไรก็ตามกลุ่มวิถีชีวิต “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 94.8) และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” (ร้อยละ 87.5) รวมถึงกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” (ร้อยละ 70.3) เป็นกลุ่มหลักที่ใช้การเสริมสร้างความรักเป็นพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างโดดเด่นและแตกต่างกับกลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ

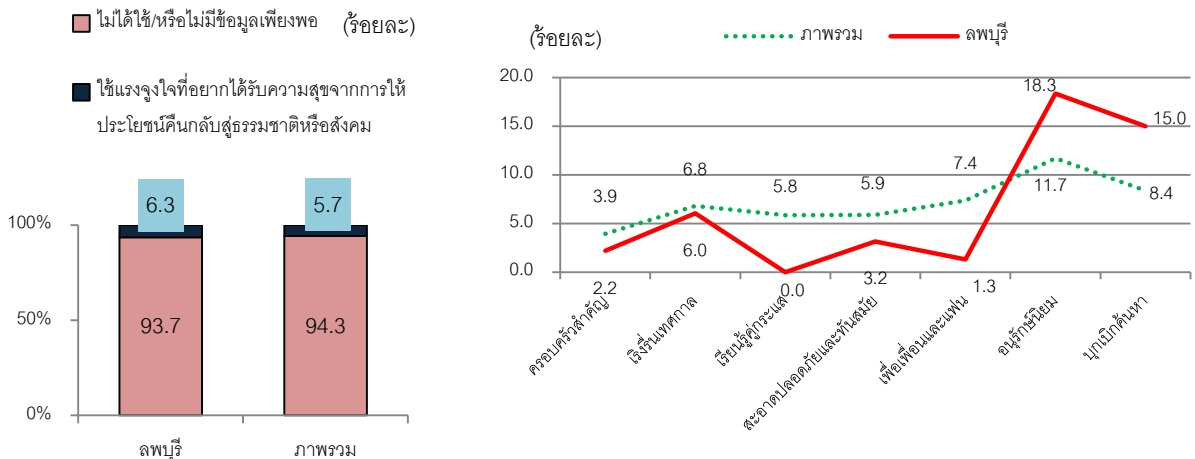
6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางด้านจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา



แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางด้านจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา

กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้แรงจูงใจด้าน “แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางด้านจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา” (ร้อยละ 54.4) ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มเป้าหมายในภาพรวมเป็นอย่างมาก (ร้อยละ 38.4) โดยเฉพาะจากกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 60.3) และ “วัยเรียนเทศกาล” (ร้อยละ 69.0) ซึ่งสำหรับผู้เดินทางชาวลพบุรีทั้งสองนี้มีแนวโน้มใช้แรงจูงใจส่วนนี้สูงกว่าภาพรวมอยู่มาก

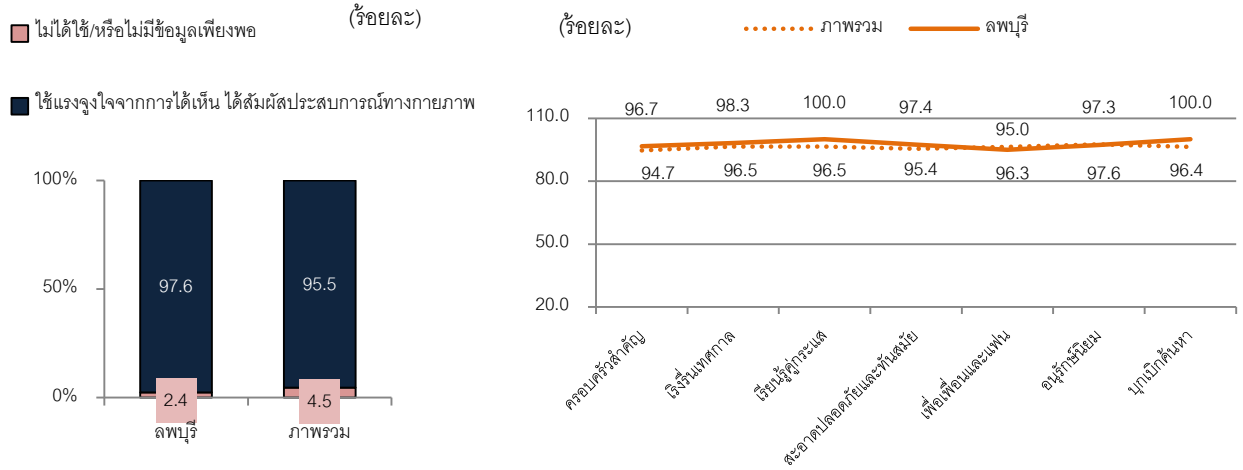
6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม



แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม

กลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ใช้แรงจูงใจด้านการ “ให้” เป็นจุดตั้งต้นของการท่องเที่ยวยังมีสัดส่วนไม่สูงนัก (ร้อยละ 6.3) แต่เป็นที่น่าสนใจว่า นอกจากกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” เป็นกลุ่มวิถีชีวิตหลักที่เน้นการท่องเที่ยวด้วยแรงจูงใจประเภทนี้ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ (ร้อยละ 18.3)

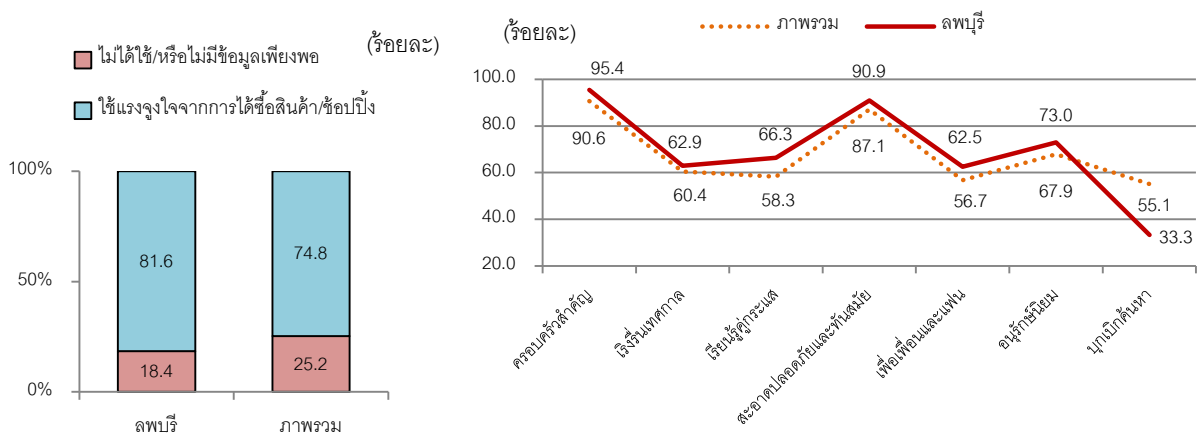
6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ

สัดส่วนกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวลพบุรีที่ใช้ “แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว” เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 97.6 และสูงอย่างสม่ำเสมอในเกือบทุกกลุ่มวิถีชีวิตไม่แตกต่างไปจากภาพรวมเช่นเดียวกัน ซึ่งหมายถึงทุกคนทุกกลุ่มของผู้เดินทางชาวลพบุรีใช้ “แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว” ทั้งสิ้น และอย่างเท่าเทียม

6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง



แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง

สัดส่วนกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ “แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง” มีสัดส่วนสูงพอสมควร (ร้อยละ 81.6) สูงกว่าภาพรวม (ร้อยละ 74.8) อยู่เล็กน้อย โดยเฉพาะต่อกิจกรรมชีวิตหลักอย่าง “ครอบครัวสำคัญ” (ร้อยละ 95.4) และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (ร้อยละ 90.9)

6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจ เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวลพบุรี

จากการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มประเภทแหล่งท่องเที่ยว (โดยแสดงรายละเอียดในบทที่ 10.1 ของรายงานฉบับสมบูรณ์) พบว่าสามารถจัดกลุ่มสินค้าที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตในแต่ละพื้นที่ โดยมีการประยุกต์ใช้วิธีการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจด้วยเนื้อหาการสื่อสาร (Key Message Content) สำหรับแต่ละกลุ่ม ดังนี้

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและ Key Message
Once in a Lifetime – ประเภททะเลที่มีระยะทางไกล เช่น ภูเก็ต กระบี่	- ครอบครัวสำคัญ - สะอาดปลอดภัยทันสมัย	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และ ความรัก - เช่น ครั้งหนึ่งชีวิตกับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ โดยไม่ต้องรอให้สายเกินไป
Once in a Lifetime – ประเภททะเลที่มีระยะทางไม่ไกล เช่น ชลบุรี ระยอง	- ครอบครัวสำคัญ - เจริญเทศกาล - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และ ความรัก - เช่น เสริมสร้างความสัมพันธ์และสนุกสนานกับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ที่ไม่ต้องใช้จ่ายสูงมาก
Spiritual Destination	- เจริญเทศกาล - ครอบครัวสำคัญ - อนุรักษ์นิยม	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และการขอพร - เช่น อิ่มเอิบ อบออุ่น กับแหล่งบุญใกล้บ้าน (เช่น อโยธยา เพชรบูรณ์)
Once in a Lifetime กับ Unseen Nature – ประเภทธรรมชาติ	- เรียนรู้คู่กระแส - เพื่อเพื่อนและแฟน - บุกเบิกค้นหา	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และ ความรัก - เช่น ทำทายและแปลกใหม่ กับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ
Trendy Place	- เรียนรู้คู่กระแส - สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น - เช่น ค้นหาความแตกต่างและไม่เหมือนใครกับแหล่งช้อปปิ้งในกรุงเทพฯ
Eco/Culture Destination	- อนุรักษ์นิยม - เรียนรู้คู่กระแส	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และการให้ - เช่น เขาคือ เขาใหญ่ ด้วยใจรักธรรมชาติ
Educational Destination	- อนุรักษ์นิยม - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และความรัก - เช่น กรุงเทพฯ ที่น่าศึกษา
City of Joy	- ครอบครัวสำคัญ - สะอาดปลอดภัยทันสมัย - เพื่อเพื่อนและแฟน	ด้านความอยากรู้ อยากเห็น และด้านความอยากได้/อยากซื้อสินค้า - เช่น ช้อปปิ้งทันสมัยใน กรุงเทพฯ หรือ พัทยา

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและKey Message
Man-made Destination	<ul style="list-style-type: none"> - ครอบครัวสำคัญ - เริงรื่นเทศกาล - เรียนรู้คู่กระแส 	<p>ด้านความอยากรู้อยากเห็น</p> <ul style="list-style-type: none"> - เช่น เชื้อนป่าสักชลสิทธิ์ โครงการพระราชดำริ บนแนว น้ำป่าสักที่ต้องสัมผัสสักครั้งในชีวิต

ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวลพบุรี

ผลสรุปในส่วนนี้ กล่าวได้ว่าหากต้องการกระตุ้น (ส่งออก) ผู้เดินทางชาวลพบุรีให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยววันนั้น กลุ่มวิถีชีวิตที่น่าสนใจ ได้แก่ กลุ่ม "ครอบครัวสำคัญ" ส่วนหนึ่ง เนื่องจากเป็นกลุ่มวิถีชีวิตที่มีขนาดใหญ่ และกระจายครอบคลุมทั่วถึงทั้งในเขตเมืองและอำเภอรอบนอก โดยใช้การกระตุ้นแรงจูงใจ การพักผ่อน พร้อมได้ประสบการณ์แปลกใหม่และกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัวเป็นแรงบันดาลใจเบื้องต้น กับอีกส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นตามลักษณะวิถีชีวิตที่แตกต่างของเขตเมืองกับอำเภอรอบนอก ได้แก่ กลุ่ม "เริงรื่นเทศกาล" ที่เน้นความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวผสมผสานไปกับการแวะสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการต่อสู้ชีวิต รวมถึงกลุ่ม "เรียนรู้คู่กระแส" ที่พัฒนาขึ้นมาจากความเจริญที่ผ่านการเข้ามาทางวงจรของอุตสาหกรรมเกษตรที่มีโรงงานจำนวนมากในเขตรอบๆ นั้น แสดงความสนใจอย่างยิ่งกับการได้รับรู้ความแปลกใหม่ที่มีสีสันและน่าติดตามของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล