

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

PHILIPPINES



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



In-Touch Research & Consultancy Co., Ltd.

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	i
วัตถุประสงค์	ii
วิธีการวิจัย	ii
นิยามศัพท์	vi
บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ	1-1
1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์	1-1
1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์	1-3
1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม	1-5
1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	1-6
1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	1-11
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	2-1
2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ	2-2
2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว	2-4
2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว	2-5
2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง	2-6
2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	2-8
2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันหยุด	2-8
2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม	2-10
2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์	2-12
2.9 ทักษะ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน	2-13
บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ	3-1
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว	3-1
3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม	3-6
3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-8
3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	3-11
บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว Tourists Segmentation	4-1
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	4-1
4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	4-3
4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง	4-4
บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว	5-1
5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-3
5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์	5-4
บทที่ 6 นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด	6-1
6.1 ผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”	6-1
6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”	6-7
6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่	6-13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7 กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์	7-1
7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์	7-1
7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์	7-2
7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	7-4
7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ	7-11
ภาคผนวก ก ตารางสถิติ	ก-1
ภาคผนวก ข เอกสารอ้างอิง	ข-1
บรรณานุกรม	

สารบัญแผนภูมิภาพ

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1.1 ปีรามิดประชากรฟิลิปปินส์ ปี 2556	1-3
แผนภูมิภาพที่ 1.2 แสดงสัดส่วนเชื้อชาติของฟิลิปปินส์	1-4
แผนภูมิภาพที่ 1.3 แสดงสัดส่วนการนับถือศาสนาของฟิลิปปินส์	1-4
แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของฟิลิปปินส์ และอัตราการเติบโต ปี 2548-2555	1-7
แผนภูมิภาพที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปี และอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555	1-8
แผนภูมิภาพที่ 1.6 อัตราการว่างงานของประเทศฟิลิปปินส์ ปี 2548-2555	1-9
แผนภูมิภาพที่ 1.7 แสดงสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของฟิลิปปินส์	1-11
แผนภูมิภาพที่ 1.8 แสดงสถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวฟิลิปปินส์	1-12
แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วน และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-1
แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-2
แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-2
แผนภูมิภาพที่ 2.4 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-3
แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์	2-4
แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์	2-5
แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-6
แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์	2-7
แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทาง	2-7
แผนภูมิภาพที่ 2.10 แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-8
แผนภูมิภาพที่ 2.11 แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์	2-8
แผนภูมิภาพที่ 2.12 แสดงสัดส่วนระยะเวลาพำนักค้างคืนในการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-9
แผนภูมิภาพที่ 2.13 แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	2-10
แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่นิยมทำกิจกรรมสถานที่ทางประวัติศาสตร์และการช้อปปิ้ง	2-11
แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่นิยมทำกิจกรรมเที่ยวชมอาหารท้องถิ่น และกิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	2-11
แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์	2-13
แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ	2-14
แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ	2-15
แผนภูมิภาพที่ 2.19 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น	2-16
แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม	3-2
แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์และการสื่อสาร	3-3
แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ	3-4
แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ	3-5

สารบัญแผนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-6
แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-7
แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	3-10
แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	3-11
แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบกับระหว่างนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน	3-12
แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์	4-1
แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพเปรียบเทียบกับระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์	4-3
แผนภูมิภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)	4-4
แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์	5-1
แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กับภาพรวมทั้งอาเซียน	5-2
แผนภูมิภาพที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-3
แผนภูมิภาพที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์	5-4
แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์	6-3
แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวฟิลิปปินส์ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์กลุ่มศักยภาพสูง	6-6

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตการปกครอง	1-2
ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของฟิลิปปินส์	1-6
ตารางที่ 1.3 แสดงสัดส่วนการกระจายรายได้แยกตามระดับเศรษฐกิจฐานะ ปี 2552	1-10
ตารางที่ 1.4 แสดงสถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์	1-11
ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์	2-12
ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมืองของประเทศฟิลิปปินส์	6-13
ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	7-1

สารบัญตาราง

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

บทนำ

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

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



ความหมายของ “การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ” คือ การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้จ่าย ในระหว่างการเดินทางมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึง การตั้งสมมติฐานที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พัฒนาคุณภาพ พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม ทั่วไปอีกด้วยนั้น ทำให้ต้องการข้อมูลในมิติต่างๆ มาเพื่อใช้งานแผน กลยุทธ์ที่เหมาะสม สำหรับดำเนินงานผ่านเครื่องมือทางการตลาด และช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการ ส่งข่าวสารที่มีสาระ เหมาะสม ตรงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ประเทศไทย รวมทั้งใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ นำรายได้เข้าสู่ ประเทศเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

การดำเนินงานของบริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี ร่วมกับพันธมิตร อันได้แก่ บริษัท Young & Rubicam และบริษัท RH International ภายใต้การติดตามดูแลสนับสนุนของ ผู้สังเกตการณ์จาก ททท. ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ทั้งในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ (การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิง ลึก) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งในภาพรวมกล่าวได้ว่าแล้วเสร็จสมบูรณ์ตามแผนการที่ได้กำหนดไว้เป็น อย่างดี ทั้งยังได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลที่เน้นแนวทางคัดกรอง “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” และข้อเสนอ ทิศทางการตลาดสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเพื่อสร้างให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการกำหนดทิศทาง แผนการดำเนินงานปี 2557 ของผู้เกี่ยวข้องได้อย่างทันการ อีกทั้งยังเป็นการช่วยกระตุ้นการเรียนรู้ และ แลกเปลี่ยนข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในส่วนอื่นๆ

นอกจากนั้น การนำเสนอผลในรายงานฉบับสมบูรณ์ของประเทศฟิลิปปินส์นี้ ยังได้จำแนก นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ออกเป็นกลุ่มย่อยที่เหมาะสมกับแผนการตลาดอย่างจำเพาะเจาะจง รวมถึงนำเสนอ แผนการทำงานแบบเบ็ดเสร็จ (Implementation Plan) เพื่อใช้เป็นกรอบต้นแบบการดำเนินงานสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

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

วิธีการวิจัย

1. วิธีการที่ 1 การวิจัยเอกสาร

เป็นการค้นคว้า ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานสถิติ เอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลในเว็บไซต์ โดยหาแหล่งข้อมูลทั้งจากในประเทศไทยและจากต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับการวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาในส่วนอื่นๆ

2. วิธีการที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ (เว้นประเทศไทย) โดยแสดงรายละเอียดเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์ในส่วนถัดไป



2.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง

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

2.2 การกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มเลือก (Sampling Method)

ใช้กฎเกณฑ์การคำนวณขนาดหน่วยตัวอย่าง ด้วยวิธีการมาตรฐานของ Yamane* (ตรวจสอบร่วมกับการใช้ตาราง Krejcie & Morgan**) ภายใต้กรอบแนวคิด และการพิจารณาตามสมมติฐานในภาพรวมของทุกประเทศในภูมิภาคอาเซียน ดังนี้

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

สามารถกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างสำหรับการวิจัยภาคสนามที่เหมาะสม และวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง เป็นรายประเทศ และรายเมืองได้ ดังนี้

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

* เป็นข้อเสนอให้ปรับลดระดับความเชื่อมั่นลงเป็นมากกว่าร้อยละ 90 เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนไม่มาก หรือมีสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมีจำนวนไม่มาก

3. วิธีการที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

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

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

3.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้กำหนดคุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างในส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกไว้ดังนี้

รูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ทัวร์เอเจนต์	กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ และ FIT
<ul style="list-style-type: none"> ■ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ■ เป็นเจ้าของหรือผู้บริหารที่มีประสบการณ์การค้าเนิการกิจการบริษัททัวร์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ■ จำหน่ายทัวร์มาประเทศไทยร่วมด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> ■ อายุตั้งแต่ 20 - 45 ปี ■ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ■ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ■ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น ■ วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด ไม่ใช้ความช่วยเหลือใดๆ จากบริษัททัวร์

3.2 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสนทนากลุ่ม

รูปแบบการสนทนากลุ่ม

กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงต้น	นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงปลาย
<ul style="list-style-type: none"> ▪ อายุตั้งแต่ 25-40 ปี ▪ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ▪ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ▪ <u>เศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ อายุตั้งแต่ 45-60 ปี ▪ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ของประเทศนั้นๆ ▪ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ▪ <u>เศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น</u>

3.3 ช่วงเวลา และผลการเก็บข้อมูลในประเทศฟิลิปปินส์

วันที่	รายละเอียดการดำเนินงาน	จำนวนที่กำหนด	จำนวนที่ได้
19 มิ.ย.- 10 ก.ค. 2556	งานภาคสนาม	รวมจำนวน 1,200 ราย	รวมจำนวน 1,200 ราย
	Manila	400 ราย	400 ราย
	Davao City	400 ราย	400 ราย
9 ก.ค. 2556	การสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว	จำนวน 2 ราย	จำนวน 2 ราย
9 ก.ค. 2556	การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัททัวร์	จำนวน 2 ราย	จำนวน 2 ราย

นิยามศัพท์

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

หมายเหตุ: ใช้การเรียงประเทศตามลำดับอักษรภาษาไทย เว้นเฉพาะเป็นการเรียงตามลำดับปริมาณ หรือความถี่ ซึ่งจะถูกระบุแยกไว้เป็นกรณีไปได้ตาราง

บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ ประเทศฟิลิปปินส์



1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of the Philippines) มีพื้นที่ 298,170 ตารางกิโลเมตร¹ หรือประมาณ 3 ใน 5 ของไทย ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่มากถึง 7,107 เกาะ ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก ห่างจากแผ่นดินใหญ่ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 100 กิโลเมตร เป็นประเทศที่มีพรมแดนทางทะเลที่ติดต่อกันยาวมากที่สุดในโลก

ที่ตั้งของฟิลิปปินส์ ทิศเหนือติดกับทะเลชวอน ทิศใต้ติดกับทะเลมินดาเนา ทิศตะวันออกติดกับมหาสมุทรแปซิฟิก ทิศตะวันตกติดกับทะเลจีนใต้

ลักษณะภูมิประเทศของฟิลิปปินส์เป็นหมู่เกาะของเทือกเขาหินใหม่ พื้นที่ทุกเกาะมีภูเขาเป็นแกนกลาง มีที่ราบอยู่น้อย ส่วนใหญ่เป็นที่ราบแคบๆ โดยมีที่ราบมะนิลาทางตอนกลางของเกาะ ลูซอน เป็นที่ราบที่ใหญ่ที่สุด

ส่วนหมู่เกาะหลักที่สำคัญ ได้แก่ หมู่เกาะลูซอน (Luzon) ทางตอนเหนือของประเทศ หมู่เกาะวิซายา (Visayas) ทางตอนกลางของประเทศ และหมู่เกาะมินดาเนา (Mindanao) ทางตอนใต้ของประเทศ

ฟิลิปปินส์แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 17 เขต ยกเว้นเขตนครหลวง มีเขตปกครองพิเศษ คือ เมโทรมะนิลา (Metro Manila)



¹ สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงมะนิลา, “ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐฟิลิปปินส์”. (online).

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตการปกครอง

ภูมิภาค/รัฐ	เมืองหลัก	จำนวนประชากร
National Capital Region (เรียกรวมกันว่ากรุงมะนิลา)	Quezon City	2,761,720
	Manila City	1,652,171
	Caloocan	1,489,040
	Pasig	669,773
	Taguig	644,473
Davao Region	Davao City	1,449,296
Central Visayas	Cebu City	866,171
	Negros Oriental	1,286,666
Zamboanga Peninsula	Zamboanga City	807,129
CALABARZON	Cavite	3,090,691
Northern Mindanao	Agayan de Oro	602,088
Bicol Region	Camarines Sur	1,822,371

ที่มา: National Statistics Office, 2010 Census of Population and Housing



ชาวฟิลิปปินส์อายุระหว่าง
15-64 ปี ถือเป็นประชากร
ส่วนใหญ่ของประเทศ
(ร้อยละ 61.5)

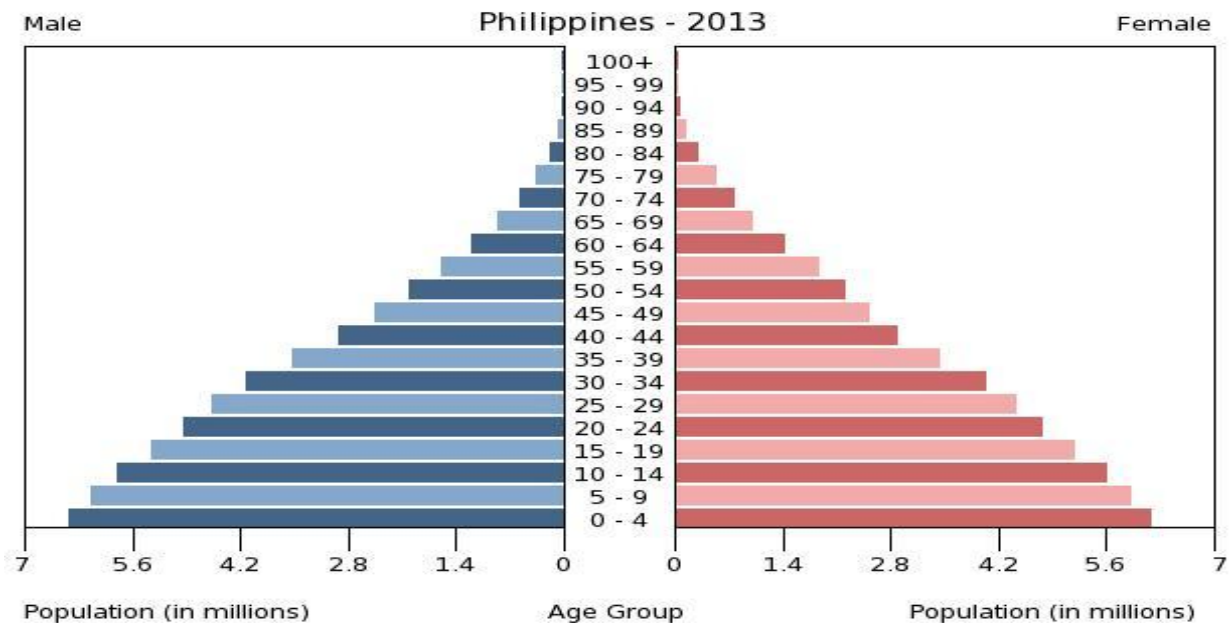
1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ประเทศฟิลิปปินส์มีประชากรทั้งสิ้น 105,720,644 คน โครงสร้างประชากรเพศชาย และหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน เป็นเพศชายจำนวน 52,944,161 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0 เพศหญิง 52,776,483 คน ร้อยละ 49.9 และมีประชากรวัยแรงงาน อายุระหว่าง 15-64 ปี ทั้งหมด 65,086,571 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5

สัดส่วนของประชากรอายุระหว่าง 0-14 ปี ร้อยละ 34.0 เป็นเพศชาย 18,339,398 คน เพศหญิง 17,607,472 คน อายุระหว่าง 15-24 ปี ร้อยละ 19.1 เป็นเพศชาย 10,259,385 คน เพศหญิง 9,896,090 คน อายุระหว่าง 25-54 ปี ร้อยละ 36.8 เป็นเพศชาย 19,550,257 คน เพศหญิง 19,369,177 คน อายุระหว่าง 55-64 ปี ร้อยละ 5.7 เป็นเพศชาย 2,772,003 คน เพศหญิง 3,239,659 คน และประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนร้อยละ 4.4 เป็นเพศชาย 2,023,118 คน และเพศหญิง 2,664,085 คน

สำหรับอัตราความเป็นเมือง (Urbanization) พบว่าประเทศฟิลิปปินส์มีอัตราความเป็นเมืองร้อยละ 48.8 และคาดว่าในปี 2015 ประเทศฟิลิปปินส์จะมีอัตราความเป็นเมืองเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50.9²

แผนภูมิภาพที่ 1.1 พีรามิดประชากรฟิลิปปินส์ ปี 2556

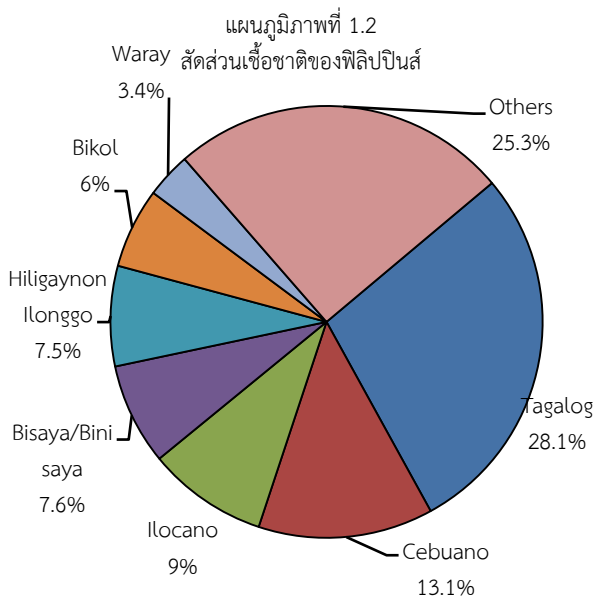


ที่มา : The U.S. Census Bureau. International Database. "Population Pyramid Graph - Custom Region - Philippines", 2013

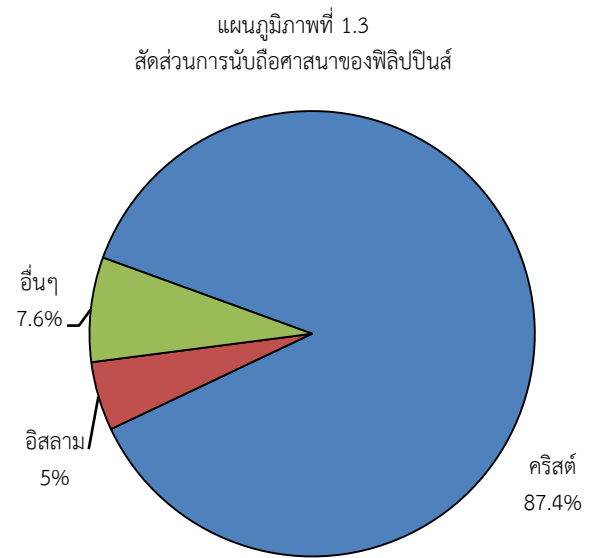
² index mundi. "Philippines Demographics Profile". (online).

ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ประกอบด้วยประชากรจากหลากหลายเชื้อชาติ/ชนเผ่า ประชากรฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ร้อยละ 28.1 เป็นชาว Tagalog รองลงมา ได้แก่ Cebuano ร้อยละ 13.1 Ilocano ร้อยละ 9.0 Bisaya/Binisaya ร้อยละ 7.6 Hiligaynon Ilonggo ร้อยละ 7.5 Bikol ร้อยละ 6.0 Waray ร้อยละ 3.4 และอื่นๆ อีกร้อยละ 25.3

สำหรับศาสนา พบว่าฟิลิปปินส์เป็นประเทศเดียวในกลุ่มอาเซียนที่มีประชากรนับถือศาสนาคริสต์มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 87.4 แบ่งเป็นคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก ร้อยละ 80.9 นิกาย Aglipayan ร้อยละ 2 และนิกายอื่นๆ อีกร้อยละ 4.5 ที่เหลือนับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 5 และอื่นๆ อีกร้อยละ 7.6



ที่มา: index mundi. Philippines Demographics Profile, 2013



ที่มา: index mundi. Philippines Demographics Profile, 2013

1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม

1.3.1 การเมืองการปกครอง

ฟิลิปปินส์ เคยเป็นอาณานิคมของสเปน และสหรัฐอเมริกา ได้รับเอกราชเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2489 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงจัดการปกครองตามแบบสหรัฐอเมริกา ในระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ มีประธานาธิบดีเป็นประมุขและเป็นหัวหน้าฝ่ายบริหาร ประธานาธิบดีมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน อยู่ในตำแหน่งวาระละ 6 ปี ดำรงตำแหน่งได้ไม่เกิน 1 วาระ

รัฐบาลภายใต้การบริหารงานของประธานาธิบดี เบนิกโน เอส อากีโนที่ 3 มุ่งให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบบริหารประเทศ เพื่อปราบปรามการฉ้อราษฎร์บังหลวง และขจัดความยากจน จึงได้รับความนิยมจากประชาชน และมีสถานะความมั่นคงทางการเมืองสูง ทั้งนี้ รัฐบาลมีมาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การสร้างมาตรฐานกฎระเบียบด้านงบประมาณ การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบข้าราชการพลเรือน และการปรับปรุงระบบการศึกษา นอกจากนี้ยังเน้นการส่งเสริมความร่วมมือกับการต่อต้านการก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การระบาดของโรคติดต่อ การฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจ และการสร้างพลังประชาคมระหว่างประเทศในทุกภาคส่วน เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาสู่สหัสวรรษ (Millennium Development Goals 3 MDG) ภายใน พ.ศ. 2558³



1.3.2 วัฒนธรรม

ฟิลิปปินส์เป็นประเทศเดียวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของตะวันตกก่อนจะได้มีโอกาสพัฒนาวัฒนธรรมของตัวเอง วัฒนธรรมฟิลิปปินส์ จึงมีส่วนคล้ายคลึงกับประเทศในลาตินอเมริกา นิยมแต่งกายชุดประจำชาติในช่วงเทศกาล ผู้ชายจะสวมเสื้อมีลายปัก ด้านหน้าและข้อมือ เสื้อปล้อยชายนอกกางเกง ผู้หญิงนุ่งกระโปรงยาว สวมเสื้อแขนสั้นจับจีบไหล่ตั้งนิยมรับประทานข้าว และเนื้อไก่ อาหารมักมีรสออกหวาน มีไขมันมาก และไม่มีรสเผ็ด ประชาชนแบ่งออกเป็นชุมชนทางเชื้อชาติ และภาษาที่แตกต่างกัน มีการใช้ภาษามากกว่า 170 ภาษา โดยส่วนมากเกือบทั้งหมดนั้นเป็นตระกูลภาษาย่อยมาลาโย-โพลินีเซียนตะวันตก แต่ในปี พ.ศ. 2530 รัฐธรรมนูญได้ระบุให้ภาษาฟิลิปปินและภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการ ส่วนภาษาต่างประเทศอื่นๆ ที่ใช้กันมากในประเทศฟิลิปปินส์ มีทั้งหมด 8 ภาษา ได้แก่ ภาษาสเปน ภาษาจีนฮกเกี้ยน ภาษาจีนแต้จิ๋ว ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาซินด์ ภาษาปัญญาบ ภาษาเกาหลี และภาษาอาหรับ โดยมีภาษาตากาล็อกเป็นภาษาประจำชาติ

³ กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: ฟิลิปปินส์”. (online)

1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

1.4.1 ภาพรวมเศรษฐกิจ

ฟิลิปปินส์มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นลำดับที่ 5 ในอาเซียน รองจากอินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย และ สิงคโปร์ ปี 2555 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมูลค่า 250 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีจำนวนประชากรเป็นอันดับ 2 ในอาเซียน รองจากอินโดนีเซีย จุดเด่นประการสำคัญของฟิลิปปินส์ คือ เป็นประเทศที่มีแรงงานที่มีทักษะแต่ค่าจ้างต่ำ และมีทรัพยากรธรรมชาติมาก อาทิ ทองแดง ทองคำ เงิน โครเมียม และนิกเกิล โดยฟิลิปปินส์เป็นผู้ผลิตทองแดงรายใหญ่ที่สุดในอาเซียน และเป็น 1 ใน 10 ผู้ผลิตทองคำรายใหญ่ที่สุดของโลก

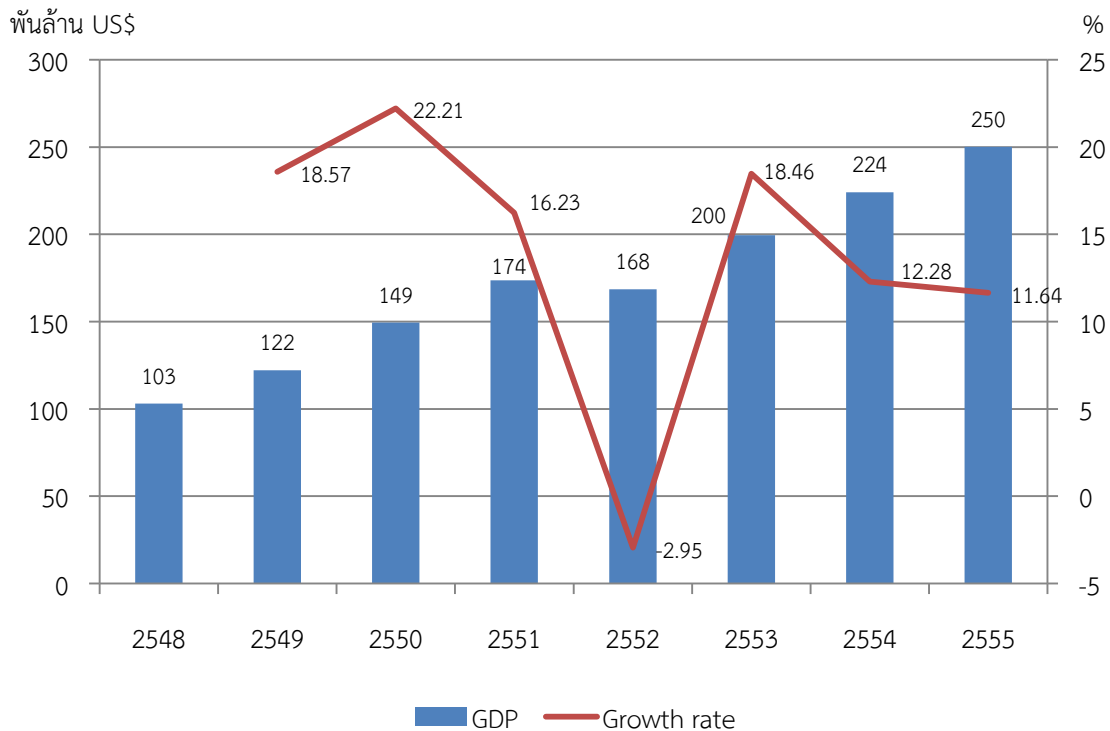
เศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมบริการ มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยประเภทธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจรับจ้าง การบริหารระบบธุรกิจการเงิน และอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ การเปิดเสรีอุตสาหกรรมบริการของอาเซียนอาจช่วยผลักดันเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ได้อีกด้วย

ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของฟิลิปปินส์

ตัวชี้วัด	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
Gross domestic product: GDP (Billion US\$)	103.07	122.21	149.36	173.60	168.49	199.59	224.10	250.18
GDP (% change)	..	18.57	22.21	16.23	-2.95	18.46	12.28	11.64
GDP per Capita (US\$)	1,209	1,405	1,684	1,918	1,851	2,155	2,379	2,612
GDP per Capita (% change)	..	16.24	19.82	13.93	-3.48	16.42	10.37	9.78
Inflation (%)	6.60	5.47	2.94	8.18	4.20	3.79	4.73	3.17
Unemployment rate (% to total labor force)	11.35	7.95	7.33	7.40	7.48	7.33	7.03	7.03

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

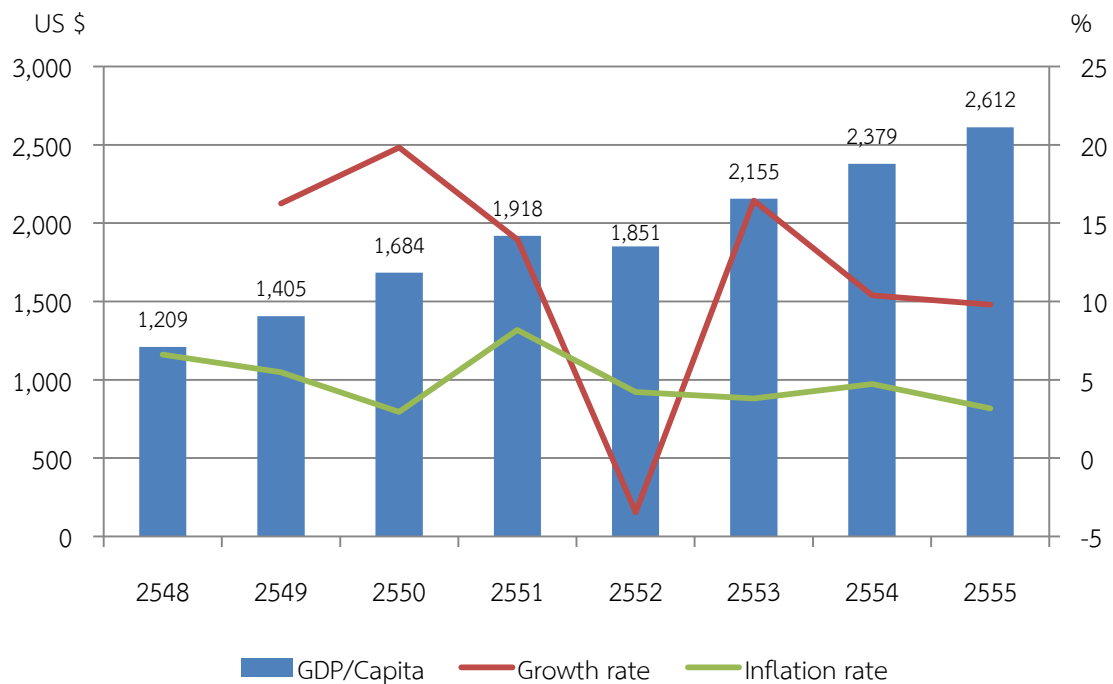
แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศของฟิลิปปินส์ และอัตราการเติบโต ปี 2548-2555



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

อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ เมื่อพิจารณาจากผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศ พบว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี ยกเว้นในปี 2552 ที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจทั่วโลก อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตดังกล่าวค่อนข้างจะมีความผันผวน เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการซึ่งมีส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ จำเป็นต้องพึ่งพาเศรษฐกิจจากภาคอุตสาหกรรมอื่นรวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกด้วย ซึ่งความผันผวนของเศรษฐกิจโลกย่อมมีโอกาที่จะส่งผลให้เศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ผันผวนตามไปด้วย

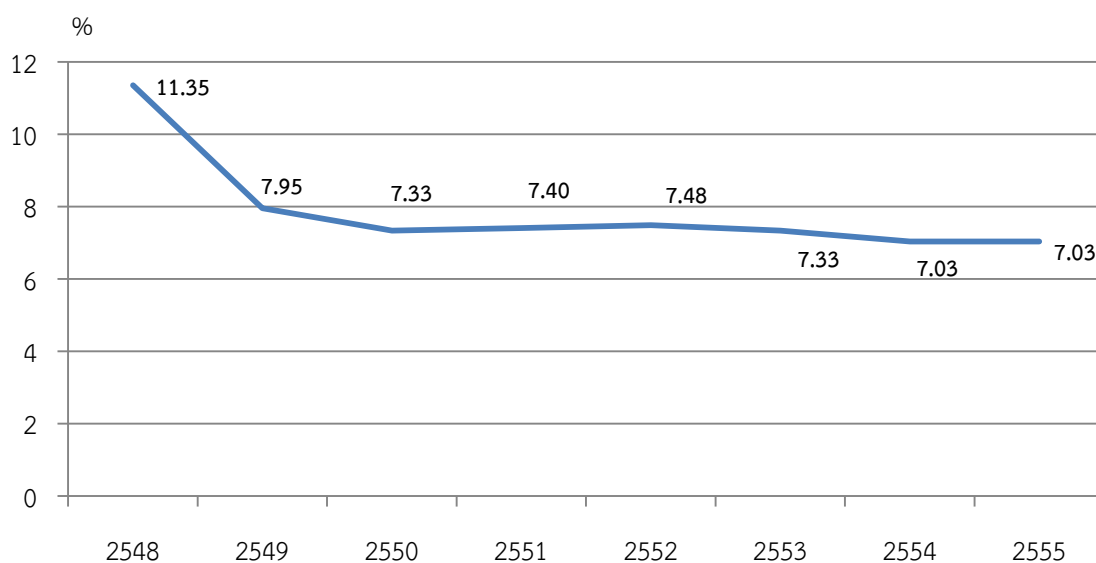
แผนภูมิที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปี และอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555



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

ในปี 2555 ประชากรฟิลิปปินส์มีรายได้ต่อหัว 2,612 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อปี สูงเป็นลำดับที่ 6 ในกลุ่มประเทศอาเซียน รองจากประเทศสิงคโปร์ บรูไน มาเลเซีย ไทย และอินโดนีเซีย ตามลำดับ ในช่วงเวลาที่ผ่านม้อัตราการเติบโตของรายได้ต่อหัวของชาวฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในอัตรามากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ยกเว้นในปี 2552 ที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลก ทำให้รายได้ต่อหัวของชาวฟิลิปปินส์ลดลงในปีดังกล่าว

แผนภูมิภาพที่ 1.6 อัตราการว่างงานของประเทศฟิลิปปินส์ ปี 2548-2555



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

ฟิลิปปินส์ได้มีการจัดทำแผนส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมภายใต้ชื่อ “Philippine Investments Promotional Plan: PIPP” และใช้เป็นแผนในการพัฒนาการตลาดในระยะกลางของประเทศ ในช่วงปี 2553-2557 ตามแผนดังกล่าวอุตสาหกรรมที่ได้รับส่งเสริมมีด้วยกัน 8 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร (Agro Industry) บริการธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ และบริการด้านโทรคมนาคม (Business Process Outsourcing Industry : BPO/IT Services) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) อุตสาหกรรมพลังงาน และการผลิตกระแสไฟฟ้า (Energy/Electricity) อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ (Logistics) อุตสาหกรรมเหมืองแร่ (Mining) อุตสาหกรรมต่อเรือ (Shipbuilding) และการท่องเที่ยว (Tourism) ซึ่งสามารถบ่งบอกถึงทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรม และโอกาสการลงทุนของนักลงทุนจากต่างประเทศด้วย

แผนภูมิภาพด้านบนแสดงให้เห็นถึงอัตราการว่างงานที่ลดลง และค่อนข้างมีเสถียรภาพ ซึ่งอาจสะท้อนถึงความสำเร็จของนโยบายข้างต้นได้ระดับหนึ่ง ทั้งนี้ อัตราการว่างงานในปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 7.03 ซึ่งลดลงอย่างมากจากอัตราร้อยละ 11.35 ในปี 2548

1.4.2 รายได้ครัวเรือน

การกระจายรายได้ของฟิลิปปินส์ไม่ค่อยดีนัก โดยกลุ่มประชากรที่อยู่ในระดับเศรษฐกิจฐานะดี (Class AB) มีอยู่เพียงร้อยละ 1 เท่านั้น และหากรวมกลุ่มประชากรในระดับ Class C จะมีจำนวนร้อยละ 10 ในขณะที่กลุ่มคนส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะปานกลางถึงต่ำ โดยประชากรกลุ่ม Class D มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 60 และกลุ่มประชากรที่มีระดับเศรษฐกิจฐานะต่ำที่สุด Class E มีสัดส่วนร้อยละ 30

ตารางที่ 1.3 สัดส่วนการกระจายรายได้แยกตามระดับเศรษฐกิจฐานะ ปี 2552

Class	รายได้เฉลี่ยต่อปี (PHP)	สัดส่วนประชากร
AB	1,857,000	1%
C	603,000	9%
D	191,000	60%
E	62,000	30%
รวม	206,000	100%

ที่มา: Social Weather Stations. “Family income distribution in the Philippines, 1985-2009”

กลุ่มประชากรที่มีศักยภาพเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชั้นคุณภาพ (High Value Tourist) น่าจะเป็นประชากรใน Class AB ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนเพียงร้อยละ 1 ของจำนวนประชากรทั้งหมด แต่จากจำนวนประชากรรวมของฟิลิปปินส์ที่มีมากกว่า 105 ล้านคน กลุ่มประชากร Class AB ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจในการทำตลาดท่องเที่ยวชั้นคุณภาพก็มีจำนวนมากกว่า 1 ล้านคน

จากข้อมูลข้างต้นเห็นได้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์อยู่ในสภาวะที่ดี จากพื้นฐานของทรัพยากรและแรงงานที่มีทักษะ แต่มีโอกาสเกิดความผันผวนได้สูง ถึงแม้รัฐบาลก็ได้มีนโยบายต่างๆ เพื่อกระตุ้นการลงทุนและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่การที่เศรษฐกิจส่วนใหญ่พึ่งพาเศรษฐกิจจากต่างประเทศ อาจทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวแบบแกว่งตัวได้ในอนาคต



1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.5.1 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์

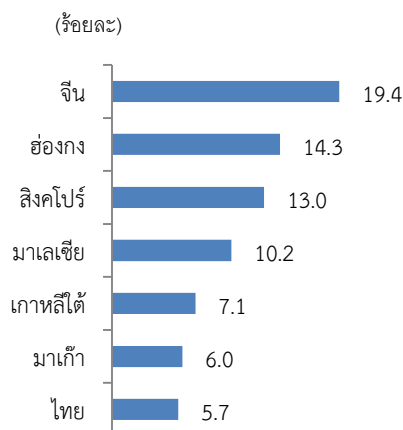
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงระหว่างปี 2548-2554 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีขนาดตลาดท่องเที่ยวในปี 2553-2554 ประมาณ 4,000,000 คน-ครั้ง

ตารางที่ 1.2 แสดงสถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์

ประเทศ	ฟิลิปปินส์												
	2548	2549		2550		2551		2552		2553		2554	
จีน	654,000	704,167	△	833,009	△	795,255	×	748,943	×	828,284	△	894,309	△
เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	391,049	454,036	△	552,942	△	568,540	△	563,750	×	603,030	△	659,829	△
สิงคโปร์	319,973	386,119	△	418,775	△	418,920	△	432,055	△	544,344	△	677,723	△
มาเลเซีย	178,961	211,123	△	327,140	△	397,884	△	447,470	×	486,790	△	362,101	×
เกาหลีใต้	222,655	248,262	△	263,799	△	276,710	△	271,962	×	297,452	△	337,268	△
เขตบริหารพิเศษมาเก๊า	93,878	176,246	△	256,190	△	282,951	△	247,459	×	247,770	△	268,710	△
ไทย	188,404	202,305	△	198,873	×	223,968	△	215,150	×	242,859	△	262,839	△
อื่นๆ	755,217	807,152	△	977,586	△	1,063,355	△	973,520	×	1,023,201	△	1,106,999	△
รวม	2,710,259	3,013,164	△	3,572,124	△	3,744,632	△	3,652,850	×	4,025,960	△	4,301,068	△

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนภูมิภาพที่ 1.7 สัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของฟิลิปปินส์

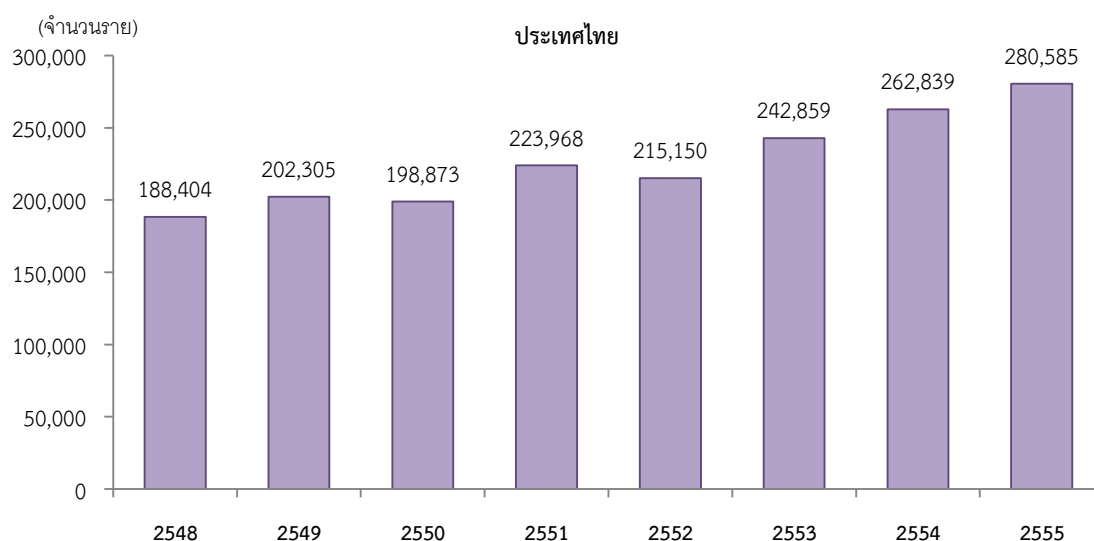


ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปีหลัง (2552-2554) พบว่าเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมลำดับ 5 แรกของชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมา คือ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศเกาหลีใต้ ในสัดส่วนร้อยละ 14.3 ร้อยละ 13.0 ร้อยละ 10.2 และร้อยละ 7.1 ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทย มีสัดส่วนร้อยละ 5.7

1.5.2 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวฟิลิปปินส์

แผนภูมิภาพที่ 1.8 แสดงสถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวฟิลิปปินส์



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2013

ประเทศไทยได้รับความสนใจเลือกเป็นเป้าหมายจากนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เป็นลำดับที่ 7 แม้ว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ก็ยังนับว่ามีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดตลาดนักท่องเที่ยวส่งออกของประเทศฟิลิปปินส์

1.5.3 เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยว

ฟิลิปปินส์	ร้อยละ	คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว (คน-ครั้ง)
Manila	75.3	220,898
Davao	2.6	7,627
Makati	2.2	6,454
Quezon City	1.5	4,400
Baguio	1.5	4,400
Angeles	1.1	3,227
Bayugan	1.1	3,227
Caloocan	1.1	3,227
อื่นๆ	13.6	39,897
รวม	100.0 (n=267)	293,357

ที่มา: โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2556

ในปี 2556 คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 293,357 คน-ครั้ง โดยพบว่าเมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยวสำคัญของประเทศฟิลิปปินส์มายังประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 75.3 ขณะที่มีการกระจายตัวไปยังเมืองขนาดใหญ่อื่นๆ มีอยู่อย่างกว้างขวาง แต่ยังมีสัดส่วนไม่สูง หรือสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศฟิลิปปินส์ที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือ เมืองดาเวา ร้อยละ 2.6 และเมืองมาคาตี ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ฟิลิปปินส์เป็นอีกชาติหนึ่งในอาเซียนที่ประชากรในสัดส่วนไม่สูงมากเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยหากพิจารณาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงเฉพาะ 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีสัดส่วนเพียงเท่ากับร้อยละ 6.2 ของประชากรทั้งประเทศ(หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 6,431,243 คน จากประชากรทั้งหมดทุกกลุ่มอายุจำนวน 103,775,002 คน)

แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



จากแผนภูมิภาพด้านบนเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางลงไป (สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 45 ปี มีถึงร้อยละ 73.4) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนประมาณ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป (ร้อยละ 73.0)

จากประมาณการขนาดตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์จำนวนกว่า 6 ล้านคนดังกล่าวนี้ มีนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ที่เดินทางด้วยความถี่ประมาณปีละครั้งขึ้นไป 198,677 ราย และในกลุ่มนี้มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยถึงปีละกว่า 5 ครั้งขึ้นไป 77,263 ราย (ที่มา: ตารางสัดส่วนความถี่ และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มความถี่ในภาคผนวก ข-2)

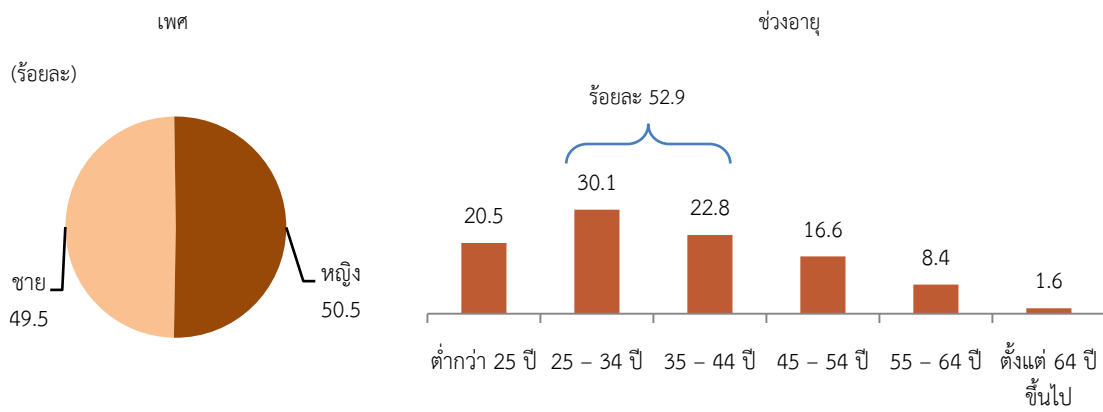
สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กล่าวได้ว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเพียง 106,724 คน-ครั้ง ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 280,585 ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2.5-3 เท่าในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา

2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.1.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

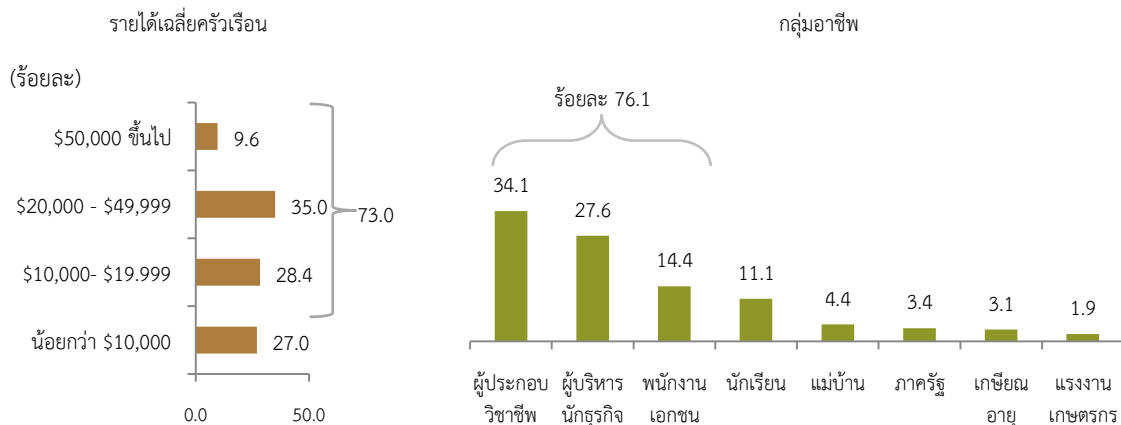
เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์กระจายตัวครอบคลุมทั้งเพศชาย และหญิง (ชาย ร้อยละ 49.5 หญิง ร้อยละ 50.5) โดยส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง อายุ 25-44 ปี รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 52.9 ขณะที่กลุ่มเยาวชนหรือวัยศึกษามีสัดส่วน ร้อยละ 20.5 กลุ่มคนวัยทำงานช่วงปลายอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 16.6 และกลุ่มวัยเกษียณ อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



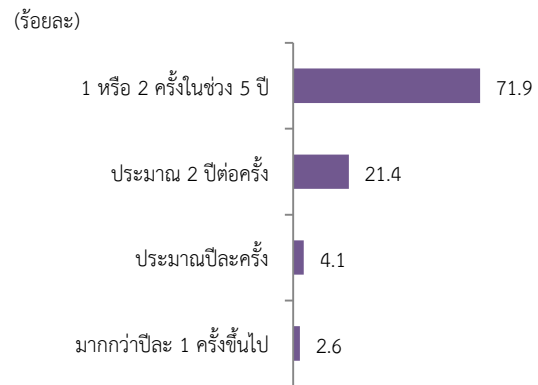
การพิจารณารายได้ครัวเรือน พบว่าประมาณ 3 ใน 4 (ร้อยละ 73.0) มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 10,000 เหรียญสหรัฐต่อปี (ประมาณ 25,000 บาทต่อเดือน) ขึ้นไป จำแนกเป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง (ตั้งแต่ \$10,000-\$19,999 ต่อปี) ร้อยละ 28.4 กลุ่มรายได้สูง (ตั้งแต่ \$20,000-\$49,999 ต่อปี) ร้อยละ 35.0 และรายได้สูงมาก (ตั้งแต่ \$50,000 ต่อปีขึ้นไป) ร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีพื้นฐานการศึกษาคดี และมีความเป็นอยู่ในสังคมในระดับที่ดี เห็นได้จากส่วนใหญ่ทำงานในเมืองเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ประกอบวิชาชีพเฉพาะ เช่น พยาบาล แพทย์ วิศวกร นักวิชาการ (ร้อยละ 34.1) ผู้บริหาร เจ้าของธุรกิจ (ร้อยละ 27.6) หรือกลุ่มพนักงาน เอกชน (ร้อยละ 14.4) ซึ่งเฉพาะ 3 กลุ่มอาชีพนี้ มีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 76.1 ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ทั้งหมด

2.1.2 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

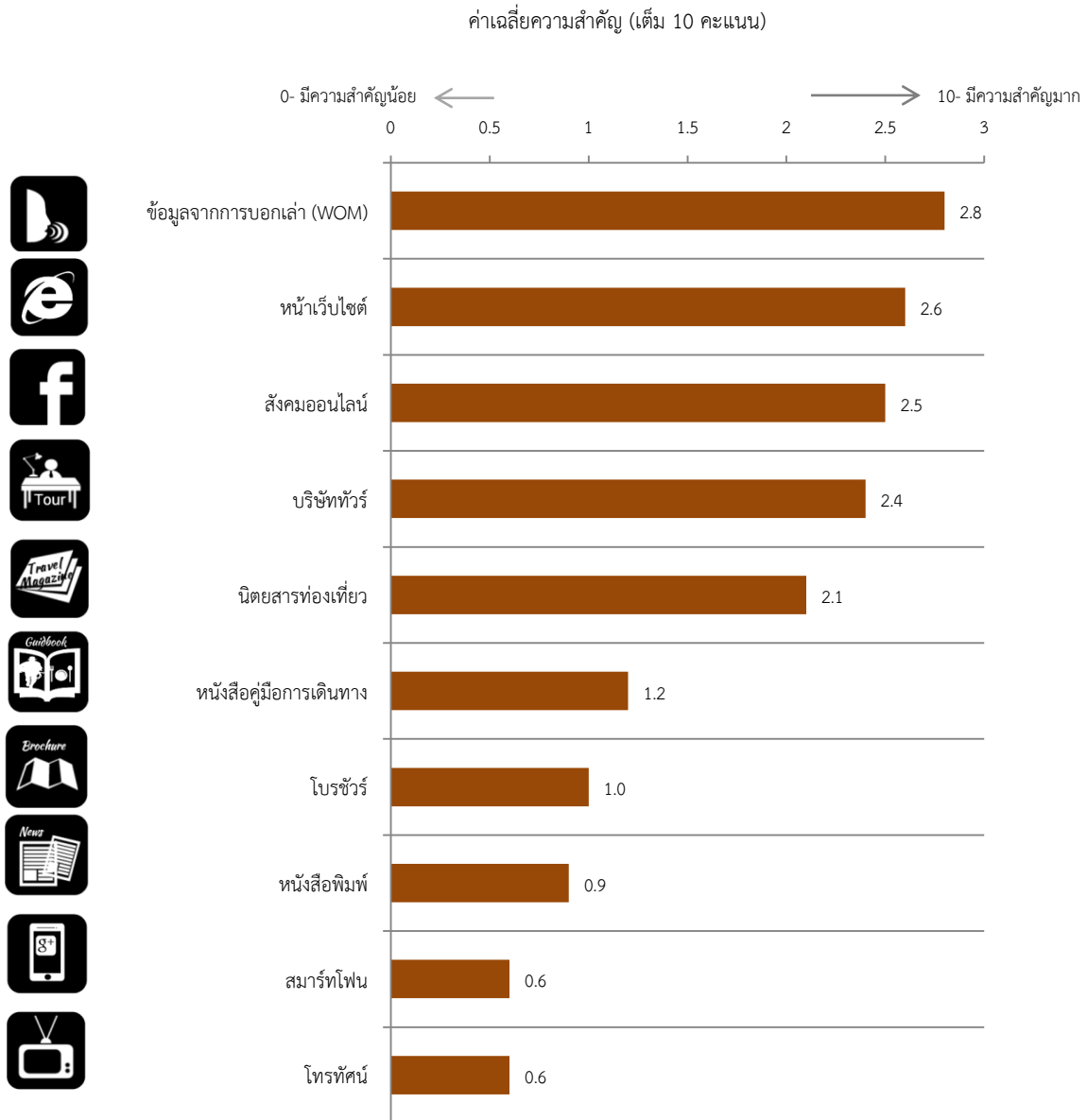
การพิจารณาความถี่การเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 71.9 เดินทางไม่มากเพียง 1 หรือ 2 ครั้งในช่วงตลอด 5 ปีที่ผ่านมา รองลงมา คือ ร้อยละ 21.4 เดินทางประมาณ 2 ปีต่อครั้ง ขณะที่ร้อยละ 4.1 เดินทางประมาณปีละครั้ง โดยมีชาวฟิลิปปินส์เพียงร้อยละ 2.6 ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยๆ มากกว่าปีละ 1 ครั้งขึ้นไป

แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์



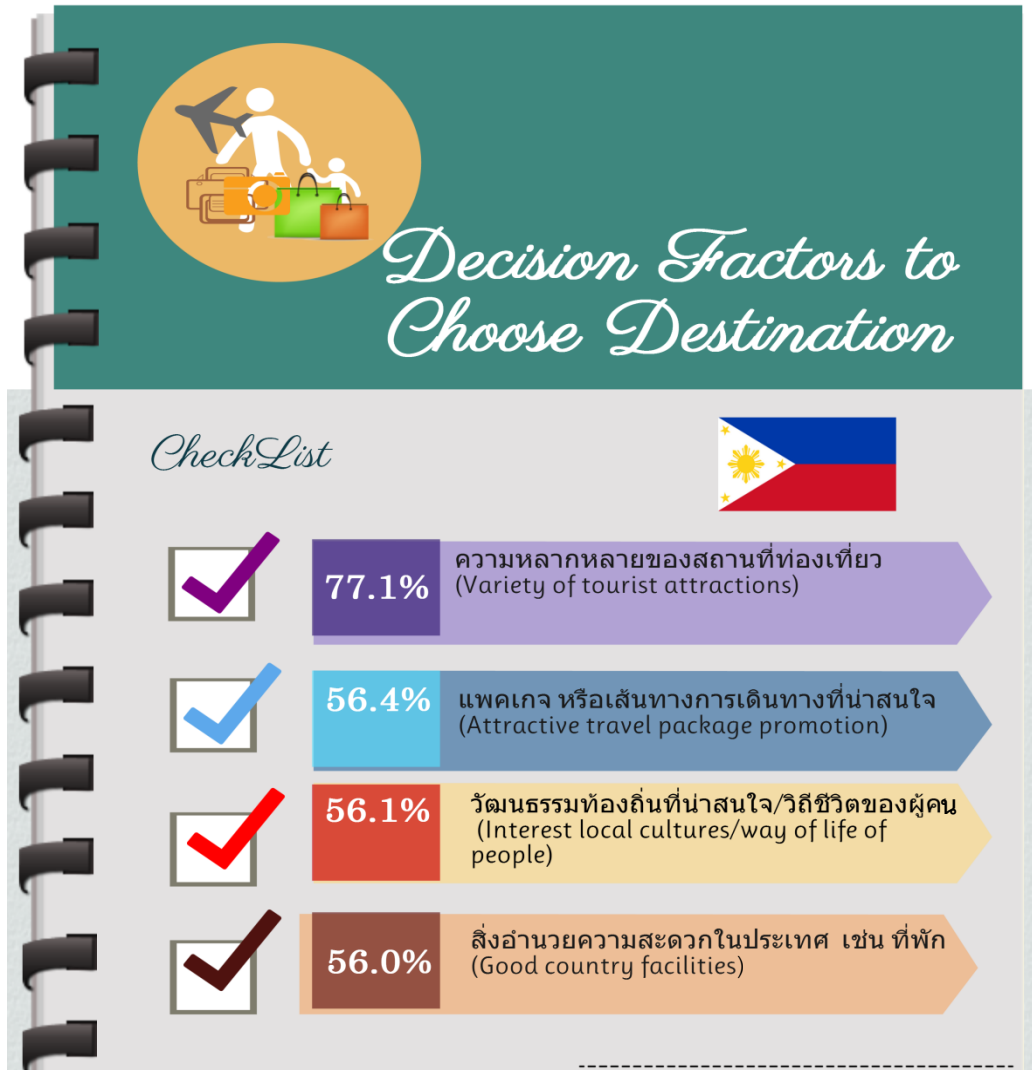
การพิจารณาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของช่องทางข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ช่องทางของข้อมูลท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ “การบอกเล่าจากบุคคลอื่น” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.8) รองลงมาคือ จาก “หน้าเว็บไซต์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.6) ข้อมูลจาก “สังคมออนไลน์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.5) และได้รับข้อมูลจาก “บริษัททัวร์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.4) ตามลำดับ โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในสี่ชาติที่ให้ความสำคัญกับแหล่งข่าวสารจาก “สังคมออนไลน์” สูงอย่างน่าสนใจ (อีก 3 ชาติได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน) โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุน้อย ไปจนถึงกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้นกลาง (ช่วงอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 3.3 และ 2.7 ตามลำดับ)

ขณะที่แหล่งข้อมูลจากบริษัททัวร์ ได้รับความสนใจสูงจากกลุ่มคนวัยก่อนเกษียณอายุ (55-64 ปี ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 3.7) และคนฟิลิปปินส์ที่เกษียณอายุแล้ว (อายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 3.0)

* รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 3

2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์



ภายหลังจากกล่าวถึงช่องทางข้อมูลข่าวสาร เพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณาในลำดับถัดไปก็คือ “องค์ประกอบของเนื้อหา” ที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญ โดยพบว่าสาระเกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวได้รับความสำคัญในสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 77.1)

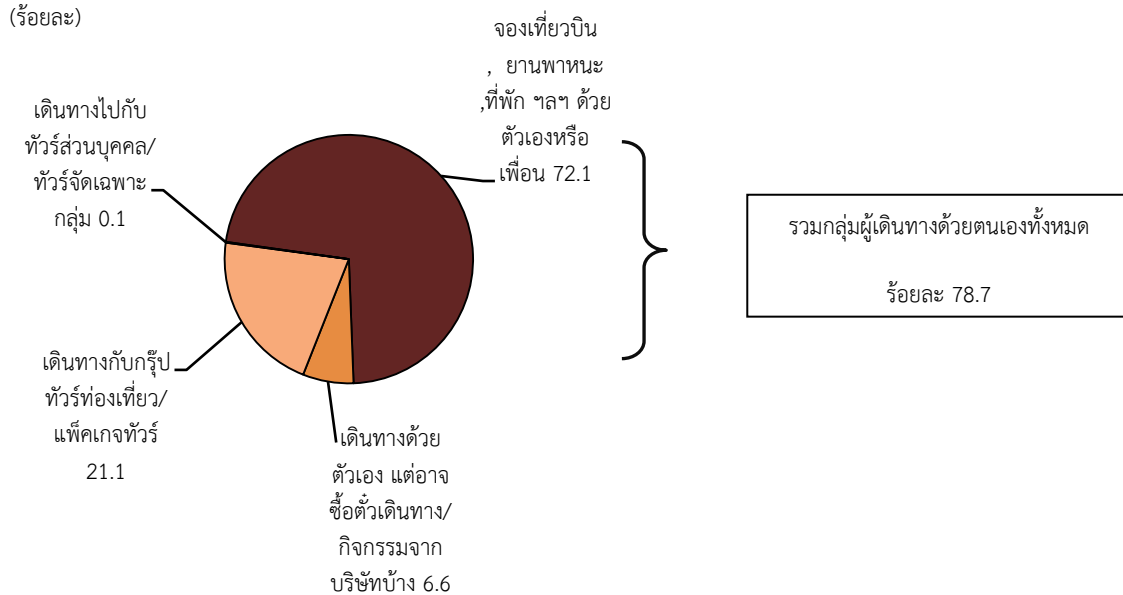
นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทาง (Route) (ร้อยละ 56.4) รวมถึงวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น (ร้อยละ 56.1) และเนื้อหาเกี่ยวกับ “ความสะดวกสบาย” (โดยเฉพาะสาระเกี่ยวกับการเดินทาง และที่พัก) สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ ได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน

(หมายเหตุผู้วิจัย ประเด็นเนื้อหาปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยวนี้ ได้ละเว้นการกล่าวถึง “ปัจจัยข้อมูลจากการบอกเล่า” เนื่องจากเป็นประเด็นนามธรรม และนำไปประยุกต์ใช้กับการสื่อสารการตลาดได้ยาก)

* รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 4

2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

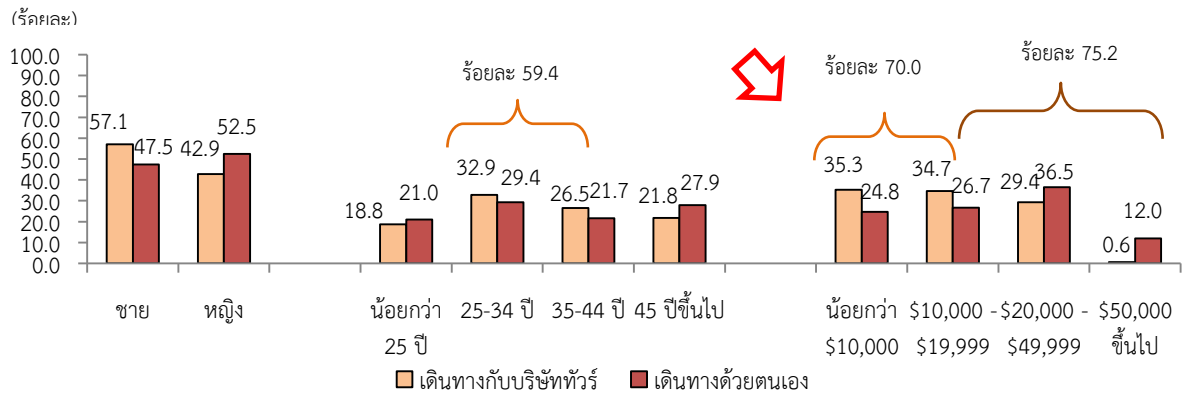


ในภาพรวมกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่เดินทางด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูงกว่าเดินทางในรูปแบบใดๆ เห็นได้จากมีนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ร้อยละ 72.1 ที่จัดการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด ขณะที่ร้อยละ 6.6 แม้เลือกเดินทางเอง แต่ก็ใช้การซื้อตั๋วเครื่องบิน หรือค่าใช้จ่ายด้านกิจกรรม สันทนาการ หรือการเดินทางจากบริษัททัวร์ (คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ ที่เดินทางด้วยตนเองรวม ร้อยละ 78.7)

แต่ก็มีนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนไม่น้อย ร้อยละ 21.1 ที่เลือกเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ รวมถึงอีกส่วนหนึ่ง ในสัดส่วนไม่มาก เพียงร้อยละ 0.1 ที่ให้บริษัทจัดกรุ๊ปเป็นพิเศษกับคณะหรือบริษัทของตน

2.4.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์

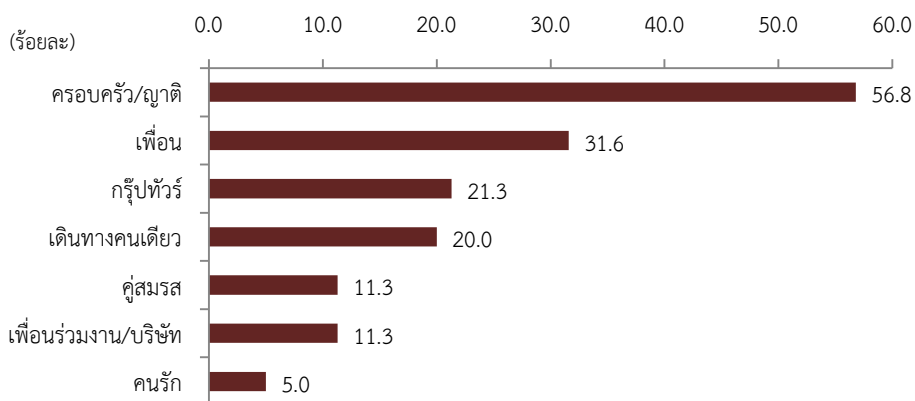


จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เลือกเดินทางกับบริษัททัวร์ส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะเพียงระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 70.0) โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง (กลุ่มที่เลือกเดินทางกับบริษัททัวร์ มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุ 25-44 ปี รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 59.4) ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เลือกเดินทางด้วยตนเอง มีแนวโน้มที่เด่นชัดที่สุดคือส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางขึ้นไปจนถึงดีมาก (สัดส่วนรวมกันเท่ากับ ร้อยละ 75.2)

กล่าวสรุปในส่วนนี้ได้ว่า ปัจจัยทางด้านกายภาพที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการเดินทาง ที่โดดเด่นที่สุด ได้แก่ ระดับเศรษฐกิจฐานะ โดยมีแนวโน้มว่ากลุ่มชาวฟิลิปปินส์ที่มีฐานะดีกว่า มีแนวโน้มเลือกเดินทางด้วยตนเองมากกว่า ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเศรษฐกิจฐานะระดับปานกลางลงไป จะมีสัดส่วนการเลือกเดินทางไปกับบริษัททัวร์สูงขึ้น

2.4.2 ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทาง

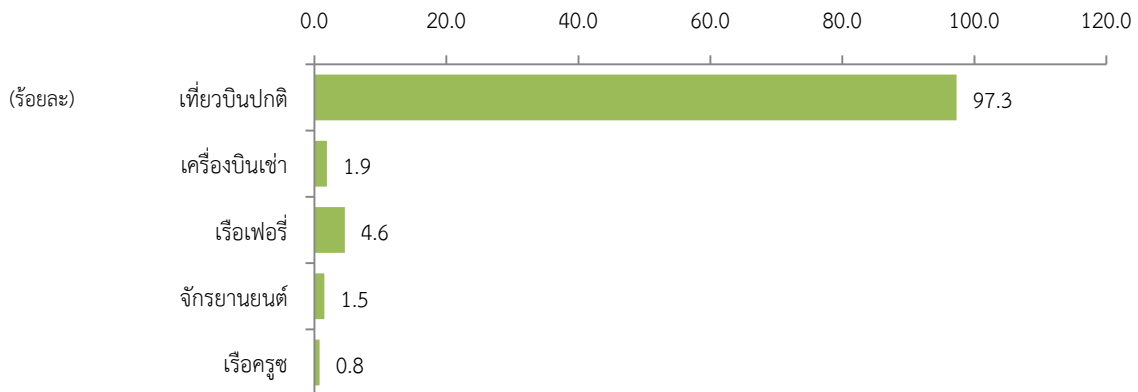


สำหรับประสบการณ์กับผู้ร่วมการเดินทาง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเภทผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ของชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ การเดินทางกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 56.8 รองลงมาเดินทางกับเพื่อน ร้อยละ 31.6

นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสังเกตว่า มีชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนไม่น้อยถึงร้อยละ 21.3 ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวกับกรุ๊ปทัวร์ (ดังกล่าวแล้วในบทที่ผ่านมา) ขณะเดียวกันชาวฟิลิปปินส์บางส่วนเลือกเดินทางคนเดียว ร้อยละ 20.0 อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคู่สมรส เพื่อนร่วมงานหรือบริษัท และเดินทางกับคนรัก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ด้วยสัดส่วนร้อยละ 11.3 ร้อยละ 11.3 และร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

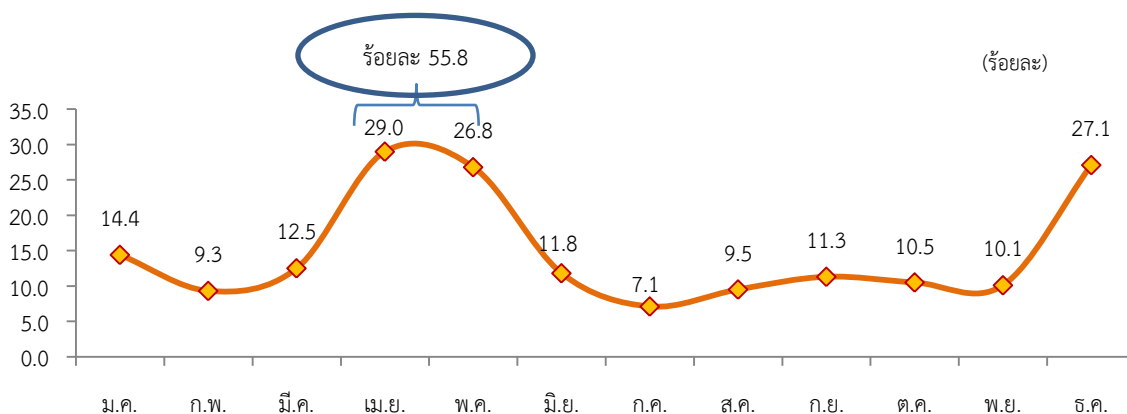
แผนภูมิภาพที่ 2.10 แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



กล่าวในภาพรวมได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เดินทางโดยพาหนะเครื่องบินเป็นหลัก โดยจำแนกเป็นประเภทเที่ยวบินปกติ (ร้อยละ 97.3) และเครื่องบินแบบเช่าเหมาลำ (ร้อยละ 1.9) รองลงมา คือ เดินทางโดย เรือเฟอร์รี่ และรถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 4.6 และ 1.5 ตามลำดับ)

2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันหยุด

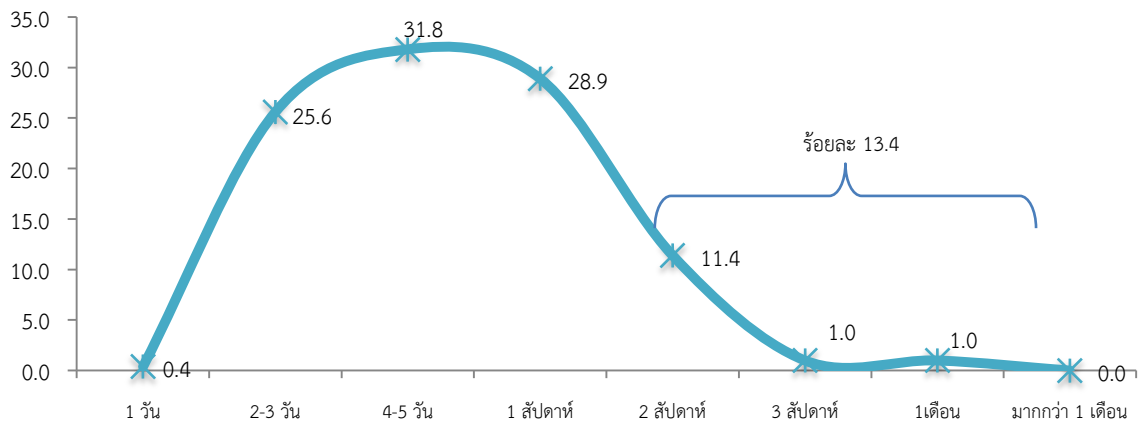
แผนภูมิภาพที่ 2.11 แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์



สำหรับชาวฟิลิปปินส์แล้วกล่าวได้ว่า ช่วงที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยความถี่สูง ได้แก่ ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม (ร้อยละ 55.8) ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เคยเดินทางต่างประเทศช่วงนี้) และช่วงเดือนธันวาคม อีกครั้งหนึ่งที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในสัดส่วนที่สูงขึ้น (ร้อยละ 27.1)

2.6.1 ระยะเวลาวันพำนัก

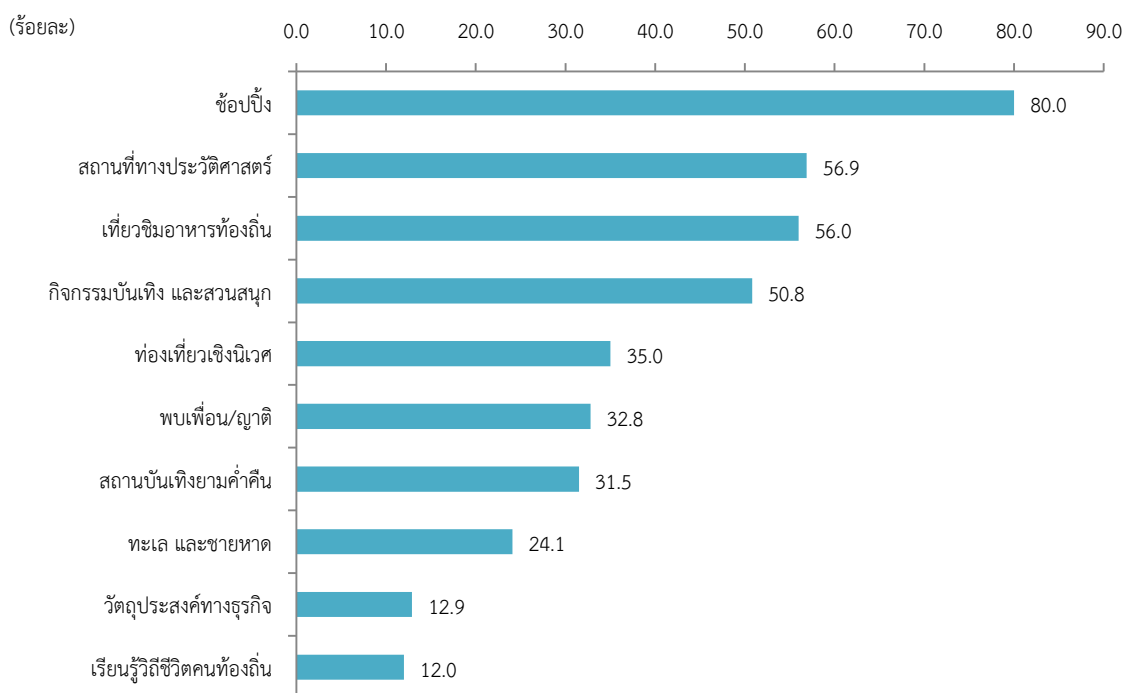
แผนภูมิภาพที่ 2.12 แสดงสัดส่วนระยะเวลาพำนักค้างคืนในการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้ง ประมาณ 4-5 วัน (ร้อยละ 31.8) รองลงมาคือใช้เวลาพักประมาณ 1 สัปดาห์ (ร้อยละ 28.9) อีกส่วนหนึ่งพักค้างนานประมาณ 2-3 วัน (ร้อยละ 25.6) โดยหากพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์ พบว่ามีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (รวมกันเท่ากับร้อยละ 13.4)

2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม

แผนภูมิภาพที่ 2.13 แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

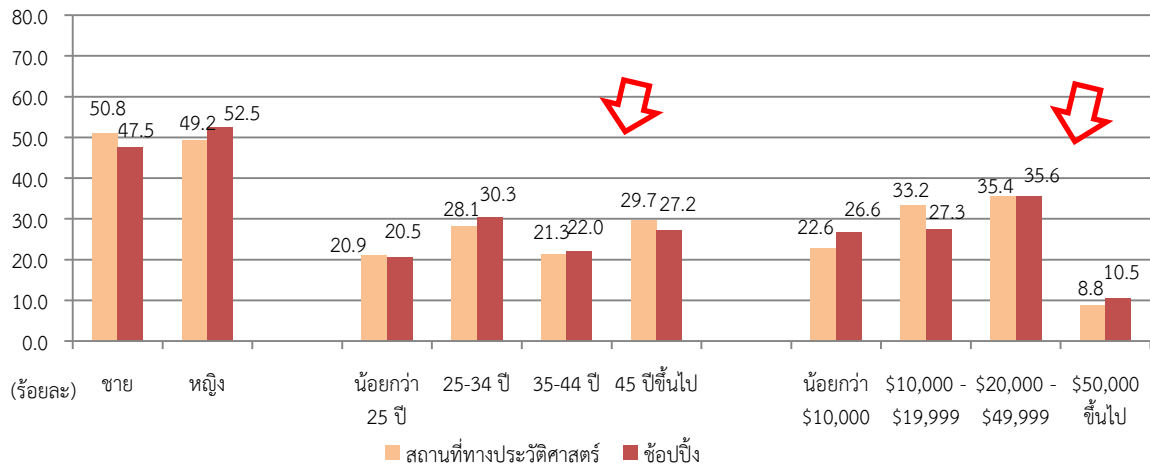


กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ กิจกรรมช้อปปิ้ง (ร้อยละ 80.0) รองลงมาคือ กิจกรรมเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 56.9) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่กิจกรรมเที่ยวชมอาหารท้องถิ่น กิจกรรมบันเทิง และสวนสนุกก็ได้รับความนิยมในสัดส่วนที่สูงไม่น้อย (ร้อยละ 56.0 และร้อยละ 50.8 ตามลำดับ)

นอกจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบว่า ยังมีกิจกรรมอื่นๆที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์อีกมากมาย ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเดินทางมาเพื่อพบเพื่อนหรือญาติ และกิจกรรมสถานบันเทิงยามค่ำ (ร้อยละ 35.0 ร้อยละ 32.8 และร้อยละ 31.5 ตามลำดับ)

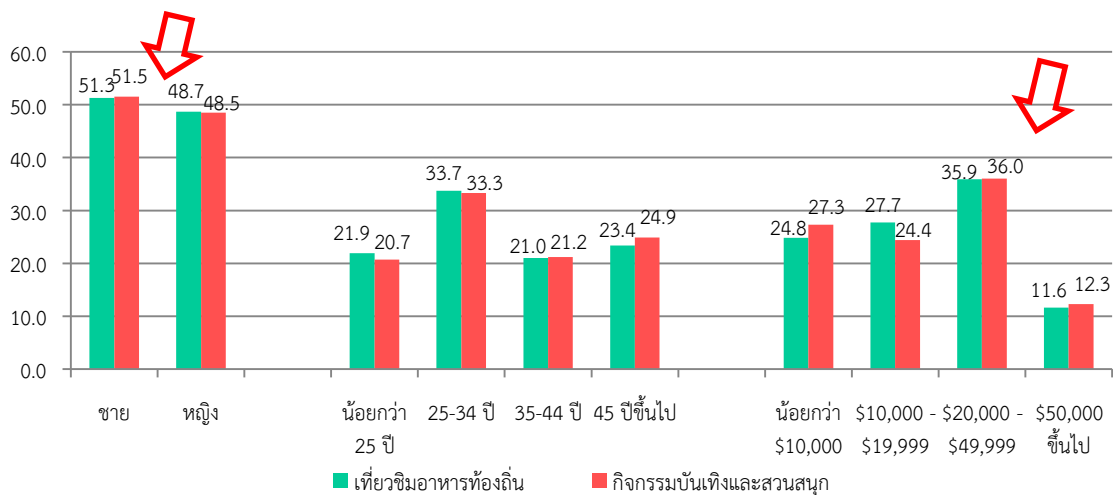
2.7.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่นิยมทำกิจกรรม สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และการช้อปปิ้ง



หากพิจารณากิจกรรมยอดนิยมสองกิจกรรมแรก เพื่อค้นหาความชื่นชอบของ นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง พบว่า เพศชาย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 29.7) ในขณะที่เพศหญิง หรือกลุ่มวัยทำงานช่วงต้น (อายุ 25-34 ปี สัดส่วนร้อยละ 30.3) โดยเฉพาะกลุ่มที่มีเศรษฐกิจฐานระดับต่ำ (รวมกันเท่ากับร้อยละ 46.1) มีแนวโน้มจะชื่นชอบกิจกรรมการช้อปปิ้ง

แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่นิยมทำกิจกรรมเที่ยวชมอาหารท้องถิ่น และกิจกรรมบันเทิง และสวนสนุก



นอกจากนั้น หากเปรียบเทียบความนิยมกิจกรรมหลักอีก 2 ประเภท พบว่า นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ทั้งเพศชาย และหญิงมีแนวโน้มที่จะทำกิจกรรมเที่ยวชมอาหารท้องถิ่น กิจกรรมบันเทิง และสวนสนุกควบคู่กัน เห็นได้จากสัดส่วนของกิจกรรมทั้งสองที่ใกล้เคียงกัน โดยหากพิจารณาเฉพาะเศรษฐกิจฐานปานกลางขึ้นไป พบว่า มีความชื่นชอบในกิจกรรมบันเทิง และสวนสนุกมากกว่าการเที่ยวชมอาหารท้องถิ่นเล็กน้อย

2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวฟิลิปปินส์

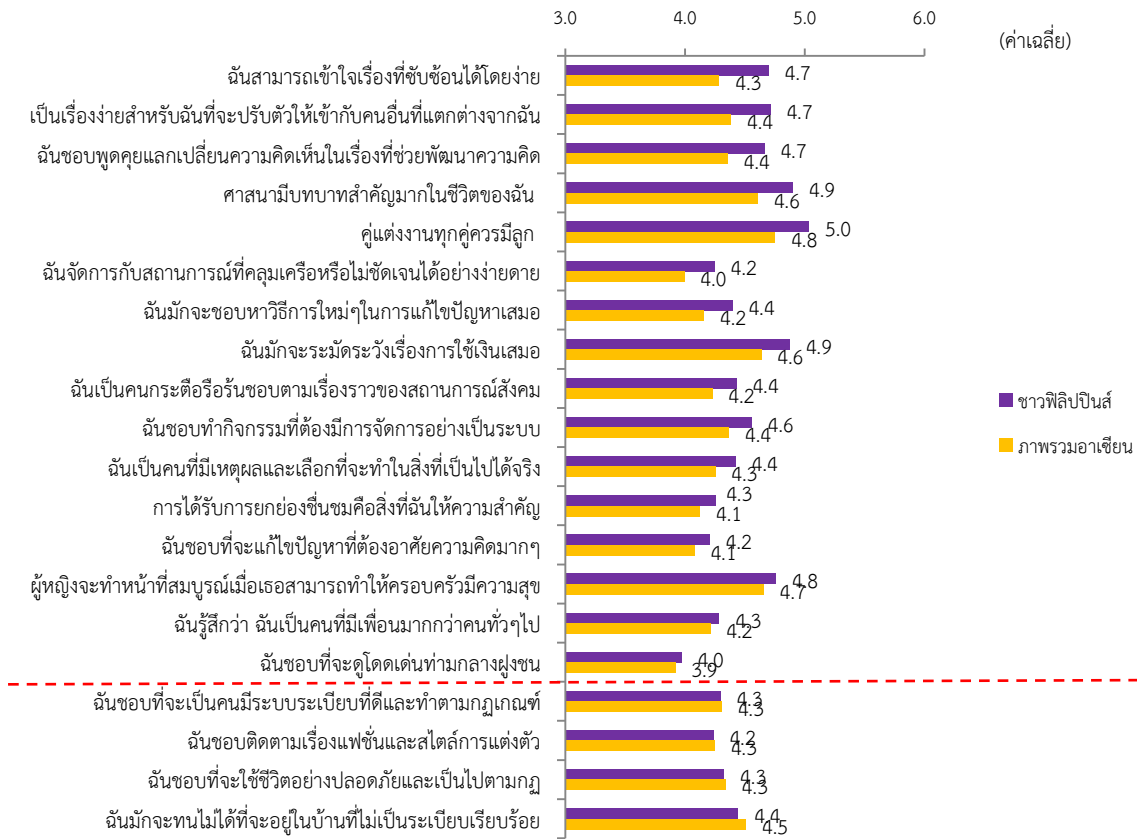
ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)			
	ที่พัก (บาท)	อาหารและ เครื่องดื่ม(บาท)	การซื้อปั้ง (บาท)	ความบันเทิงและ กิจกรรมในการ ท่องเที่ยวอื่นๆ(บาท)
รวมเฉลี่ยประมาณ 47,668.0 บาทต่อทริป				
ภาพรวม	12,515.6	9,219.5	17,760.1	8,172.8
เพศ				
ชาย	12,356.1	9,811.1	18,061.3	8,166.3
หญิง	12,672.6	8,639.9	17,464.9	8,179.4
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	13,596.5	10,457.8	18,909.6	9,618.4
25 – 34 ปี	11,784.0	7,691.2	15,533.2	6,778.0
35 – 44 ปี	12,454.2	7,891.2	17,779.5	6,830.0
45 – 54 ปี	12,240.6	10,593.8	19,944.5	9,827.2
55 – 64 ปี	12,542.5	11,804.3	18,315.6	9,700.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	16,823.5	13,115.7	19,053.0	10,236.8
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	6,313.0	7,337.6	12,114.4	6,050.0
\$10,000 - \$19,999	6,588.8	8,411.9	15,389.5	6,497.9
\$20,000 - \$49,999	14,333.8	10,101.3	20,871.9	9,628.9
\$50,000 ขึ้นไป	42,990.5	13,735.0	29,019.9	13,807.1

นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ใช้เงินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 47,668.0 บาท ต่อทริป จำแนกเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ประมาณ 12,515.6 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 9,219.5 บาท กิจกรรมซื้อปั้ง 17,760.1 บาท กิจกรรมบันเทิง สันทนาการ และสวนสนุกต่างๆ 8,172.8 บาท (ไม่นับรวมค่าใช้จ่ายในการเดินทาง)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบอัตราการใช้จ่ายแล้ว พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวชายชาวฟิลิปปินส์ใช้จ่ายระหว่างการเดินทางสูงกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงอยู่บ้าง แต่ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ซึ่งพบสาระสำคัญว่ามีความสัมพันธ์กับระดับเศรษฐฐานะของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์อยู่มาก หมายถึง กลุ่มที่มีเศรษฐฐานะในระดับที่ดีกว่า ใช้จ่ายค่าที่พักด้วยมูลค่าที่สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเศรษฐฐานะในระดับต่ำกว่า อย่างมีนัยสำคัญ

2.9 ทักษะคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน

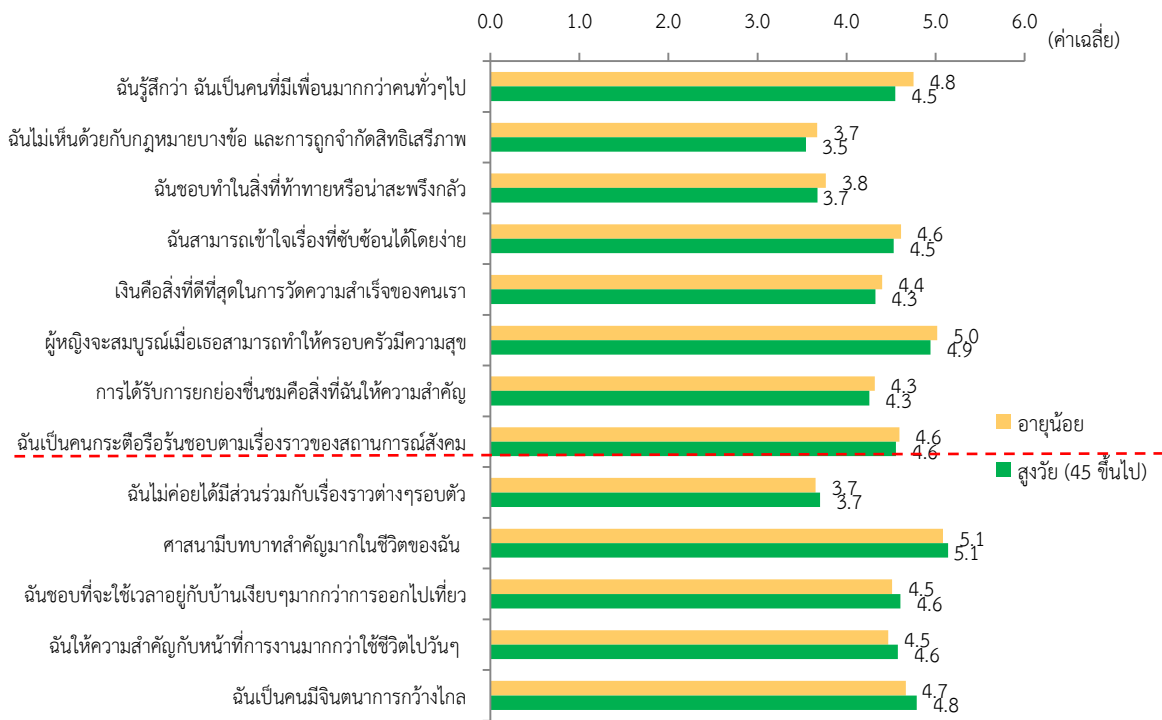
แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์



นอกจากค่านิยมในเรื่องการมีบุตรภายหลังแต่งงาน และการให้ความสำคัญกับในเรื่องศาสนาแล้ว (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วย สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของภูมิภาคอาเซียน หรือเท่ากับ 5.0, 4.9) คนฟิลิปปินส์ยังเป็นคนที่มีความระมัดระวังในเรื่องการเงิน และเป็นคนที่มีความมั่นใจเข้ากับคนง่าย สามารถเข้าใจอะไรต่างๆ ได้โดยง่าย เป็นคนที่มีเหตุผล และคิดอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วย สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของภูมิภาคอาเซียน หรือเท่ากับ 4.9, 4.7, 4.7 และ 4.6 ตามลำดับ)

2.9.1 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ กับกลุ่มคนสูงอายุ

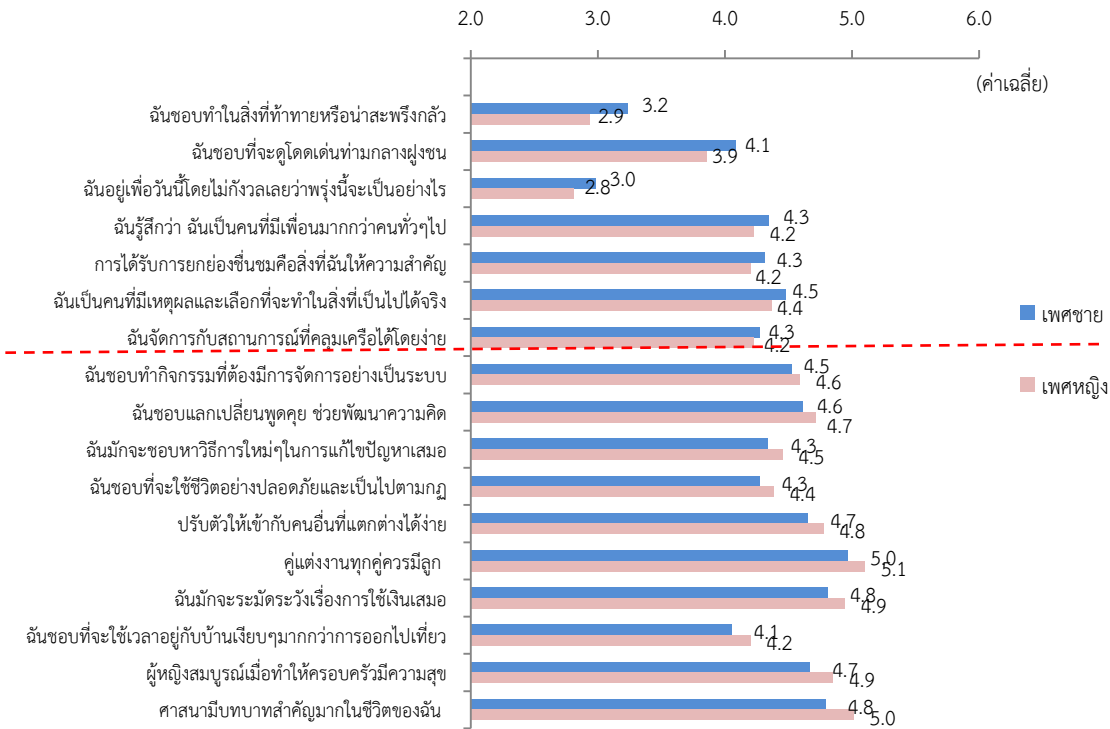
แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์
จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ



เมื่อเปรียบเทียบอุปนิสัย และพฤติกรรมทั่วไปของชาวฟิลิปปินส์ระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ กับกลุ่มคนสูงอายุ พบว่าขณะที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบการออกสังคม และแสวงหาเพื่อนใหม่ๆ ไม่ยอมถูกจำกัดหรือลิดรอนสิทธิเสรีภาพ รวมถึงกล้าเสี่ยงทำเรื่องราวที่ท้าทาย และสามารถเข้าใจเรื่องที่ซับซ้อนได้โดยง่าย (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยต่อประเด็นสูงกว่ากลุ่มคนสูงอายุ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 4.8, 3.7, 3.8 และ 4.6 ตามลำดับ) กลุ่มสูงอายุ (อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป) กลับให้ความสำคัญกับศาสนา ชอบใช้เวลาอยู่กับบ้านเงียบๆ ให้ความสำคัญกับหน้าที่การงานมากกว่าแสวงหาความสุขแบบใช้ชีวิตไปวันๆ รวมถึงชอบคิดชอบจินตนาการ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 5.1, 4.6, 4.6 และ 4.8 ตามลำดับ) มากกว่ากลุ่มคนฟิลิปปินส์ที่เยาว์วัยกว่า

2.9.2 ความแตกต่างระหว่างเพศ

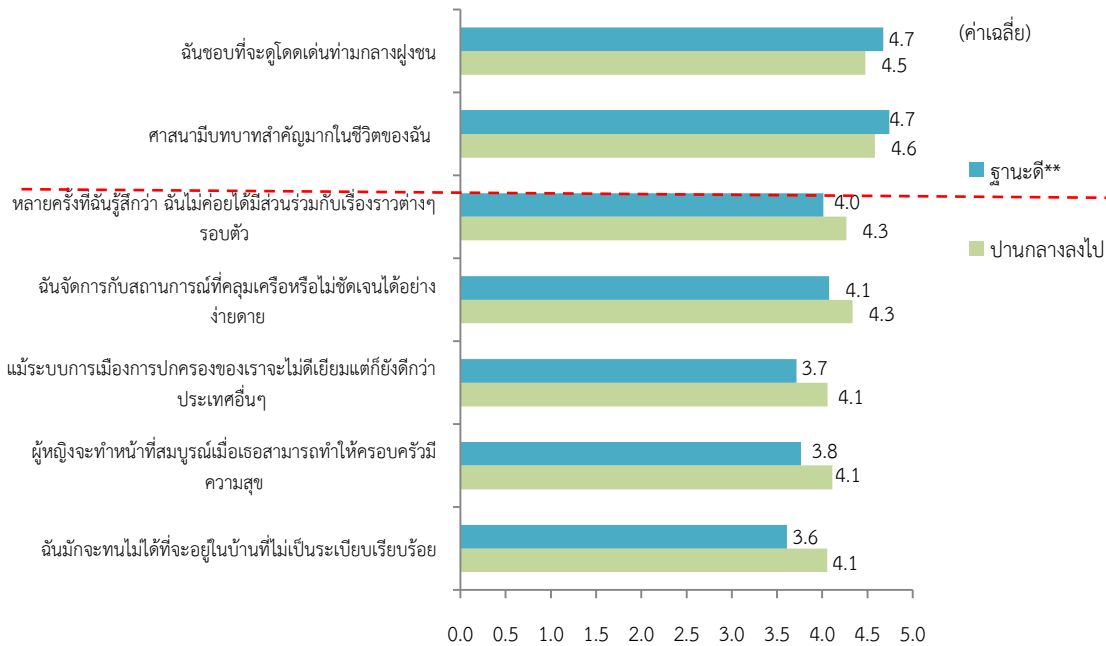
แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ



ขณะที่เพศชายชาวฟิลิปปินส์ ชอบทำเรื่องราวที่ท้าทาย กล้าเสี่ยงเพื่อหวังความสำเร็จเฉพาะหน้า ให้ดูโดดเด่นในวงสังคม หรือกลุ่มของตน รวมถึงชอบออกสังคม สังสรรค์ หรือแสวงหาเพื่อนใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในประเด็นเหล่านี้ เท่ากับ 3.2, 3.0, 4.1 และ 4.3 ตามลำดับ) เพศหญิงชาวฟิลิปปินส์ กลับมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว และศาสนา และระมัดระวังเรื่องการใช้จ่าย (เห็นได้จากความเห็นในประเด็น ความสำคัญของศาสนา หน้าที่สตรีและครอบครัว ชอบอยู่บ้าน และระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.0, 4.9, 4.2 และ 4.9 ตามลำดับ) มากกว่าเพศชายชาวฟิลิปปินส์ค่อนข้างมาก

2.9.3 ความแตกต่างของชนชั้น พิจารณาจากรายได้ครัวเรือน

แผนภูมิภาพที่ 2.19 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น



การวิเคราะห์ 4Cs Statement โดยละเอียดพบว่า สำหรับชาวฟิลิปปินส์แล้วความแตกต่างระหว่างชนชั้นมีอยู่บ้างแต่เพียงเล็กน้อย โดยในกลุ่มเศรษฐกิจฐานะดีในระดับที่ดี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับศาสนา และชื่นชอบการเป็นจุดเด่นในสังคม (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 4.7 และ 4.7) กลุ่มที่มีเศรษฐกิจฐานะดีในระดับปานกลางลงไปกลับยังคงมีแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม กล่าวคือ ให้ความสำคัญกับครอบครัว ยึดมั่นในกฎเกณฑ์ของสังคมเดิมๆ ระมัดระวังการใช้ชีวิต มากกว่ากลุ่มชาวฟิลิปปินส์ที่มีฐานะดีดีกว่าอยู่บ้าง (เห็นได้จากความเห็นต่อประเด็น หน้าที่สตรีในครอบครัว ความเชื่อมั่นในระบบปกครองเดิมๆ ชอบความเป็นระเบียบ และไม่ค่อยใส่ใจกับสาระความเป็นไปในสังคมมากนัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1, 4.1, 4.1 และ 4.3 ตามลำดับ)

บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ

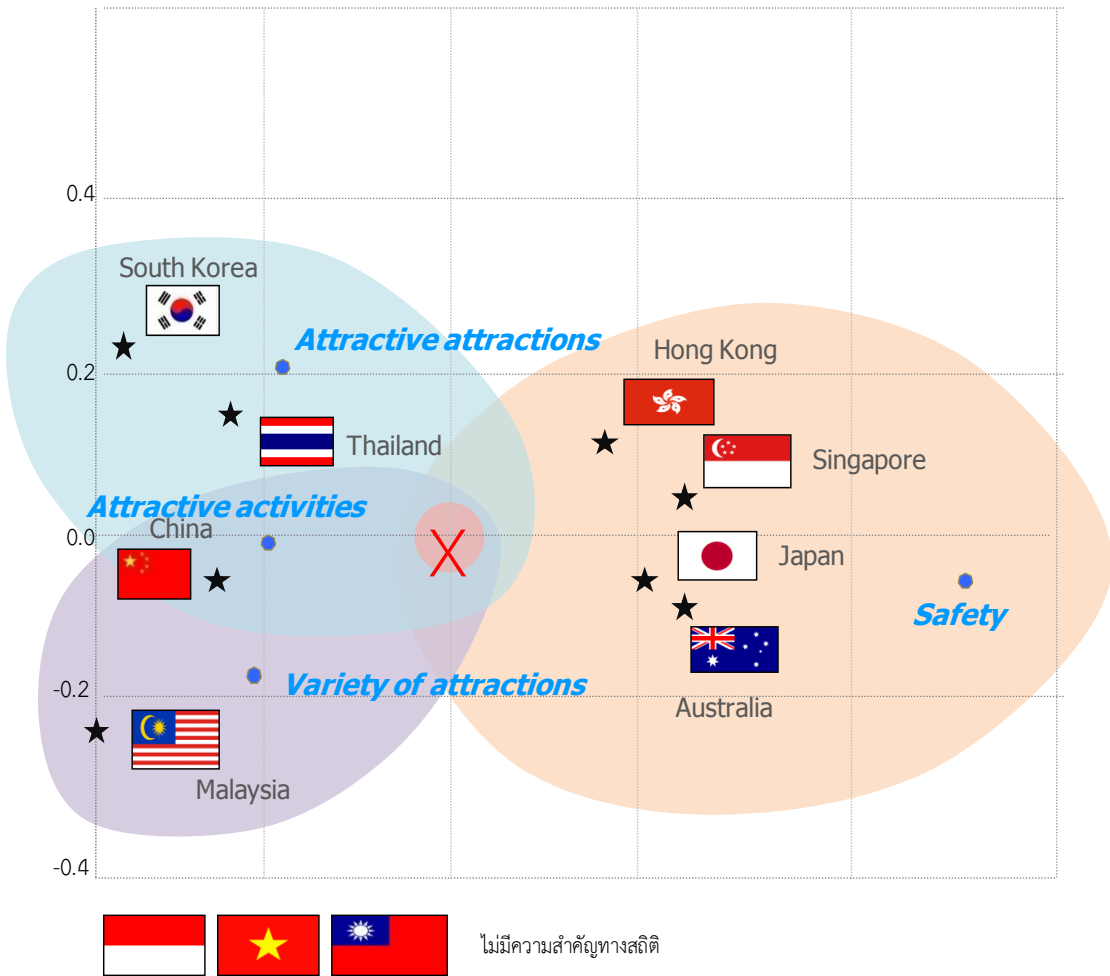
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

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

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

3.1.1 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม

แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม

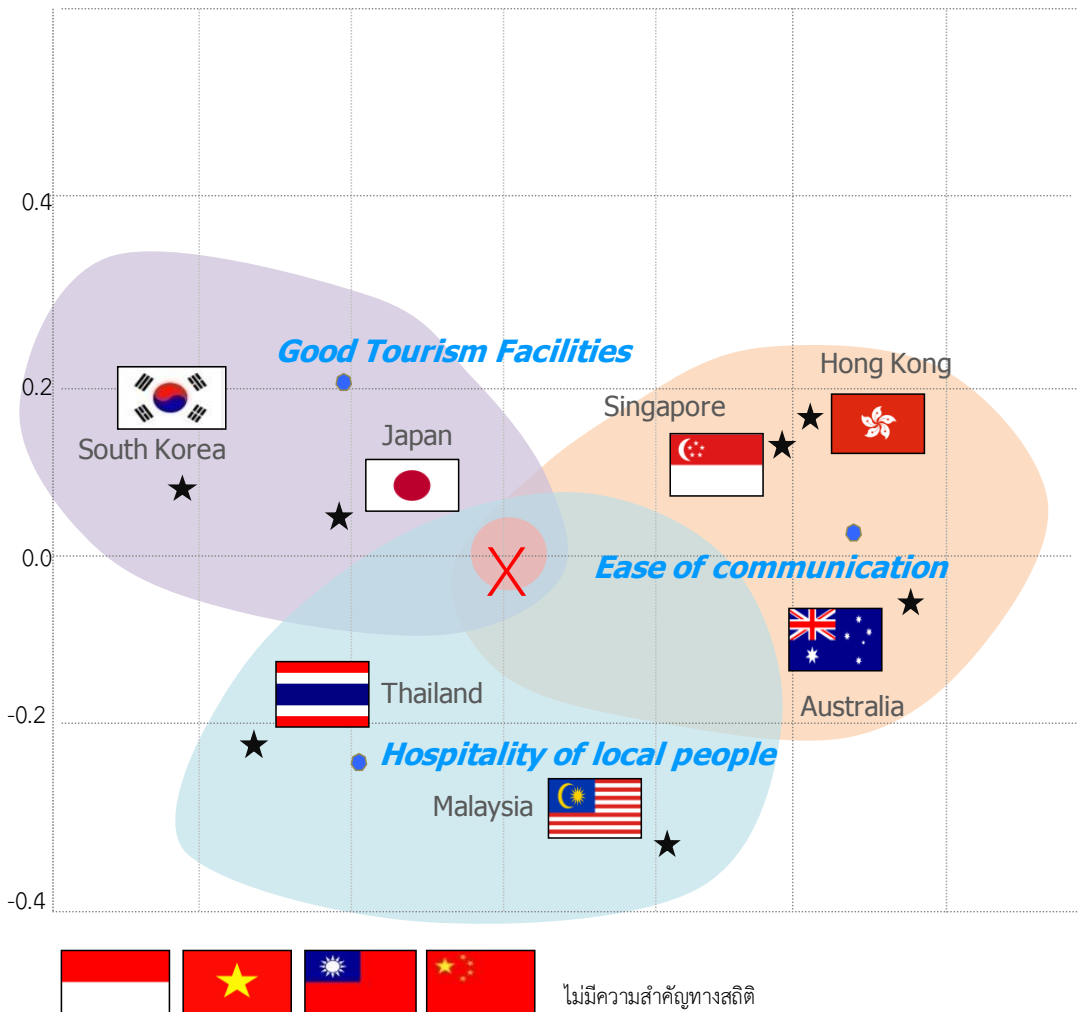


สำหรับมุมมองด้านภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย นักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์เห็นว่ามีความโดดเด่นในด้าน “ความน่าดึงดูดใจ” ของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว (Attractive attractions & Attractive activities) ซึ่งนอกจากประเทศไทยแล้ว นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ยังเห็นว่าประเทศจีน และเกาหลีใต้ ก็มีความโดดเด่นในประเด็นดังกล่าวนี้ เช่นเดียวกับกับประเทศไทย

สำหรับภาพลักษณ์ด้าน “ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว”(Variety of attractions) นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เห็นว่า ประเทศมาเลเซียมีความโดดเด่นในด้านนี้มากกว่าประเทศอื่น ส่วนภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในระหว่างการเที่ยวนั้น (Safety) ประเทศสิงคโปร์ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และฮ่องกง มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเหนือกว่าประเทศอื่นๆ

3.1.2 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร

แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร

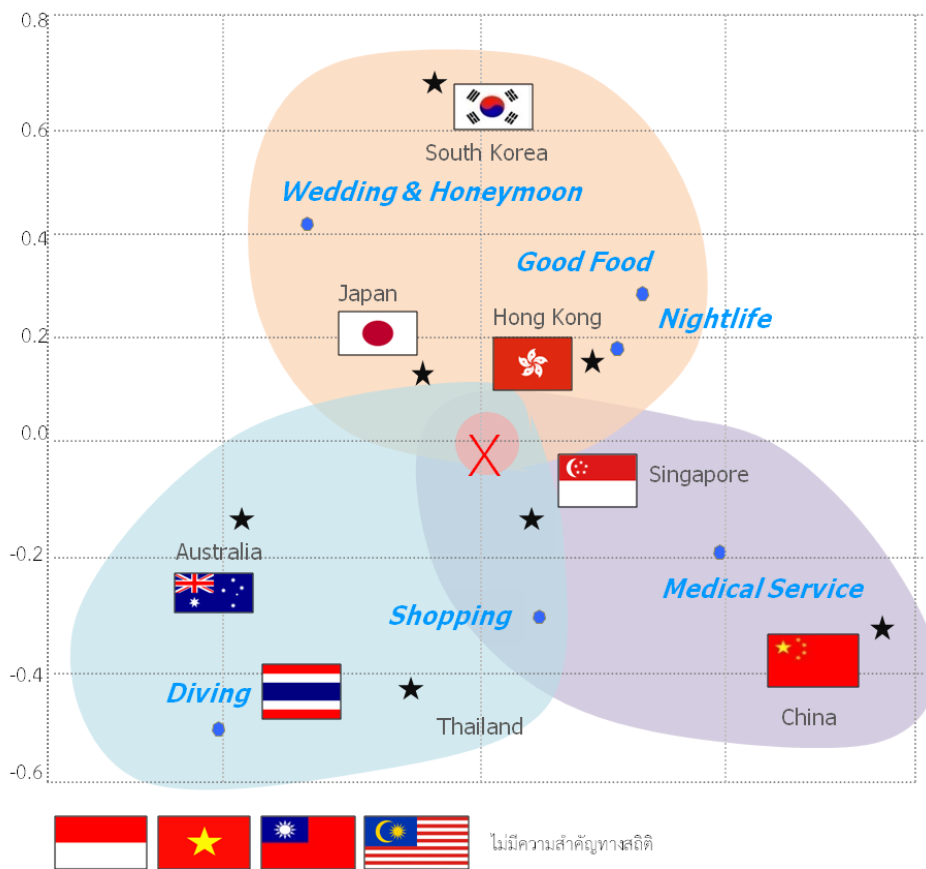


มุมมองด้านการสื่อสารระหว่างการท่องเที่ยว มีความคล่องตัว เข้าใจได้ง่าย (Ease of communication) ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย สิงคโปร์ และฮ่องกง ส่วนประเด็นด้านความสะอาด และความพร้อมขององค์ประกอบเพื่อสนับสนุนความสะดวกสบาย (Good tourism facilities) นั้น นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เห็นว่าประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่นมีความโดดเด่นในด้านนี้เหนือกว่าประเทศอื่นๆ

แต่สาระที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเด็น “ภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตรของชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน” (Hospitality of local) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เห็นว่าทั้งประเทศไทย และประเทศมาเลเซียมีองค์ประกอบด้านนี้เหนือกว่าประเทศอื่นๆ อยู่บ้าง

3.1.3 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ

แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ

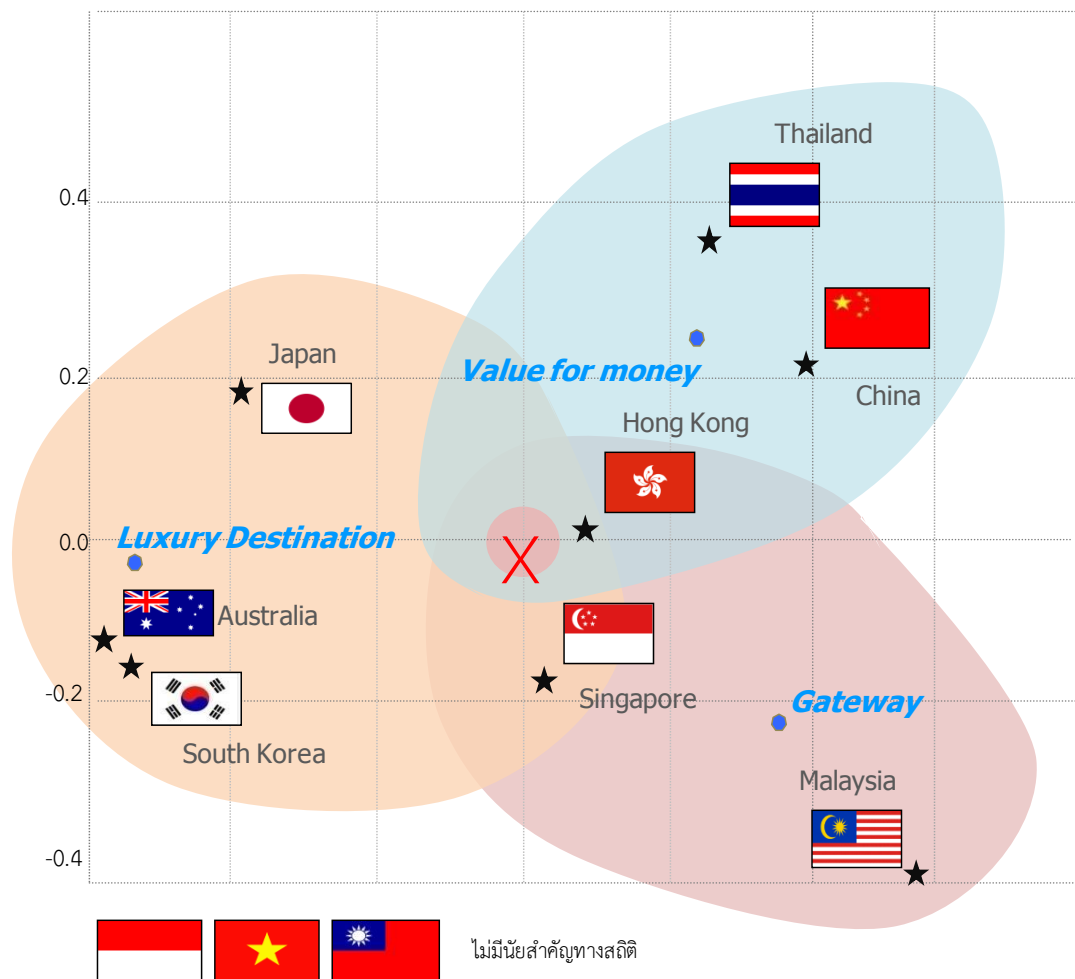


ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ เห็นว่าประเทศเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และฮ่องกงเด่นด้านกิจกรรมการแต่งงานฮันนีมูน (Wedding & honeymoon) รวมถึงกิจกรรมแสงสียามค่ำคีน (Nightlife) และอาหาร (Good food) ขณะที่ประเทศสิงคโปร์ และจีน มีภาพลักษณ์ที่แตกต่างอย่างโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical services)

สำหรับมุมมองต่อประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เห็นว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีด้านกิจกรรมดำน้ำ (Diving) เช่นเดียวกับประเทศออสเตรเลีย ขณะที่ภาพลักษณ์ที่ดีด้านกิจกรรมช้อปปิ้ง (Shopping) ทั้งประเทศไทย และประเทศสิงคโปร์ต่างได้รับความเห็นว่าโดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ อยู่บ้าง

3.1.4 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ

แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ



นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เห็นว่าประเทศที่สามารถใช้เป็นจุดศูนย์กลางสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมต่อไปประเทศอื่นๆ ทั่วโลก (Gateway) ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ส่วนมุมมองต่อภาพด้าน “ความคุ้มค่า” (value for money) นั้นนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ เห็นว่าประเทศไทย จีน และฮ่องกงโดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ ในประเด็นนี้

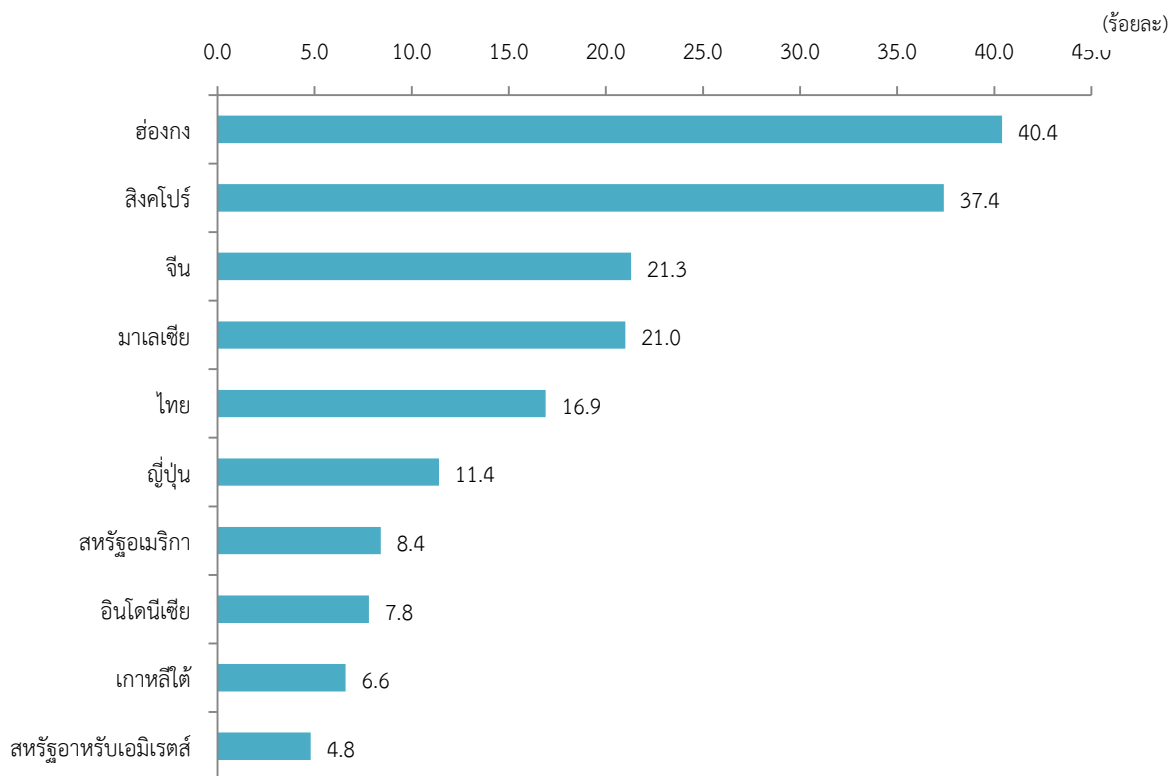
ส่วนภาพลักษณ์ด้าน “ความหรูหรา” (Luxury destination) นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เห็นว่าประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลียมีสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกชั้นหรูหรา ราคาแพงมากกว่าประเทศอื่นๆ

3.2 ประเทศ และเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

3.2.1 ประเทศท่องเที่ยวยอดนิยม

ดังที่กล่าวแล้วว่าชาวฟิลิปปินส์ประมาณร้อยละ 6.2 ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดย 10 ประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์มีโอกาสไปเยือนมา ได้แก่ ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ จีน มาเลเซีย ไทย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกาบริติชตามลำดับ (หมายเหตุ: ไม่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในการเดินทาง และช่วงเวลาที่เคยมีประสบการณ์นั้น)

แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



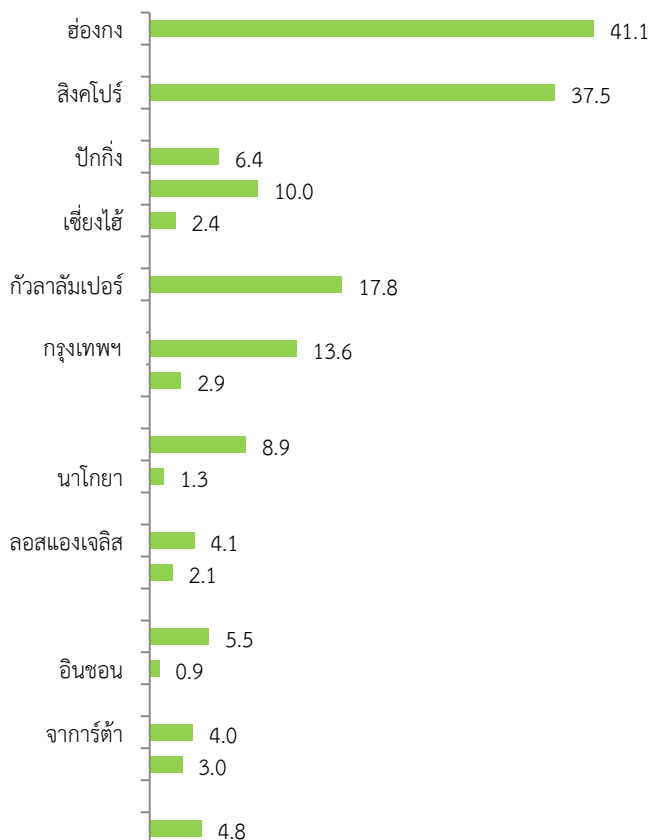
หากพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบได้ว่านักท่องเที่ยว ชาวฟิลิปปินส์เลือกเดินทางไปประเทศนอกอาเซียน (โดยเฉพาะฮ่องกง สิงคโปร์ จีน และมาเลเซีย) ในสัดส่วนที่สูง ซึ่งสะท้อนสาระที่น่าสนใจได้ทั้งประเด็นด้านระยะทาง และความเข้มแข็งด้านภาพลักษณ์ทางการตลาดของประเทศเหล่านั้น ในประเทศฟิลิปปินส์

สำหรับประเทศไทย กล่าวในภาพรวมได้ว่าจะยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนไม่สูงมาก คิดเป็นร้อยละ 16.9 ต่ำกว่าประเทศท่องเที่ยวคู่แข่งในบริเวณนี้อย่างสิงคโปร์ และมาเลเซียอย่างเห็นได้ชัด

3.2.2 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์เดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

(ร้อยละ)

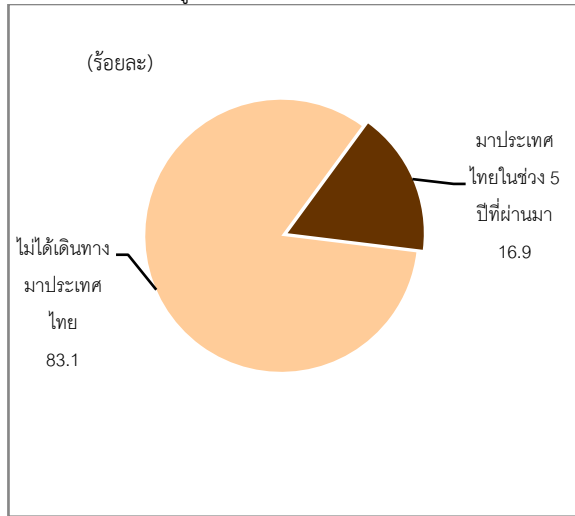


ภายหลังจากพิจารณาประเทศท่องเที่ยวแล้ว รายละเอียดเมืองท่องเที่ยวที่ชาวฟิลิปปินส์เดินทางแวะเยี่ยมชมในแต่ละประเทศ ไม่เกี่ยวกับความถี่ในการเดินทางโดยสามารถพิจารณารายละเอียดต่างๆ ได้จากตารางที่ 9.1 ภาคผนวก ก) เห็นได้ว่า เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนที่สูง (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาร้อยละ 41.1) รองลงมาได้แก่ สิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 37.5

นอกจากฮ่องกง และสิงคโปร์แล้ว เมืองในประเทศอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่โดดเด่น ได้แก่ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 7.8 กรุงเทพฯ ร้อยละ 13.6 รวมถึงกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่นด้วย ในสัดส่วนร้อยละ 8.9

3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

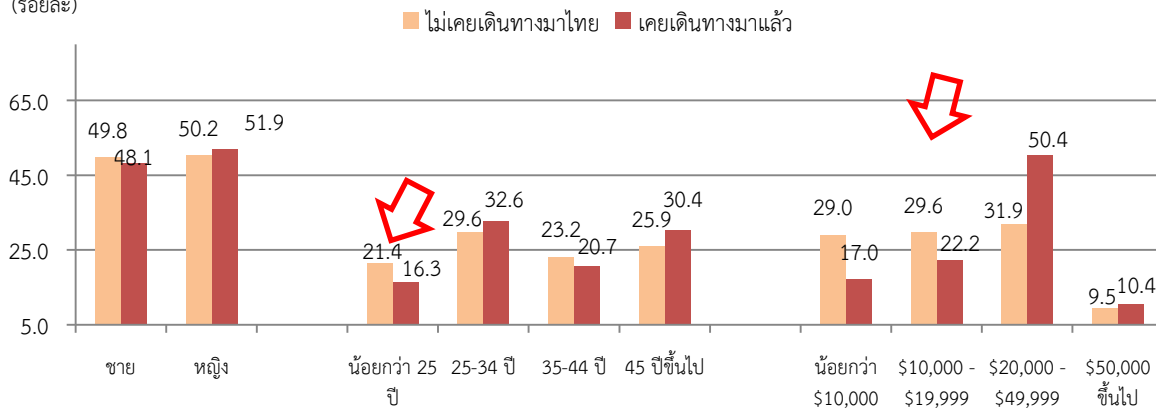
แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนที่ผ่านมา ว่าในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ประมาณ 6 ล้านรายที่ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นั้น เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ในสัดส่วนเพียงร้อยละ 16.9 (หรือประมาณ 1,086,880 คน) ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ถึงส่วนที่เหลือกว่า 5 ล้านคนนั้น เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอื่น ๆ มาแล้ว แต่กลับไม่เคยเลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวเลย

3.3.1 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

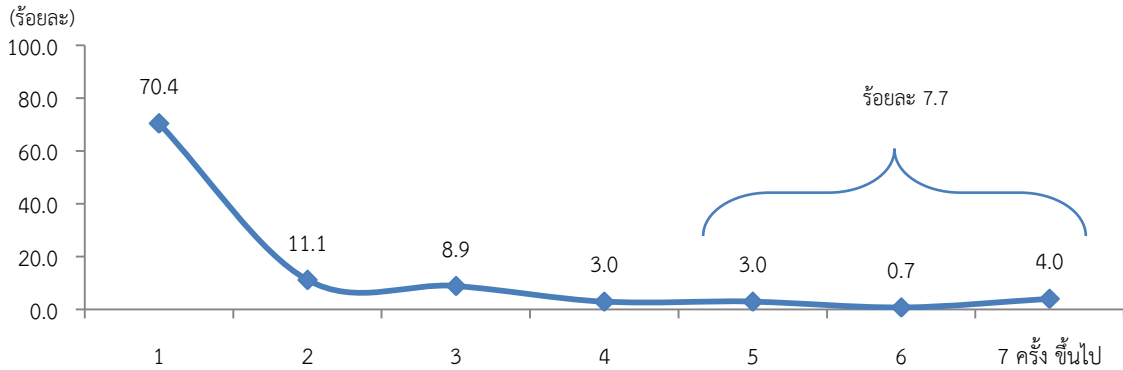
แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)



จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยมีแนวโน้มอายุน้อยมากขึ้น ส่วนใหญ่น้อยกว่า 44 ปี และมีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางลงไป (รวมกันร้อยละ 58.6) ในขณะที่กลุ่มคนที่เคยเดินทางมีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลาง

3.3.2 ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มที่เคยเดินทาง

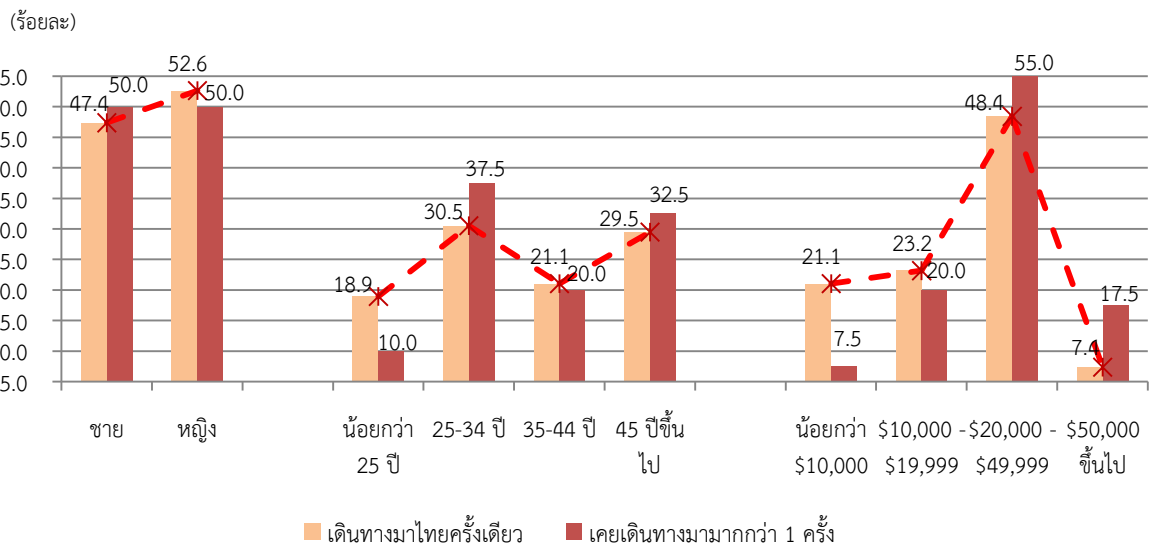
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



พบว่า นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์มีความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยไม่สูงนัก โดยส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพียงประมาณ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 70.4 และร้อยละ 11.1) โดยมีนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนเพียงร้อยละ 7.7 ที่เคยเดินทางมาประเทศไทย ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป

3.3.3 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทย มากกว่า 1 ครั้ง กับกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว

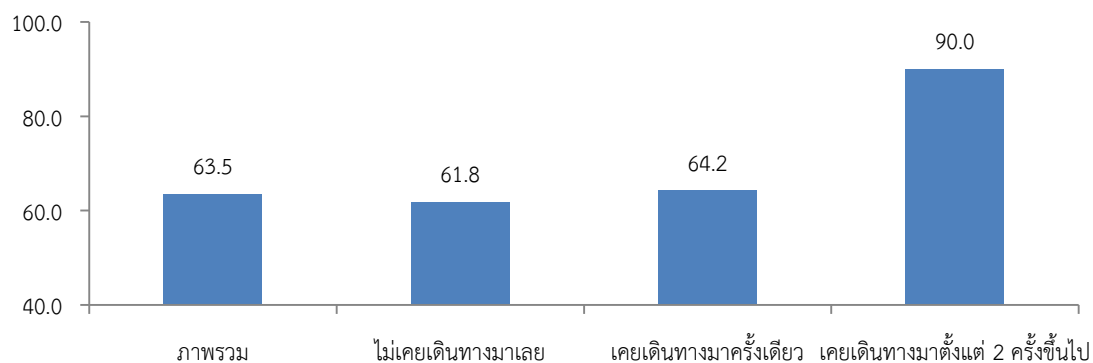
แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว



แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เดินทางมาไทยมากกว่า 1 ครั้ง (มีการเยือนซ้ำ) มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ที่อายุมากกว่า 25 ปีขึ้นไป และมักมีระดับเศรษฐกิจฐานะปานกลางถึงดี มีรายได้ครัวเรือนมากกว่า \$20,000 ขึ้นไป ขณะที่กลุ่มที่เคยเดินทางเพียงครั้งเดียว เป็นกลุ่มชาวฟิลิปปินส์อายุน้อยกว่า 25 ปี และมักมีเศรษฐกิจฐานะเพียงในระดับปานกลางลงไป

3.3.4 แผนการเดินทางเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ (ร้อยละ)

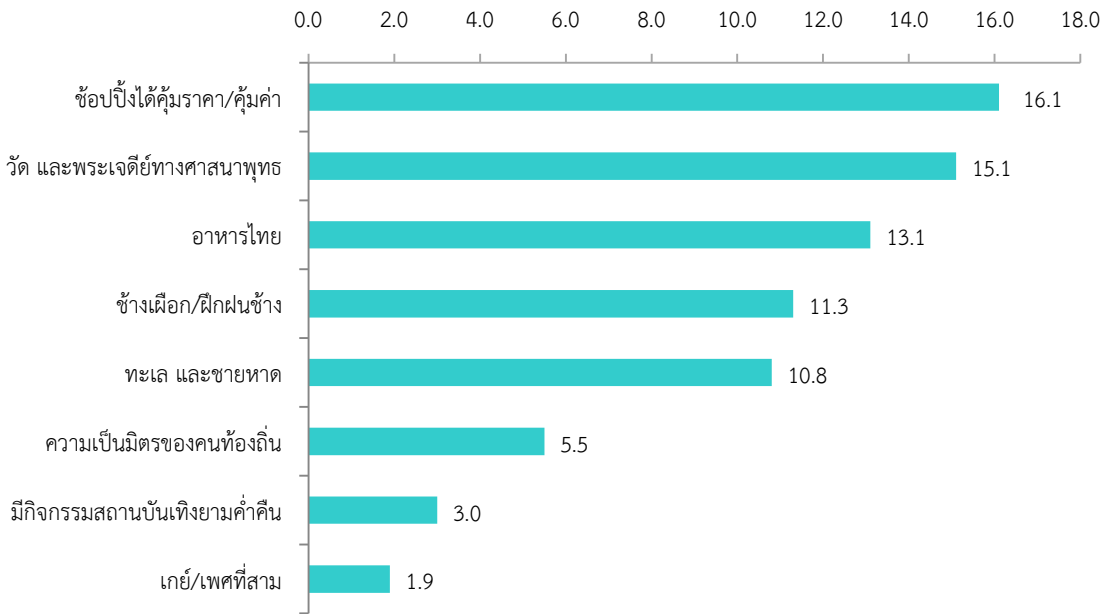


ในภาพรวมกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ (คิด) อยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 63.5 ที่วางแผนไว้ว่า (อาจจะ) เดินทางมาเยือนไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม หากนำกลุ่มที่มีประสบการณ์ต่างๆ ต่อประเทศไทยมาเปรียบเทียบสัดส่วน (ความต้องการ) เดินทางมาเยือนไทยดังกล่าว พบสาระที่น่าสนใจว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแล้ว โดยเฉพาะกลุ่มที่เคยเดินทางมาเยือนแล้วมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ก็ยังคงมีแผนที่จะเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้ง (กลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีสัดส่วนร้อยละ 90.0 กลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว มีสัดส่วนแผนการเดินทางอีก ร้อยละ 64.2) ในขณะที่กลุ่มที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย กลับมีแผนจะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อยู่ที่เพียงร้อยละ 61.8

3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

การศึกษาครั้งนี้ได้สอบถามมุมมองต่อประเทศไทย โดยการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิดว่า หากกล่าวถึงประเทศไทย สิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดที่นึกถึงเป็นประการแรก

แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์



พบว่า “ภาพจำ” ของประเทศไทยต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ที่โดดเด่นเหนือกว่าภาพอื่นๆ ได้แก่ ภาพการช้อปปิ้งที่คุ้มค่า คุ้มราคา (ร้อยละ 16.1) รองลงมา ได้แก่ ภาพวัดหรือเจดีย์ทางพระพุทธศาสนา (ร้อยละ 15.1) ภาพอาหารไทย (ร้อยละ 13.1) ภาพชายหาดหรือการพักผ่อนชายหาด (ร้อยละ 11.3) ภาพทะเลและชายหาด (ร้อยละ 10.8) นอกจากนี้ยังมีภาพความเป็นมิตรของคนไทยที่เป็นเจ้าบ้าน ภาพสถานบันเทิงยามค่ำคืน และภาพเกย์หรือเพศที่สาม (ร้อยละ 5.5 ร้อยละ 3.0 และร้อยละ 1.9) ตามลำดับ

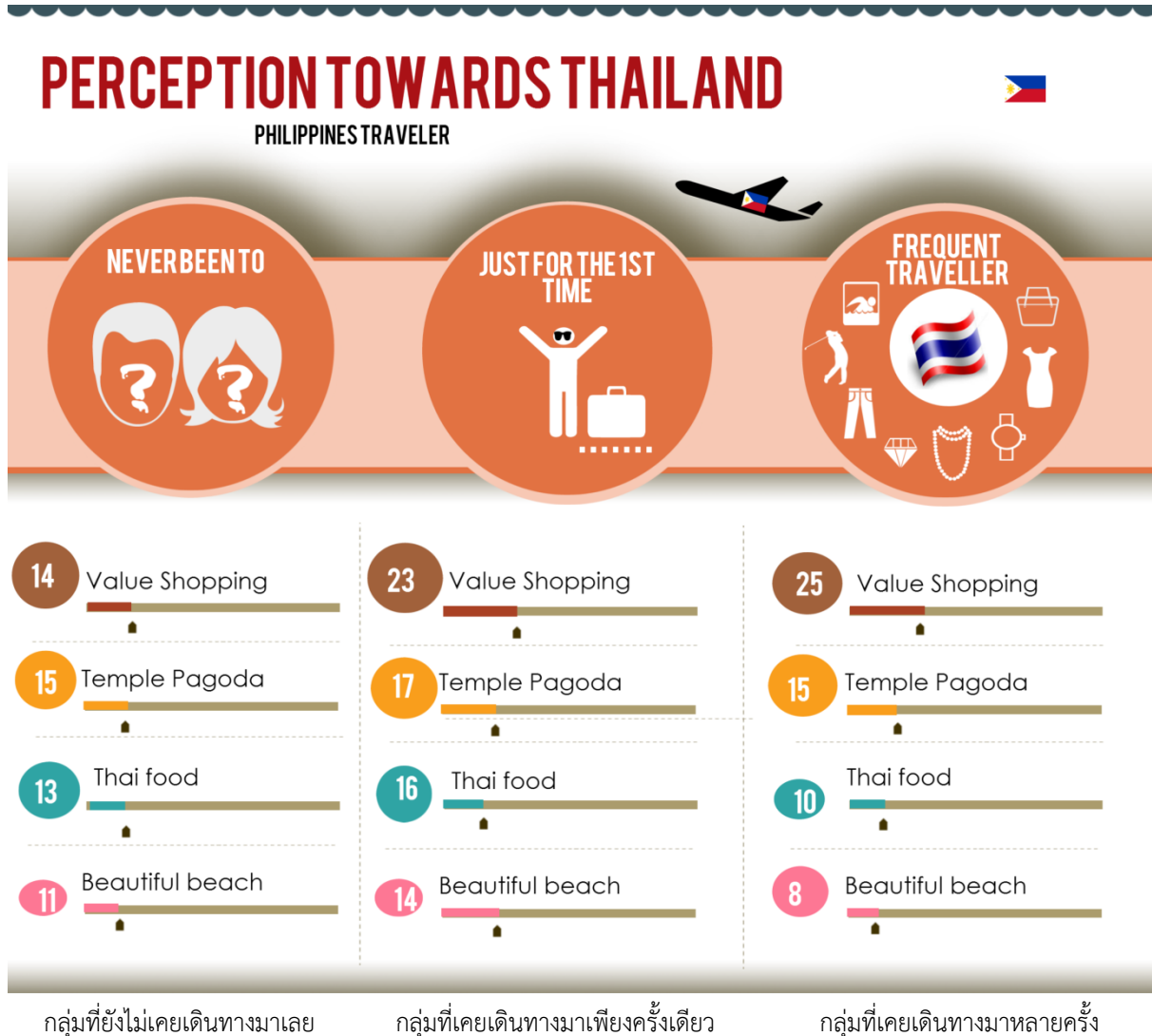
(หมายเหตุผู้วิจัย : เป็นที่น่าสังเกตว่า ประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศเดียวที่เห็นว่า ภาพลักษณ์ด้านการช้อปปิ้ง ซึ่งโดดเด่นในหมู่นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนอื่น กลับได้รับความเห็นพ้องเพียงสัดส่วน ร้อยละ 16.1 รวมถึงภาพลักษณ์ “ด้านความเป็นมิตรของคนไทย” ก็ได้รับการจดจำรับรู้จากชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนน้อยมาก ประเด็นดังกล่าวอนุมานได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมา มีสัดส่วนไม่มาก หรืออีกในทิศทางหนึ่งอาจเนื่องจากชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เห็นว่า ประเทศไทยเป็นประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศตน จึงไม่ได้ให้น้ำหนักความนิยมมากเท่าที่ควร *ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก)

3.4.1 ภาพจำของประเทศไทย เปรียบเทียบตามประสบการณ์ที่แตกต่าง

อย่างไรก็ตามเนื่องจากภาพจำของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ เป็นประเด็นที่สำคัญมาก และย่อมส่งผลต่อแผนการตลาด เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในส่วนถัดไป ดังนั้นเพื่อค้นหา “แรงจูงใจ” ผ่านมิติของภาพจำประเทศ (ซึ่งย่อมส่งผลต่อชุดข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเดินทางในอนาคต)

จึงนำกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่มีประสบการณ์ต่อประเทศไทยอย่างแตกต่าง มาเปรียบเทียบภาพจำของประเทศไทยในมุมมองต่างๆ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน



แผนภูมิภาพด้านบนสื่อได้ถึงภาพจำที่โดดเด่นของชาวฟิลิปปินส์ที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ ภาพจำการช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า ภาพจำเกี่ยวกับเจดีย์ และโบสถ์ อาหารไทย และด้านทะเลชายหาด

อย่างไรก็ตามฟิลิปปินส์เป็นประเทศเดียวที่ภาพจำด้านการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก หากเทียบกับประสบการณ์ต่อประเทศไทย เว้นเฉพาะภาพจำด้านการช้อปปิ้งเท่านั้น ที่นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่ได้มาสัมผัสจริงเกิดตระหนัก และสามารถรับรู้ได้จริงกว่าจากประสบการณ์

บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)

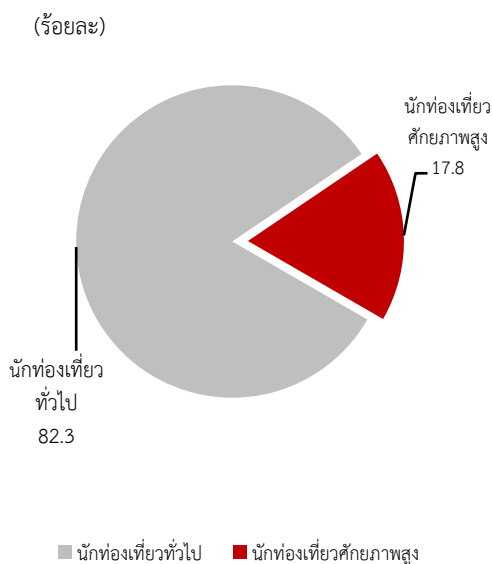
วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” (High Potential Traveler) ในพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งในมิติของพื้นฐานด้านกายภาพ และพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยในการพิจารณา “ค้ำจำกัดความ” ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นั้น ผูกอยู่กับ “ศักยภาพในการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว” (Spending power) เป็นสำคัญ

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

ข้อมูลที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น เพื่อผูกโยงเข้าสู่สมมติฐานเบื้องต้นสำหรับการค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” โดยใช้ “มูลค่าการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว” เป็นแกนกลาง ผสมผสานกับปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านรสนิยม หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ผลการศึกษานี้จะใช้อุปกรณ์ประกอบทั้งด้าน “ค่าใช้จ่ายด้านที่พักแรม” “ศักยภาพการใช้จ่าย” และ “รสนิยม” ผ่านทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิต (Y&R 4Cs Statements) ไว้อย่างครอบคลุมครบถ้วน

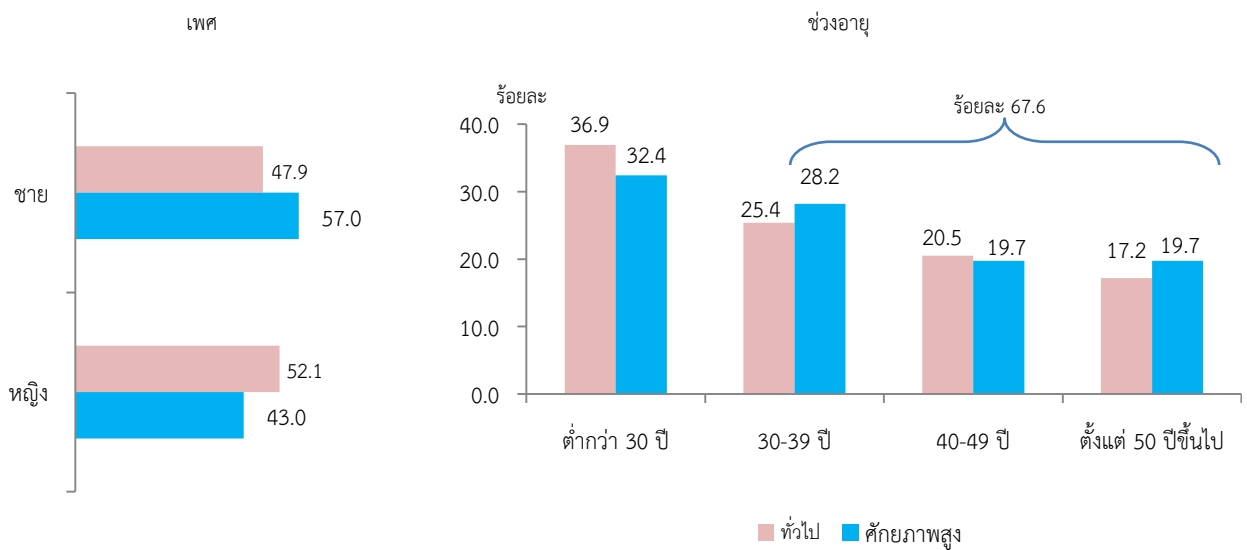
4.1 ประเภท และสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์



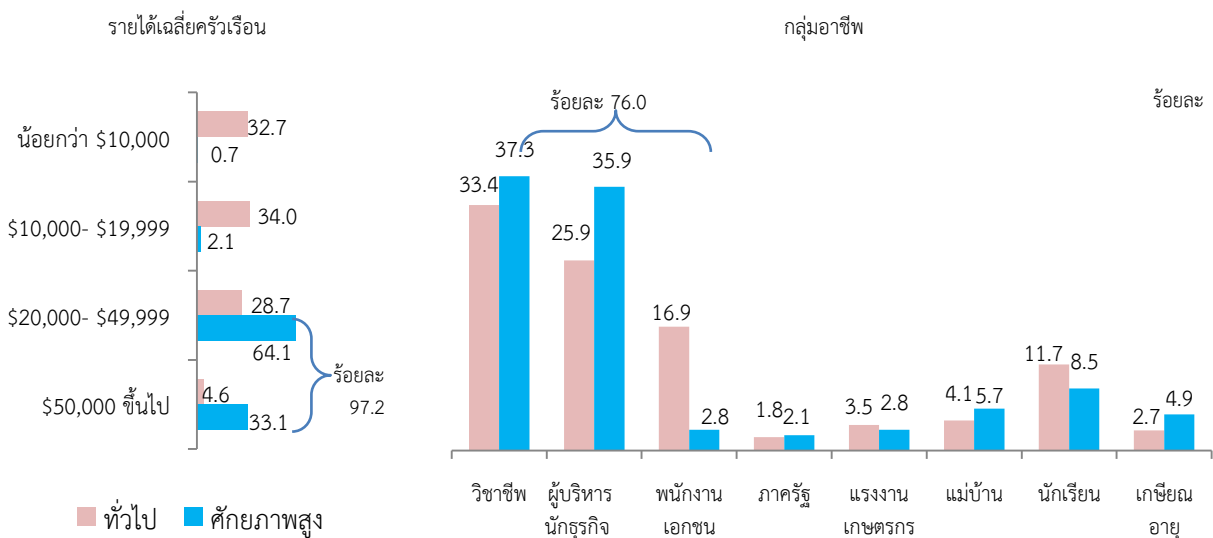
การวิเคราะห์สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกได้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไป มีสัดส่วนร้อยละ 82.3 และที่เหลือร้อยละ 17.8 เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์



นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนในลักษณะเดียวกันของนักท่องเที่ยวทั่วไป และโดยทั่วไป ยังกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มอายุเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่บ้าง (สัดส่วนนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่อายุ ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 67.6 ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป มีสัดส่วนกลุ่มอายุเดียวกัน ร้อยละ 63.1)

แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์

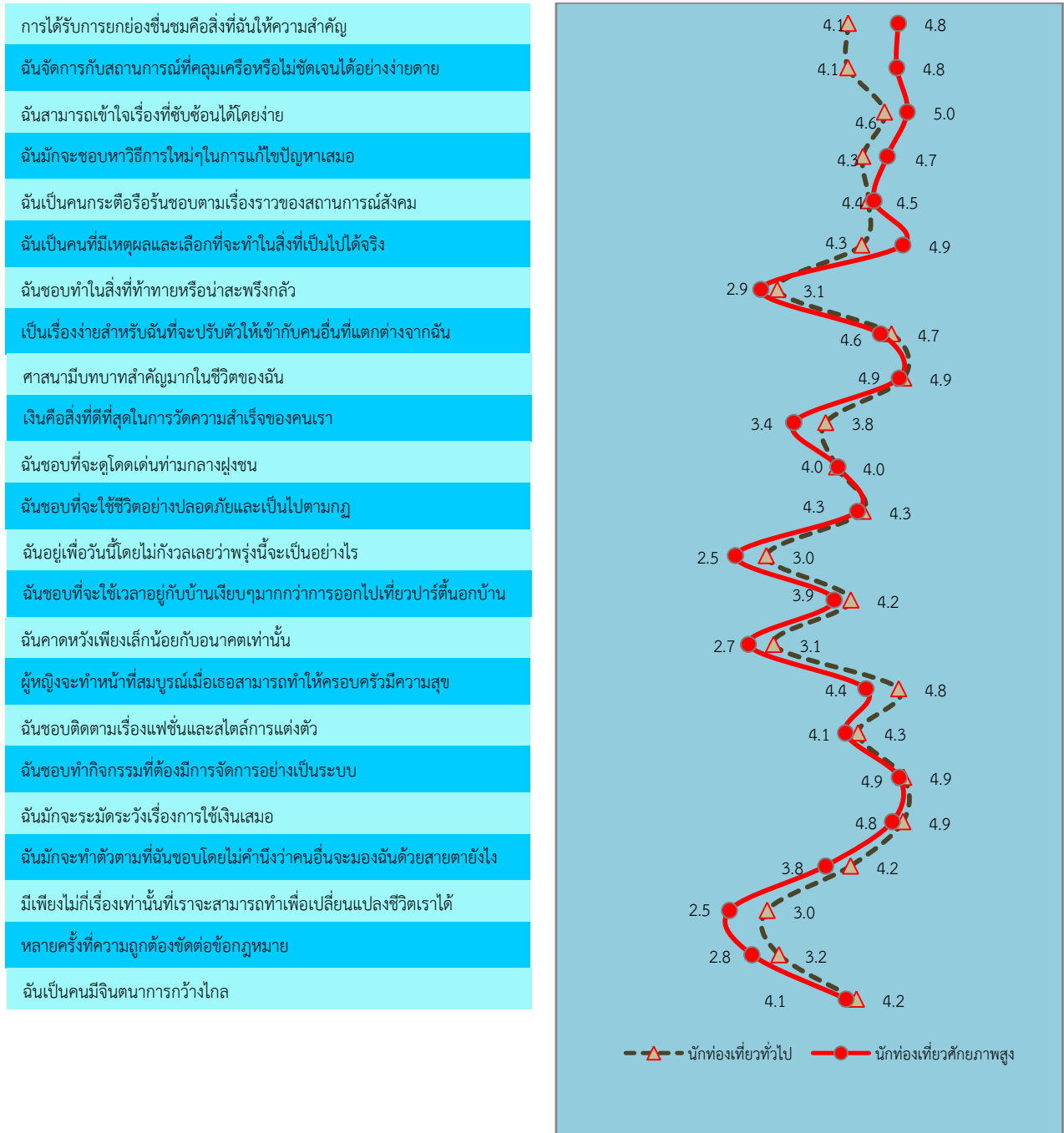


นอกจากนั้นยังพบว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงส่วนใหญ่ เป็นผู้ กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน เช่น แพทย์ วิศวกร ทนายความ หรือเป็นผู้บริหาร นักธุรกิจ ในสัดส่วนที่สูง (รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 76.0) แต่ประเด็นความแตกต่างที่โดดเด่นที่สุด ได้แก่ ระดับเศรษฐฐานะ โดยพบว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์

เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 97.2) มีระดับเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับดีถึงดีมาก (รายได้เฉลี่ยต่อปี ตั้งแต่ \$20,000 ขึ้นไป) ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนเพียงระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 66.7)

4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

แผนภูมิภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์



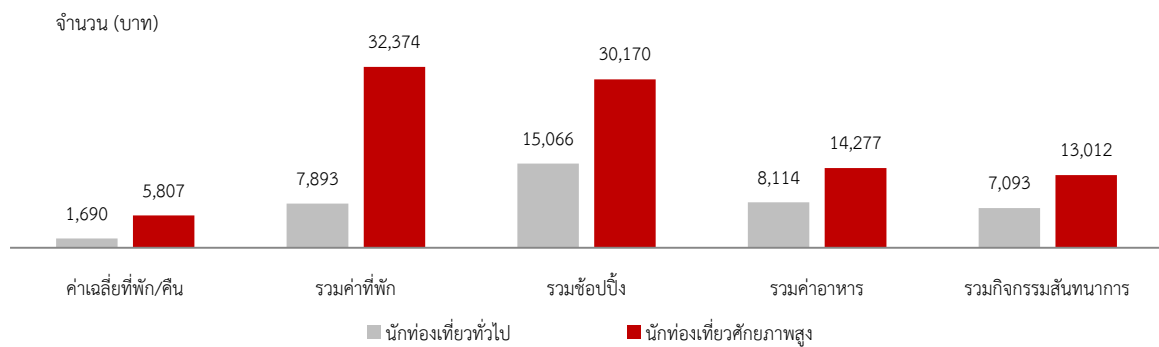
เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กลุ่มศักยภาพสูงกับนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่ามีความแตกต่างกันในสาระสำคัญค่อนข้างชัดเจน ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แสวงหาการยอมรับ และเกียรติยศที่ใช้สื่อแสดงถึงความสำเร็จ ผ่านรสนิยม

และไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต รวมถึงเรียนรู้ และยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมตามวิวัฒนาการในมิติต่างๆ (เห็นได้จากค่าเฉลี่ยต่อทัศนคติในด้าน ขึ้นชมการยกย่อง วิธีการจัดการอุปสรรค การทำความเข้าใจ แสวงหาแนวทางใหม่ และใช้เหตุผล มีค่าสูงเท่ากับ 4.8, 4.8, 5.0, 4.7 และ 4.9 ตามลำดับ)

นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปส่วนใหญ่กลับยังคงยึดแนวความคิดอนุรักษ์นิยม และปฏิบัติตนเป็นไปตามกฎเกณฑ์ ให้ชีวิตผ่านไปอย่างเรียบง่ายไปวันๆ (เห็นได้จากค่าเฉลี่ยต่อทัศนคติในด้าน หน้าที่ผู้หญิง อยู่ไปวันๆ ขาดความเชื่อมั่นในอนาคต มีค่าสูงกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง หรือเท่ากับ 4.8, 3.0 และ 3.0 ตามลำดับ)

4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)



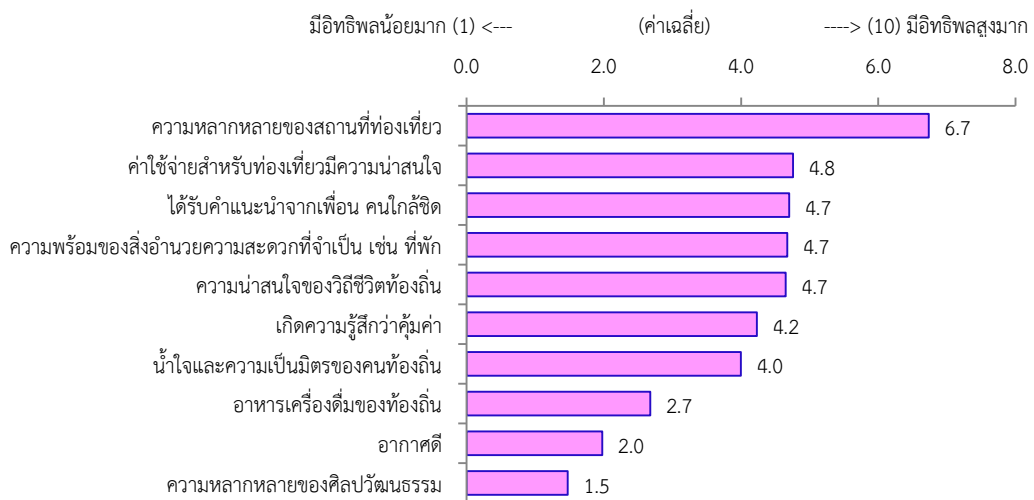
หากพิจารณาค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดทริป เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูงใช้จ่ายเงินเพื่อกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ในทุกหมวด และทุกประเด็น ได้แก่ ค่าที่พัก 32,374 บาท ข้อปลีกเฉลี่ยรวม 30,170 บาท อาหาร 14,277 บาท และกิจกรรมสันทนาการ 13,012 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ใช้จ่ายเป็นค่าที่พักเพียง 7,893 บาท ค่าข้อปลีก 15,066 บาท อาหาร 8,114 บาท และกิจกรรมสันทนาการเพียง 7,093 บาท ตามลำดับเท่านั้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืนนั้น นักท่องเที่ยวดัศึกษายภาพสูงเลือกที่พักราคาเฉลี่ยถึงประมาณ 5,807 บาทต่อคืน ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวฟิลิปปินส์ ใช้บริการที่พักราคาเฉลี่ยเพียง 1,690 บาทต่อคืน เท่านั้น

ค่าเฉลี่ยมูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าวจึงช่วยยืนยันศักยภาพในการสร้างมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดัศึกษายภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ได้เป็นอย่างดี และแสดงถึงความจำเป็นในการทำความเข้าใจ “แรงจูงใจ” ผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเป้าหมายเดินทางของนักท่องเที่ยวดัศึกษายภาพสูงชาวฟิลิปปินส์กลุ่มนี้ ในบทถัดไป

บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์แล้ว “เนื้อหา” ของปัจจัยสำคัญต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว (ภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งหมด รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั่วไป และกลุ่มศักยภาพ) ได้แก่ “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 6.7) “ค่าใช้จ่ายไม่แพง” (ค่าใช้จ่ายสำหรับท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.8) “ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน คนใกล้ชิด” “ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ที่พัก” “ความน่าสนใจของวิถีชีวิต” ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.7 เท่ากัน) รวมถึงปัจจัยภาพรวมที่ทำให้รู้สึกว่าการเดินทางครั้งนั้น “มีความคุ้มค่า” (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.2) ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์

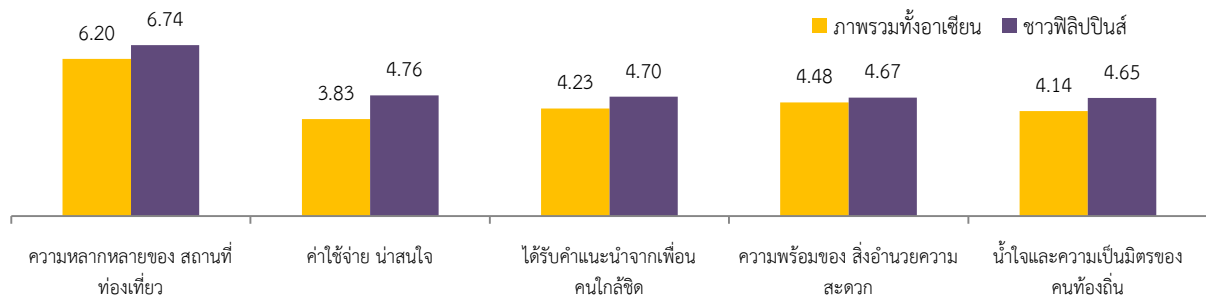


สามารถจำแนก “อิทธิพลอย่างสำคัญ” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวฟิลิปปินส์ เป็น 4 ส่วนสำคัญแรก ได้แก่

1. “สถานที่ท่องเที่ยว” ต้องมีความน่าสนใจ และหลากหลาย ทั้งที่ผ่านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือข้อมูลที่ได้รับทราบจากเพื่อน
2. “ค่าใช้จ่าย” พิจารณาจากแพ็คเกจการเดินทางมีความน่าสนใจ
3. องค์กรประกอบ และ “สิ่งอำนวยความสะดวก” ระหว่างการเดินทางต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น สะท้อนได้ถึงความปลอดภัย และความสะอาดสบายได้ตามสมควร
4. อัจฉริยะไมตรีของคนท้องถิ่น ความมีน้ำใจ และการประเมินภาพโดยรวมว่า การเดินทางจะมีความคุ้มค่า



แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ กับภาพรวมทั้งอาเซียน
ค่าเฉลี่ยปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย)



อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับ สององค์ประกอบแรก ได้แก่ “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 6.74 เปรียบเทียบกับภาพรวมเพียง 6.20 กับความน่าสนใจของแพ็คเกจซึ่งหมายถึง “ค่าใช้จ่าย” โดยรวมของแพ็คเกจนั้นๆ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.76 เปรียบเทียบกับภาพรวม 3.83

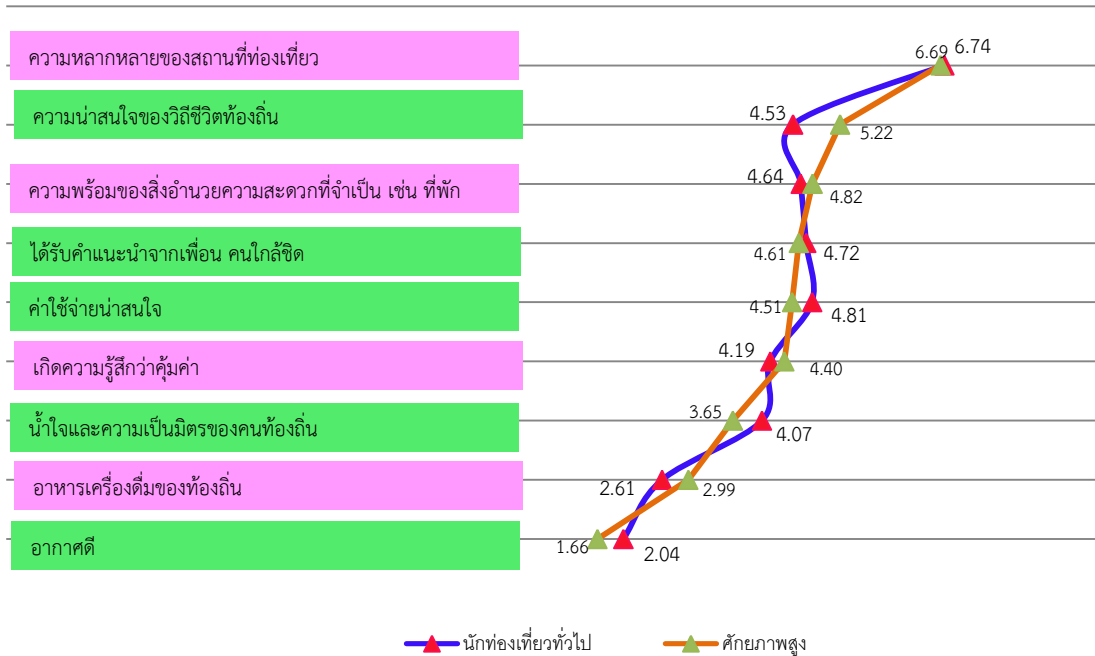
ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ เห็นได้ว่าเป็นส่วนเสริมที่ทำให้เกิด “ความรู้สึกเชื่อมั่น” อาทิ ได้รับคำแนะนำหรือคำยืนยันว่าดี จากเพื่อนคนใกล้ชิด” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.70 เปรียบเทียบกับภาพรวม 4.23 รวมถึงความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ตั้งแต่ความสะดวกในการเดินทาง คุณภาพของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.67 เปรียบเทียบกับภาพรวม 4.48 เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย



5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

แผนภูมิภาพที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

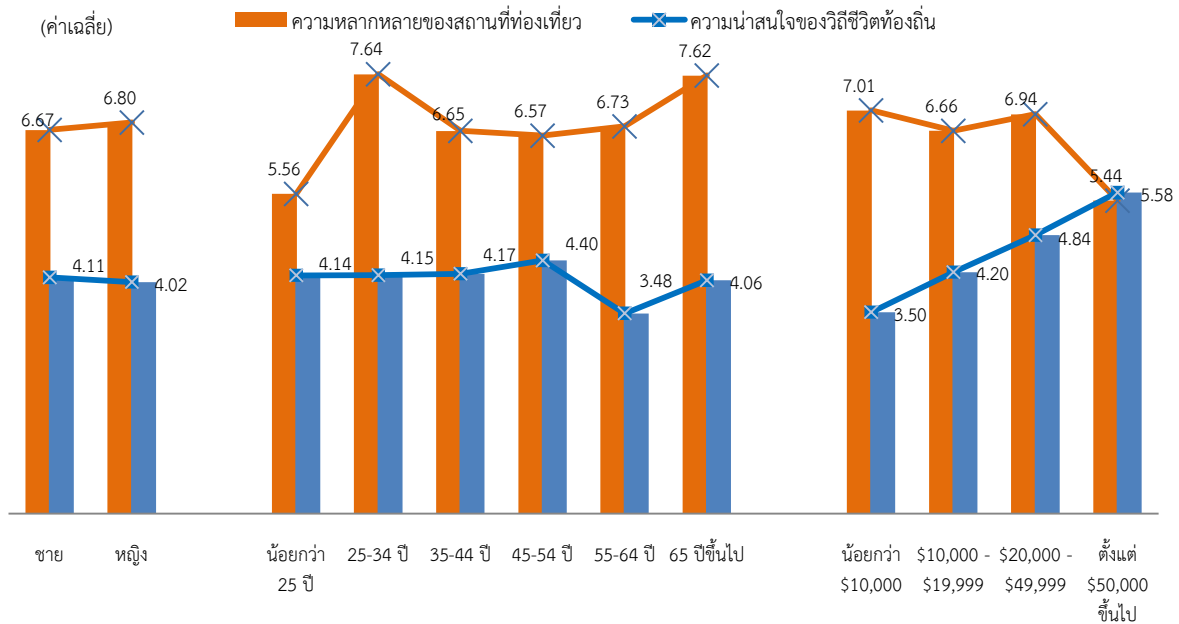


แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วไป กับ นักท่องเที่ยว กลุ่มศักยภาพสูง ไม่มีความแตกต่างกันในรายละเอียดมากนัก ทว่ามีแนวโน้มว่ากลุ่มศักยภาพสูงให้ความสำคัญกับ วิธีการดำรงชีวิตของผู้คน และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ที่พัก มีค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 5.22 และ 4.82 ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป เน้นให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่าย และอัธยาศัยไมตรีของคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.81 และ 4.07 ตามลำดับ มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงอยู่บ้าง

5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงชาวฟิลิปปินส์

ครั้งนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยที่เป็นสาระหลัก และมีอิทธิพลสูง เฉพาะต่อกลุ่มศึกษายภาพสูง ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัย สิ่งอำนวยความสะดวกและความสะดวกสบายที่คาดว่าจะได้รับ กับ ความมั่งหวังหรือภาพลักษณ์ด้านความมีน้ำใจ และความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน

แผนภูมิภาพที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูง จำแนกตามภูมิภาคหลังด้านประชากรศาสตร์



พบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงที่อายุมากกว่า 25 ปีให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยน้อยกว่า มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายน้อยกว่าอยู่บ้าง

ขณะที่นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงที่มีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนสูง มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับประสบการณ์สัมผัสต่อ “วิถีการดำรงชีวิต” ของผู้คนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มศึกษายภาพสูงที่มีรายได้เพียงระดับปานกลางลงไป

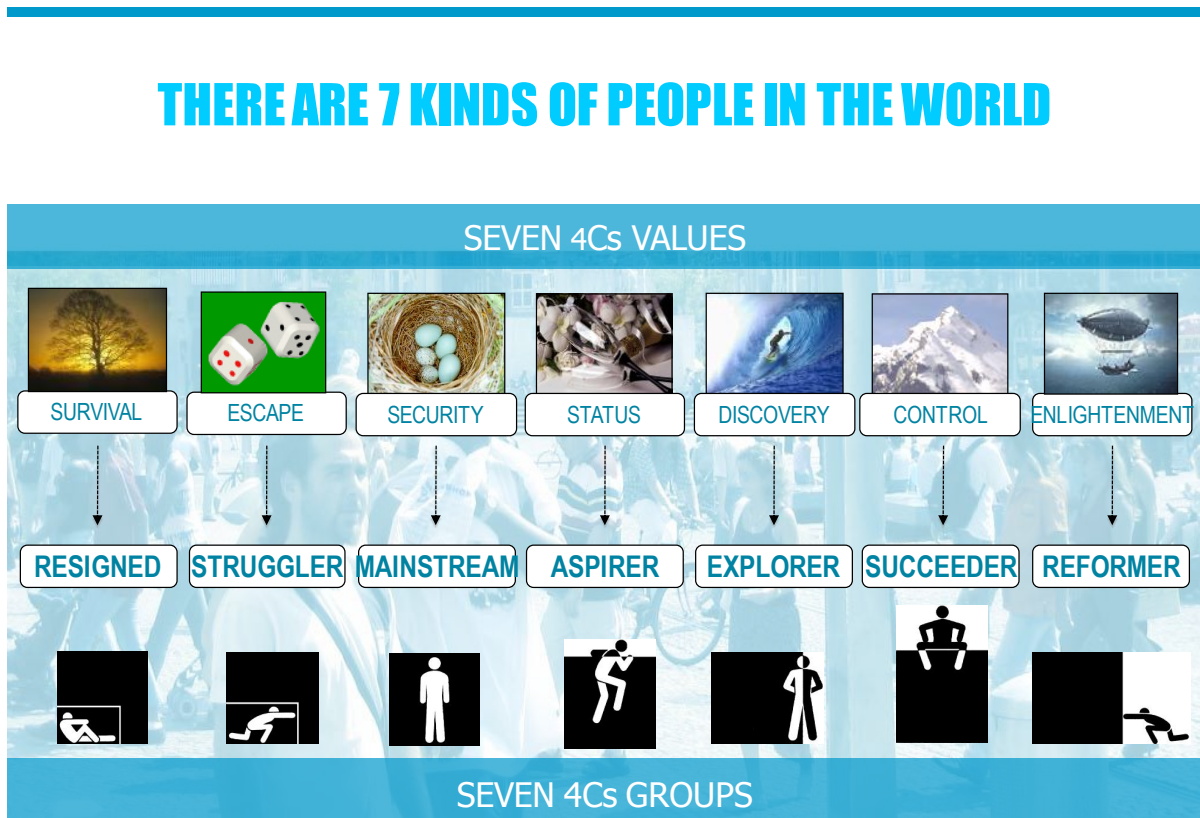
ดังนั้นการเพิ่มความเข้มข้นของปัจจัยทางการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นว่า นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงสามารถใช้ช่วงเวลาท่องเที่ยวเรียนรู้ ลักษณะวิถีการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่นที่มีความน่าสนใจ อาจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ที่มีค่าเฉลี่ยรายได้ครัวเรือนในระดับสูงเกิดความสนใจเลือกเดินทางไปยังเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างเป็นผล

บทที่ 6 นักท่องเที่ยวในกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด

ภายหลังจากทำความเข้าใจพื้นฐานทางกายภาพ หรือข้อมูลประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ รวมถึงการพิจารณาแรงจูงใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในบทที่ผ่านมาแล้ว บทนี้เป็นการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงโดยใช้พื้นฐานการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R

6.1 แนวทาง และผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”

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

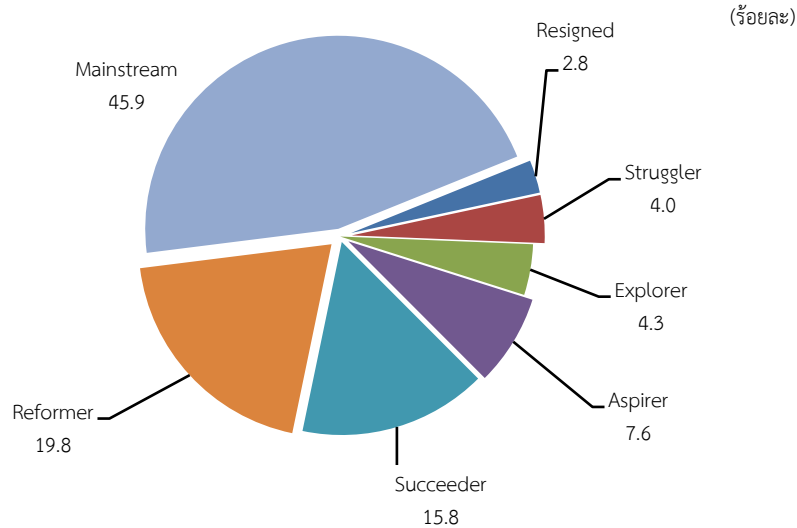


โดยมีคุณลักษณะเบื้องต้นของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

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

ในเบื้องต้นสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ทั้งหมด (รวมกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง) ตาม“กลุ่มไลฟ์สไตล์” ได้ ดังนี้


แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์




พบว่า นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ (ทั้งหมด) ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะอยู่ในกลุ่ม Mainstream ร้อยละ 45.9 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม Reformer ร้อยละ 19.8 และกลุ่ม Succeeder ร้อยละ 15.8

นอกจากนั้นยังพบนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์อีกบางส่วน ร้อยละ 7.6 ร้อยละ 4.3 และร้อยละ 4.0 ที่มีคุณลักษณะเข้าได้กับกลุ่ม Aspirer Explorer และ Struggler ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในสัดส่วนไม่สูงมากนัก ร้อยละ 2.8 ที่มีคุณลักษณะแบบ Resigned

6.1.1 สรุปพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา และกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด และข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปคุณลักษณะ นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ และสัดส่วนแต่ละกลุ่มไลฟ์สไตล์ได้ ดังนี้

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
Mainstream (ร้อยละ 45.9) 	“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง” ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัว และทรัพย์สิน ให้มีความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า	แนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (หญิงร้อยละ 55.9 ชายร้อยละ 44.1) เป็นคนหนุ่มสาววัยทำงานช่วงต้น (อายุช่วง 25-34 ปี ร้อยละ 33.0) กลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ขึ้นไป (ร้อยละ 37.1) อีกกลุ่มหนึ่ง บางส่วนทำงานเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือนักธุรกิจ แต่กลุ่มใหญ่ทำงานเป็นลูกจ้างบริษัท รับราชการ แม่บ้าน หรือผู้ใช้แรงงาน ที่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 72.2 รายได้น้อยกว่า \$20,000 ต่อปี)

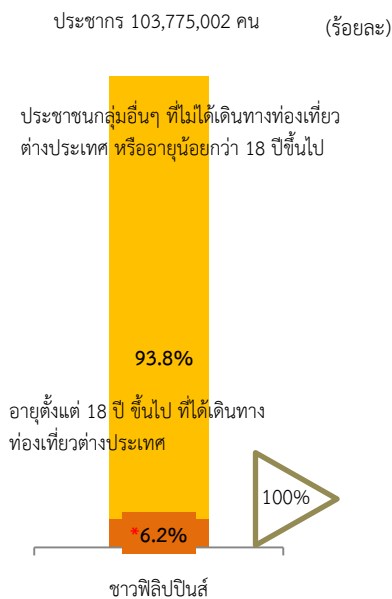
“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
<p>Reformer (ร้อยละ 19.8)</p> 	<p>“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม” การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม</p>	<p>ครอบคลุมทั้งเพศชาย และหญิง (ชายร้อยละ 53.8 หญิงร้อยละ 46.2) ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 62.0) ทำงานเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะด้าน ผู้บริหาร หรือนักธุรกิจ ที่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางขึ้นไปจนถึงดีมาก (รวมกัน ร้อยละ 70.9)</p>
<p>Succeeder (ร้อยละ 15.8)</p> 	<p>“โลกในกำมือของผู้ชนะ” กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ลืมหูลืมตาให้รางวัลกับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด</p>	<p>ครอบคลุมทั้งชาย และหญิง (ชาย ร้อยละ 54.0 หญิง ร้อยละ 46.0) ส่วนใหญ่อายุในวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง (อายุตั้งแต่ 25-44 ปี รวมกันร้อยละ ร้อยละ 52.4) ทำงานเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะด้าน ผู้บริหาร หรือนักธุรกิจ ที่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางขึ้นไปจนถึงดีมาก (รวมกัน ร้อยละ 67.5)</p>
<p>Aspirer (ร้อยละ 7.6)</p> 	<p>“คนอินทรีนตึนโลกแห่งการมีหน้ามีตา” ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้</p>	<p>ครอบคลุมทั้งชายและหญิง (ชายร้อยละ 54.1 หญิง ร้อยละ 45.9) โดยส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปี (ร้อยละ 72.1) เป็นนักศึกษาหรือลูกจ้างบริษัท ที่มีภูมิเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 62.3)</p>
<p>Explorer (ร้อยละ 4.3)</p> 	<p>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ” ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต</p>	<p>แนวโน้มเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย (ชาย ร้อยละ 58.8 หญิง ร้อยละ 41.2) ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปี (รวมกันร้อยละ 76.5) เป็นนักธุรกิจ หรือข้าราชการที่ยังมีรายได้ในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 70.6)</p>
<p>Struggler (ร้อยละ 4.0)</p> 	<p>“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก” เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนดูคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะสนุกสนาน แล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ</p>	<p>แนวโน้มเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย (ชาย ร้อยละ 56.3 หญิง ร้อยละ 43.7) อายุน้อยกว่า 35 ปีกลุ่มหนึ่ง (ร้อยละ 56.3) และอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปอีกกลุ่มหนึ่ง (ร้อยละ 21.9) กลุ่มแรกส่วนใหญ่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 87.5) แต่ที่น่าสนใจคือมีส่วนหนึ่งของกลุ่มหลัง เป็นผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะด้าน หรือวัยเกษียณที่มีเศรษฐฐานะทางสังคมอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก (ร้อยละ 12.5)</p>

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
Resigned (ร้อยละ 2.8) 	“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ” ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแแรกแหกกระเชอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคินจากสังคมรอบตัว	แนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าชายเล็กน้อย (หญิง ร้อยละ 54.5 ชายร้อยละ 45.5) อายุน้อยกว่า 40 ปีกลุ่มหนึ่ง (ร้อยละ 72.7) กับอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปอีกกลุ่มหนึ่ง (ร้อยละ 22.7) กลุ่มแรกส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 86.4) แต่ที่น่าสนใจคือมีส่วนหนึ่งของกลุ่มหลังเป็นข้าราชการ หรือแม่บ้านที่มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก (ร้อยละ 13.6)

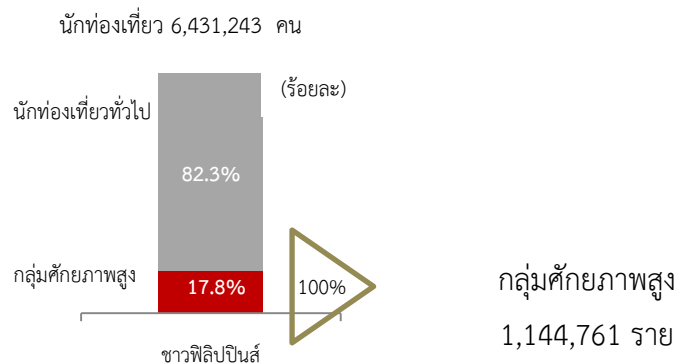
* รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 73

6.1.2 การจำแนกกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง

แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวฟิลิปปินส์ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว



* แสดงจุดทศนิยมเพียง 2 ตำแหน่ง ค่าจริงเท่ากับ 6.19729

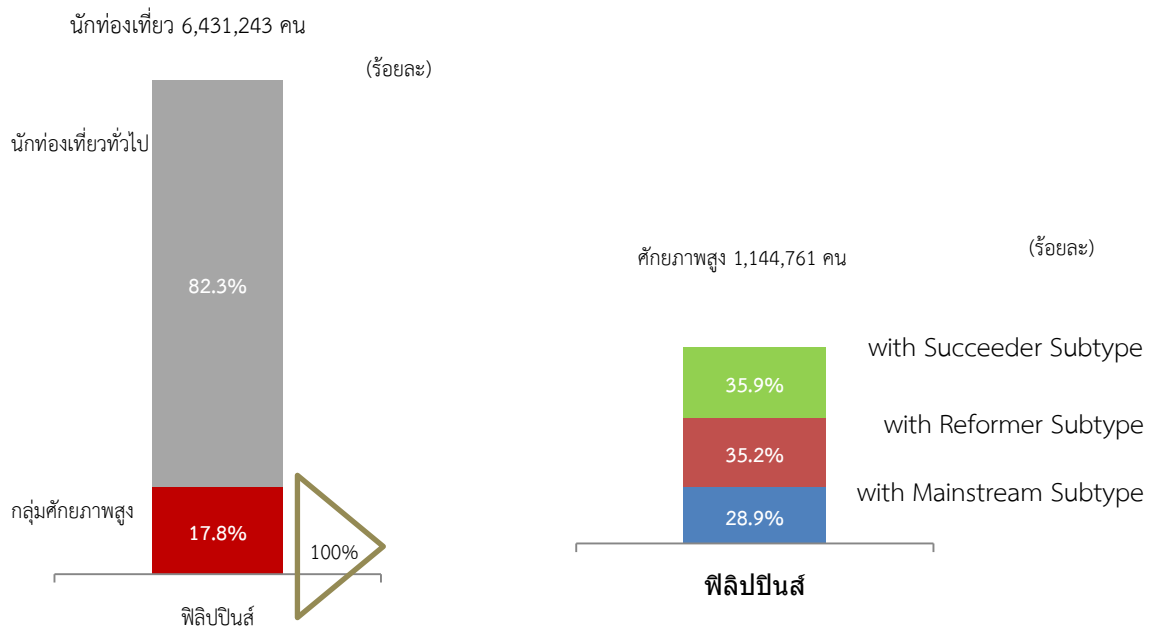
การประมาณการจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 17.8 ของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทั้งหมดหรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณเท่ากับ 1,144,761 คน

การคัดกรองนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ออกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั่วไปในบทที่ผ่านมา พบคุณลักษณะเบื้องต้นที่แตกต่าง ได้แก่

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

ภายใต้หลักการที่เหมาะสม โดยใช้การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” 4Cs Statements ของบริษัท Y&R มาเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม โดยการใช้สถิติประยุกต์เพื่อคัดกรองเฉพาะภายในนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” อีกครั้ง (Rerun EFA on high loading Attributes) สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ (มีจำนวนจากการคำนวณ 1,144,761 ราย) ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์กลุ่มศักยภาพสูง



1. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 35.9 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 410,969 ราย)
2. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 35.2 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 402,956 ราย)
3. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 28.9 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 330,836 ราย)

6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวก่อน “ศักยภาพสูง”

ดังที่กล่าวแล้วในบทที่ผ่านมา เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวก่อน “ศักยภาพสูง” ว่าสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented) กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) และกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาใน โลกรธรรมดา” (Mainstream Oriented) ดังนั้นครั้งนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับ นักท่องเที่ยวก่อนแต่ละกลุ่มย่อย

6.2.1 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

นักท่องเที่ยวก่อนศักยภาพสูงส่วนนี้ มีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวก่อนศักยภาพสูง จำนวนถึง ประมาณ 410,969 ราย และหากพิจารณาค้นหานักท่องเที่ยวก่อนศักยภาพที่มีลักษณะไลฟ์สไตล์แบบนี้ พบว่าส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมืองใหญ่ มีแนวโน้มเป็นเพศชาย (ชายร้อยละ 64.7 หญิงร้อยละ 35.3) ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง (อายุน้อยกว่า 45 รวมกันร้อยละ 74.5) แต่ประเด็นที่โดดเด่นมาก ได้แก่ การที่เกือบทั้งหมดของนักท่องเที่ยวก่อนศักยภาพสูงกลุ่มนี้ มีเศรษฐฐานะในระดับดี ถึงดีมาก (ร้อยละ 94.1 รายได้ ครึ่งเรือนเกินกว่า \$20,000 ต่อปี) และเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 80.4) ทำงานเป็นผู้บริหารบริษัทเอกชน เจ้าของ ธุรกิจชั้นนำ หรือทำงานวิชาชีพ เช่น วิศวกร แพทย์ พยาบาล ทนายความ



ด้วยความเชื่อมั่นในความสามารถของตนจึงกำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิตไว้ด้วยอนาคตที่มั่นคง เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จจึงต้องทำงานหนัก แต่คนฟิลิปปินส์กลุ่มนี้ก็ไม่ลืมที่จะให้รางวัลเพื่อตอบแทนการทำงานหนักของตนเองอยู่เสมอๆ อย่างน้อยก็ด้วยการกินดี อยู่ดี หรือท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ และโดยข้อค้นพบของบริษัท Young & Rubicam (เจ้าของลิขสิทธิ์ 4Cs) ซึ่งได้ทำการศึกษา Cross Cultural Lifestyle พบว่า กลุ่มไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นความ “เชื่อมั่นต่อความสามารถในการควบคุม” (Control) ของตน นั้นให้ความสำคัญสูงมากต่อปัจจัยรอบๆ ตัวดังต่อไปนี้

- ความพยายามในการควบคุมผู้อื่น
- โดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นทั่วไป
- มีรากฐานชีวิตที่มั่นคง
- นิยมให้รางวัลตัวเอง
- ให้ความสำคัญกับบ้าน และครอบครัว
- มีการดูแลวิถีการดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

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

6.2.2 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

การประมาณการในประเทศฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงส่วนนี้ มีจำนวน 402,956 ราย และส่วนใหญ่ก็กระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมืองใหญ่เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงประเภทผู้คว้าชัย โดยหากพิจารณาค้นหานักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในกลุ่มนี้ พบว่าส่วนใหญ่อายุเฉลี่ยเกิน 30 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 74.0) แต่ที่โดดเด่นก็คือ เป็นคนวัยทำงานระยะกลางถึงปลายที่มีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับที่ดีถึงดีมาก

(ร้อยละ 98.0 มีรายได้ครัวเรือนเกินกว่า \$20,000 ต่อปี) ส่วนใหญ่ทำงานวิชาชีพ เช่น วิศวกร แพทย์ พยาบาล หนายความ หรือ ทำธุรกิจ เป็นผู้บริหรระดับสูงหรือเจ้าของ (รวมกันร้อยละ 78.0) กล่าวได้ว่ากลุ่มนี้ประสบความสำเร็จในชีวิตแล้วระดับหนึ่ง แต่ยังมี ภาระการเรียนรู้ และการค้นหา มีรสนิยมการดำรงชีวิต และมองโลกด้วยความสุขสงบจากภายใน อารมณ์สุขุมเยือกเย็น และพินิจพิเคราะห์ แสวงหา มุมมองใหม่ให้กับตนเอง และสังคมรอบข้างอยู่อย่าง สม่่าเสมอ



สำหรับกลุ่มผู้ปรับปรุง ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นแบบ “แสดงแก่นแท้แห่งตน” (Self Expression-Enlightenment) นั้น ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงจิตใจ เรียบง่าย มีความมั่นใจตัวเอง แต่เปิดโลกทัศน์แบบกว้างขวาง พร้อมรับฟัง และอยากปรับปรุงให้ทุกๆ อย่างรอบตัวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สามารถสรุปหลักคิดง่ายๆ ได้ ดังนี้

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

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

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

6.2.3 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented)

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ศึกษภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์เป็นแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” มีจำนวนประมาณ 330,836 ราย ซึ่งหากพิจารณาค้นหานักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อาจสามารถจำแนกออกจากประชาชนชาวฟิลิปปินส์ ทั่วๆไปได้ยาก แต่อย่างไรก็ตาม พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (หญิงร้อยละ 58.5 ชายร้อยละ 41.5) กระจายตัวครอบคลุมทุกช่วงอายุ

ประเด็นที่แตกต่างอย่างเด่นชัดระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศึกษภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ก็คือกลุ่มศึกษภาพสูงกลุ่มนี้มีฐานะร่ำรวย (ร้อยละ 100 มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ \$20,000 ต่อปีขึ้นไป) หมายถึงแม้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ดูแยกได้ยากจากนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่มีฐานะครอบครัวดีกว่า (และกล้าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่า) ดังนั้นจึงอาจสามารถคัดแยกนักท่องเที่ยวศึกษภาพสูงกลุ่มนี้ออกจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ได้จากกรณีศึกษาในการเดินทางที่พิถีพิถันเลือกสถานที่พักที่ดี เน้นความสะดวกสบาย และหรูหรามากกว่าพิจารณาข้อจำกัดด้านราคา

Mainstreamer

คนธรรมดาในโลกธรรมดา



Lifestyles

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

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นเจ้าของค่านิยมด้าน “ความมั่นคงปลอดภัย” เป็นคนมีความสุข ผูกพันกับคนหมู่มาก คอยคำนึงถึงครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ โอนอ่อนผ่อนตามครอบครัว และครอบครัว มีกิจวัตรประจำวันคล้ายเดิม รู้จักคุณค่าของเงิน มักจะมีความกลัวในเรื่องใหม่ๆ และไม่ตามกระแสที่หวือหวา จึงมักจะไม่ใช้สินค้าและบริการที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ และเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักดี คุ่มค่าสมราคา

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

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

6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม“ศักยภาพสูง” ในแต่ละเมืองสำคัญของประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ มีความสำคัญต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์และการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมในการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง ” ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป

จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกกลุ่มย่อยตามพื้นที่

6.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามรายเมืองใหญ่ของประเทศฟิลิปปินส์

ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมืองของประเทศฟิลิปปินส์

	จำนวนประชากรเฉพาะในเขตเทศบาล ^a	ประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ^b	สัดส่วนกลุ่มศักยภาพสูง (ผลการศึกษา) [*]	ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	สนามบิน ^c และจำนวนเที่ยวบินเฉลี่ยต่อสัปดาห์
NCR (include Manila, Quezon City & Caloocan etc.,)	9,462,271	4,057,763	21.80	884,592	Intl. เฉลี่ย 4,529 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Cebu City ^d	2,554,281	1,095,368	12.80	140,207	Intl. เฉลี่ย 1,190 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Davao City ^e	2,371,332	374,195	12.80	47,897	Intl. เฉลี่ย 502 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Zamboanga City ^f	807,129	127,365	12.80	16,303	Intl. เฉลี่ย 137 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Iloilo City ^g	424,619	67,005	12.80	8,577	Intl. เฉลี่ย 194 เที่ยวบิน/สัปดาห์
รวม		5,721,696		1,097,576	

^a ประมาณการจำนวนประชากร Source: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Philippine_cities_and_municipalities_by_population

^b ประมาณการสัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี Source: http://www.indexmundi.com/philippines/demographics_profile.html

^c http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_the_busiest_airports_in_the_Philippines

^d http://en.wikipedia.org/wiki/Mactan-Cebu_International_Airport

^e http://en.wikipedia.org/wiki/Francisco_Bangoy_International_Airport

^f http://en.wikipedia.org/wiki/Zamboanga_International_Airport

^g http://en.wikipedia.org/wiki/Iloilo_International_Airport

กล่าวโดยสรุปได้ว่าประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำนวนค่อนข้างสูง (กว่าหนึ่งล้านคน) โดยส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในเขต NCR ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เมืองเศรษฐกิจหลัก และเมืองหลวงของประเทศ ทั้ง Quezon City, Manila, Caloocan Pasig, Taguig, Valenzuela, Makati เป็นต้น กับอีกเมืองหนึ่ง อันได้แก่ Cebu City ซึ่งเป็นเมืองขนาดใหญ่อันดับรองลงมา และเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศฟิลิปปินส์อีกแห่งหนึ่ง

บทที่ 7 กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์

7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์

ฟิลิปปินส์เป็นประเทศหนึ่งที่มีสัดส่วนกลุ่มประชากรที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปเคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพียงประมาณ ร้อยละ 6.2 แต่ก็คิดเป็นนักท่องเที่ยวประมาณถึง 6,431,243 คน เนื่องจากมีประชากรเป็นจำนวนมาก (ประมาณ 104 ล้านราย เมื่อปี 2554) รวมถึงนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ ถือว่ามีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงประเทศหนึ่ง เห็นได้จากศักยภาพการใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง ทั้งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก (12,516 บาทต่อทริป) มูลค่าการช้อปปิ้ง (17,760 บาทต่อทริป) อาหารเครื่องดื่ม (9,220 บาทต่อทริป) และค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการและบันเทิง (8,173 บาทต่อทริป) มีมูลค่าสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเป็นส่วนใหญ่ (เป็นอันดับที่สามรองจากเฉพาะสิงคโปร์ และบรูไน)

ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ โดยเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

	ภาพรวม	นักท่องเที่ยวทั่วไป	นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก	12,516	7,893	32,374
ค่าใช้จ่ายสำหรับการช้อปปิ้ง	17,760	15,066	30,170
อาหารและเครื่องดื่ม	9,220	8,114	14,277
ค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการและบันเทิง	8,173	7,093	13,012
รวมทั้งหมด (เฉพาะหมวดที่ระบุ)	47,668	38,166	89,832

นอกจากศักยภาพในการใช้จ่ายแล้วฟิลิปปินส์ยังเป็นประเทศที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงในสัดส่วนที่สูงพอสมควร ร้อยละ 17.8 หรือประมาณการเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ถึง 1,144,761 ราย นับว่ามีขนาดตลาดที่น่าสนใจ รวมถึงข้อมูลจากการศึกษาที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางสูงอีกด้วย กล่าวคือประมาณกว่า 89,832 บาทต่อทริป โดยเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก (32,374 บาท) และค่าใช้จ่ายด้านการช้อปปิ้ง (30,170 บาท) และประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีพื้นฐานทางสังคม และหน้าที่การงานที่มั่นคง ส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับที่ดี ถึงดีมาก (รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่า \$20,000 ต่อปีขึ้นไปถึงร้อยละ 97.2) ซึ่งหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พร้อมรับแนวคิดใหม่ๆ รับทราบข่าวสารการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบใหม่ๆ ภายใต้การแข่งขันของผู้เล่น (Players) ในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึง “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” จึงมีสูงขึ้นไปด้วย

ดังนั้นพื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์ จึงจำเป็นต้องนำข้อมูลสรุปขบยอดที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ (รวมถึงการศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน) มาเป็นฐานในการสร้างกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับ “แรงจูงใจ” และ “ความต้องการ” ที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

7.1.1 บทสรุป ทักษะของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ต่อประเทศไทย

Positivity Towards Thailand

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

ทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- มีแหล่งท่องเที่ยวช้อปปิ้งที่มีราคาเหมาะสม
- ทะเลและชายหาดสวยงาม
- คุ่มค่าคุ้มค่า
- แสงสียามค่ำคืน และอาหารอร่อย

ทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ยังไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ
- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านท่องเที่ยวยังไม่สมบูรณ์
- การสื่อสารด้านสัญลักษณ์เพื่ออำนวยความสะดวก และภาษาสื่อสารยังไม่ดีพอ
- ยังไม่ใช่จุดศูนย์กลางการเชื่อมต่อด้านการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์

7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์

7.2.1 ข้อมูล ประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา* สำหรับการสร้างแผนกลยุทธ์

นอกเหนือจากข้อค้นพบ และผลสรุปจากการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดนั้น การจัดเตรียมแผนกลยุทธ์ ยังต้องการข้อมูลประกอบ ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านการคิด ไตร่ตรอง และเติมแต่งด้วยประสบการณ์ ทั้งด้วยการเรียนรู้จากผลการศึกษานี้ หรือจากประสบการณ์ทางตรง ดังนี้

- การเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวมีสัดส่วนสูง เพราะชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว และญาติมิตร
- นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ในภาพรวมกล่าวได้ว่ามีอายุน้อย และมีพื้นฐานการศึกษาดี
- ความสะดวกในการเดินทาง โดยเฉพาะจำนวนไฟล์ทตรง มีความสำคัญ เพราะเป็นประเทศหมู่เกาะ การเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะเครื่องบินจึงเป็นความจำเป็น
- กิจกรรมช้อปปิ้งเป็นกิจกรรมหลักระหว่างการเดินทาง
- สนใจศึกษา และสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น
- สำหรับประเทศไทยแล้ว ปัจจุบันนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่รู้จักเพียง กรุงเทพฯ และภูเก็ต

* ข้อมูลประกอบบางส่วน เป็นความเห็นร่วมกันของคณะที่ปรึกษา

7.2.2 เป้าหมายกลยุทธ์ในภาพรวม

ในการวางกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ นอกจากใช้ข้อมูลต่างๆ ประกอบการพิจารณาแล้ว ยังต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ (Goals Achievement) ไว้เพื่อให้แผนดำเนินการในรายละเอียดมีความสอดคล้อง และพุ่งขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน (Focus) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับครอบครัว

- สร้างการรับรู้ว่าประเทศไทยมีกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวมากมาย ที่ช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างมวลหมู่สมาชิก
- ต้องทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ มองประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนินยที่คุ้นเคย
- ขยายศักยภาพการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ตระหนักในคุณภาพที่โดดเด่น ของสินค้า และบริการท่องเที่ยวของไทย
- ขยายการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ทราบว่า ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวระดับคุณภาพอีกมากมาย ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ได้นอกเหนือจากกรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือของประเทศไทย
- ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ทราบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย สะดวกสบาย มีอย่างเพียงพอ และในราคาที่เหมาะสม โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำระหว่างจังหวัด หรือรถบัสระหว่างเมืองที่ได้มาตรฐาน
- ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์ทราบว่าประเทศไทยกว้างใหญ่ และมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ที่สามารถสัมผัสวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่มีน้ำใจ
- ในอีกมิติหนึ่งยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่
- ประเทศไทยเป็นเป้าหมายการเดินทางที่เหมาะสมกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ หรือฮ่องกง

7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

จากข้อมูลผลการวิจัย บริษัทที่ปรึกษาฯ ได้นำเสนอกรอบหลักการกำหนดกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง) ออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่

IDEA#1: “IDEA: Touch the luxury, Feel the ‘Thai-ness’, Learn the finest”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

กลยุทธ์ที่ 1 ดำเนินแผนงานเพื่อเพิ่มมูลค่า ทั้งทางกายภาพ และจินตภาพของไทย (Thainess) ทั้งในมิติที่จับต้องได้ เช่นสินค้าท่องเที่ยวคุณภาพสูง และในมิติเชิงอารมณ์เหนือชั้นบนความสัมพันธ์ที่กระชับแน่นของสมาชิกในครอบครัว เสริมด้วยประสบการณ์บนความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณี ให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) ซึ่งมีวิถีคิด และอารมณ์ที่เติบโต แต่ก็ยังต้องการแสวงหาความอบอุ่นจาก “น้ำมิตรของเพื่อนมนุษย์” เป็นพลังขับเคลื่อนชีวิตให้ก้าวหน้าสู่ระดับต่อไป

IDEA 1

Background: Thailand has unique cultures and way of life that vastly fascinate travelers such as hill tribe in Chiang Rai , fisherman in Krabi or orchardist in Amphawa –Samutsongkram. Moreover, Thailand also has variety of shopping places of many styles, from floating marketing to international standard department store.

Insight: Filipinoes use trips as a bonding opportunity with family . They prefer shopping and are also intrigued by culture and way of life of others

Solution: Promoting both luxury & local shopping in Thailand offering total traveling experience such as historical story , way of life , local food etc.

Providing group activity creating family bonding such as study local cooking class or handcrafting class with local people



IDEA: Touch the Luxury, Feel the ‘Thai-ness’,
Stay the finest

Disseminated & Confidential © 2013, Energy Division of WOTF, Young & Rubicam Brands. All Rights Reserved.

IDEA #2: “Feel the Heartbeat of Shopping Phenomenon”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

กลยุทธ์ที่ 2 ดำเนินแผนงานเพื่อให้ทราบความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำเลิศ โดยเฉพาะความหลากหลายของแหล่งช้อปปิ้ง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหรา มาตรฐานชั้นนำเลิศระดับ 5-6 ดาว ให้เป็นที่รับรู้ และสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ซึ่งเป็นการเน้นแนวทางตอบสนอง “อารมณ์ขั้นสุดยอด” ให้แก่กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented) ที่ต้องการยืนยัน “ชัยชนะ” แห่งตนให้สังคมทั้งโลกได้ตระหนักทราบ

IDEA 2

Background: Thailand has variety of shopping places . There are many styles of shopping from floating marketing to international standard department store.

Insight: Shopping is the top of “To do list” . Family trips are made frequently, therefore variety of destination is important.

Solution: Promoting Thailand as the land of shopper’s paradise by promoting variety of shopping places. For example, starting program with Talad Nam Suan Pueang - Ratchburi in the morning, JJ market in the afternoon, Siam – Ratchpasong area in late afternoon and finish the day at Asiatique night bazaar.



IDEA: “Feel the Heartbeat of Shopping Phenomenon”

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

IDEA: Time limits , Happiness doesn't

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented)

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

IDEA 3

Background: Suvannabhumi Airport is a gateway of Asian . There are many flights from Suvannabhumi to worldwide , therefore traveler can make 1-2 days trip before traveling to other destinations. In addition, there are many travel destinations around Suvannabhumi that travelers can spend limited time to experience.

Insight: Most of Filipino travelers prefer Singapore as a transit one-night stop before traveling to others.

Solution: promoting one day trip routing around Suvannabhumi airport that traveler can spend limited time for doing variety of activities during transit period such as driving golf at Bangna , Shopping at Mega Bangna , spa at Health Land Srinakarin , go to Pattaya Luxury Hotel or Nong Nuch Tropical Garden .



IDEA: Time limits , Happiness doesn't

Thailand the best transit stop of SEA where you can experience more heavenly activates within limited time

Promoting via lifestyle TV program or magazine in Philippines

Disclosed & Confidential © 2013 Energy Division of WPP - Young & Rubicam Brands . All Rights Reserved.

แผนการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ (Implementation Plan)

กลยุทธ์ที่ 1. “Touch the luxury, Feel the ‘Thai-ness’, Learn the finest”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแผนการดำเนินการ ใน 1 แนวทางเพื่อให้เกิดการรับรู้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศท่องเที่ยวแห่งเดียว ที่ครอบคลุมความต้องการในการพักผ่อน ให้เกิดเป็นประสบการณ์ความสุขอย่างล้นเหลือ ทั้งกิจกรรมการช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า คุ้มค่า ราคา รวมถึงประสบการณ์กับวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เรียบง่าย แต่แฝงด้วยปรัชญาที่งดงามของคนท้องถิ่น โดยแผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ #1 Touch the Luxury, Learn the Local

หลักการ เพื่อเพิ่มการรับรู้มูลค่า สินค้าชั้นคุณภาพของไทย ตั้งแต่ในห้างสรรพสินค้ากลางเมืองใหญ่ จนถึงคุณค่าการประดิษฐ์ที่สามารถสัมผัสได้จริงในแหล่งผลิต พร้อมสัมผัสชีวิตชุมชนท้องถิ่น ช่วยเพิ่มมูลค่าทางจิตใจ

(Promote Thai related products to entice high value purchases – Local Food, souvenir, furniture in variety of spaces, together with the touch of living of local people).

นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ นิยมเดินทางเป็นครอบครัว โปรดปรานกิจกรรมช้อปปิ้ง (โดยเฉพาะกลุ่มผู้ปรับปรุง ให้ความสนใจกิจกรรมช้อปปิ้ง ในสัดส่วนร้อยละ 88.0) นอกจากนี้ยังพบว่าบางส่วนของคนกลุ่มนี้ ให้ความสนใจกิจกรรมท้องถิ่น ทั้งการเรียนรู้วิถีชีวิต (ร้อยละ 14.0) หรือเทศกาลท้องถิ่น (ร้อยละ 18.0)

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: ที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) (402,956 ราย)

เป้าหมายรอง: กลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์

ช่วงเวลา ม.ค.-ธ.ค. 2557

ดำเนินการ

ขั้นตอน

1. แสวงหาผู้ประกอบการพันธมิตรในประเทศ เพื่อร่วมโครงการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการสินค้า SME ที่ผ่านการประกวด และมีความพร้อมในการสื่อสาร และนำเสนอ
2. แสวงหาผู้ประกอบการแหล่งช้อปปิ้ง คัดเลือกเฉพาะสินค้าและบริการชั้นดีเยี่ยม ที่เป็นตราสินค้าของคนไทย และใช้วัตถุดิบที่สื่อถึงความเป็นไทย
3. ให้ข้อมูลที่แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยคาดหมายแผนการตอบโจทยความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่างครบถ้วน **และที่สำคัญที่สุดต้องเน้นความเป็นธรรมชาติตรงไปตรงมา**

4. เนื้อหาต้องสอดแทรกสาระที่แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม
5. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารด้านบน ที่เหมาะสม โดยเฉพาะต่อกลุ่มศักยภาพสูง ชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ สังคมออนไลน์ และนิตยสารท่องเที่ยว แล้วเปิดช่องทางให้คิดเอง ตัดสินใจเอง แต่กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อยากรได้ประสบการณ์ด้วยการ ตัดสินใจของเขาเอง ผ่านกระบวนการ Feed-back ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง
6. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการใน รายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 2. “Feel the Heartbeat of Shopping Phenomenon”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษา ขอเสนอแผนการดำเนินการ ใน 1 แนวทางเพื่อให้เกิดการรับรู้ในประเทศไทยเป็นสวรรค์ที่แท้จริงของ “นักช้อป” โดยแผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ #2 Shopping Family

หลักการ	ส่งเสริมภาพลักษณ์การช้อปปิ้งสินค้าชั้นคุณภาพสูงของไทย ในราคาที่เป็นธรรม (Create and Promote Thailand as a Shoppers’ heaven for luxury goods and local brands for holistic family.
	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง “กลุ่มผู้คว้าชัย” ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับกิจกรรมช้อปปิ้งในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 84.3) โดยเฉพาะสินค้าระดับหรู เห็นได้จากมูลค่าเฉลี่ยของการซื้อสินค้าสูงสุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ (กลุ่มผู้คว้าชัยช้อปปิ้งเฉลี่ย 36,087 บาท กลุ่มผู้ปรับปรุง 26,404 บาท กลุ่มคนธรรมดาในโลกรธรรมดา 27,402 บาท และนักท่องเที่ยวทั่วไป 15,065 บาท เท่านั้น)

กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายหลัก: นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented) (410,969 ราย) เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์กลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ
----------------------	---

ช่วงเวลา ดำเนินการ	ม.ค.-ธ.ค. 2557
-------------------------------	----------------

ขั้นตอน	<ol style="list-style-type: none"> 1. แสวงหาพันธมิตร ที่เป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มเดอะมอลล์ หรือ เซ็นทรัลพัฒนา โดยเน้นตกลงพิเศษเรื่องการจัดโปรแกรม รายการโปรโมชั่นในลักษณะสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อกระตุ้นการซื้อให้ครบถ้วนในหมู่สมาชิก 2. เลือกสรรสินค้าในโปรแกรมเฉพาะสินค้าแบรนด์เนมด์ของไทย (สินค้าคุณภาพชั้นเลิศของคนไทย) 3. นำเสนอข่าวสารผ่านบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์พันธมิตร เพื่อสนับสนุนการจัดโปรแกรมเกรด A ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ 4. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสาร ที่เหมาะสม โดยเฉพาะต่อผ่านบริษัททัวร์ พันธมิตรเกรด A สังคมออนไลน์ และนิตยสารท่องเที่ยว 5. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด
----------------	--

การประเมินผล	รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการต่อต้นทุนทั้งหมด
---------------------	--

กลยุทธ์ที่ 3. “Time limits , Happiness doesn’t”

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแผนการดำเนินการ เพื่อให้เกิดการรับรู้ ว่าประเทศไทย เป็น HUB ที่เหมาะสมที่สุดของการเดินทางหลายประเทศ โดยเฉพาะการเดินทางกับครอบครัวเพื่อพักผ่อน และช้อปปิ้ง แผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Oriented)

แผนดำเนินการ #3 Promote Low Cost Direct Flight

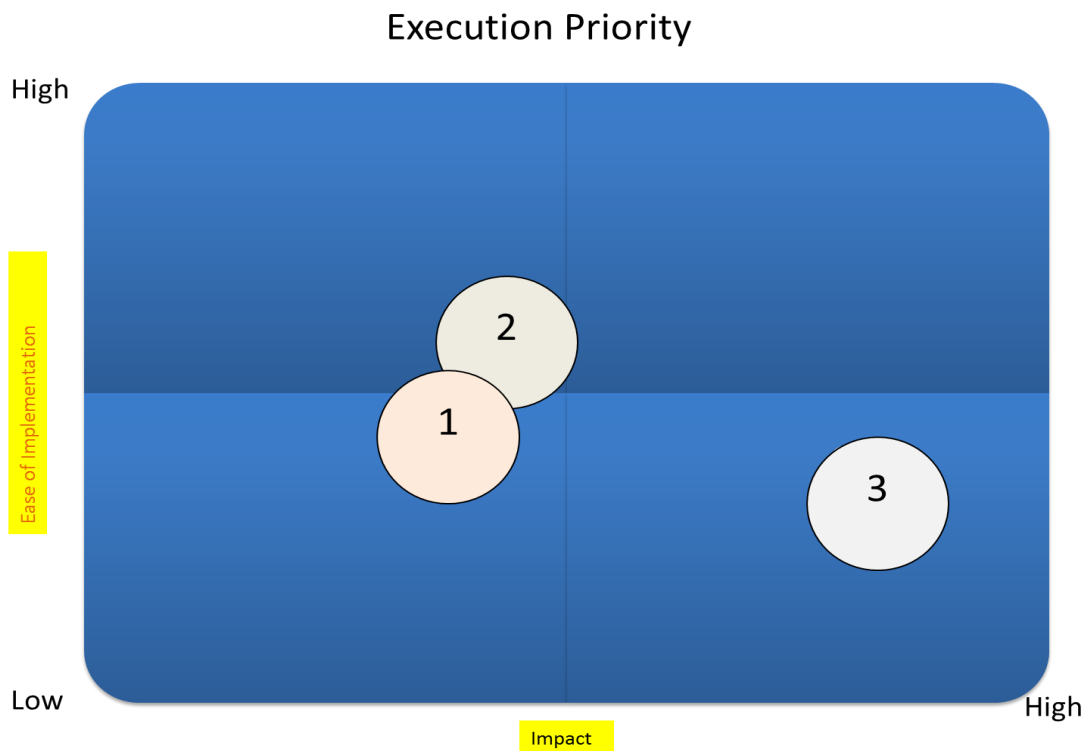
หลักการ	ใช้ประโยชน์จากการเติบโตแบบก้าวกระโดดของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier) ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์กลุ่มนี้ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวโดยตรง อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการชักชวนให้นักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์มาเยี่ยมเยือนประเทศไทย บ่อยครั้งขึ้น (Embrace Low Cost Carriers model to receive more Singaporean travelers (and increase frequencies of visit). Once here, spending will follow) ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มคนธรรมดา ในโลกธรรมดา เป็นกลุ่มที่มีเศรษฐกิจฐานะดี แต่เลือกใช้จ่ายตามความจำเป็น และขึ้นขอบกิจกรรมช้อปปิ้งระหว่างการเดินทาง (ร้อยละ 82.9)
กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักราชภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา”(Mainstream Oriented) (330,836 ราย) เป้าหมายรอง: กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ทั่วไป
ช่วงเวลาดำเนินการ	ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ทั้งของประเทศไทย และนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ ได้แก่ เดือนกุมภาพันธ์ กรกฎาคม และสิงหาคม 2557
ขั้นตอน	1. นำเสนอข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ต่อสายการบินต้นทุนต่ำต่างๆ 2. แสวงหาพันธมิตรในประเทศ เพื่อร่วมโครงการ โดยเฉพาะที่พัก แหล่งช้อปปิ้ง 3. จัดรายการโปรโมชั่น ผ่านบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์พันธมิตร เพื่อสนับสนุนต่อสายการบินต้นทุนต่ำ 4. แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด
การประเมินผล	รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยของสายการบินเหล่านั้นในช่วงเวลาที่กำหนด ต่อต้นทุนทั้งหมด

7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

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

(Impact ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) สามารถแสดงได้ตามแผนภูมิภาพด้านล่าง

- หมายเลข 1 แผนดำเนินการ #1 Touch the Luxury, Learn the Local
- หมายเลข 2 แผนดำเนินการ #2 Shopping Family
- หมายเลข 3 แผนดำเนินการ #3 Promote Low Cost Direct Flight



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

เห็นได้ชัดเจนว่าแผนดำเนินการ #1 Touch the Luxury, Learn the Local และ แผนดำเนินการ #2 Shopping Family ดำเนินการได้ง่ายกว่า แม้อาจต้องประสานงานผ่านผู้ประกอบการหลายราย แต่มีปริมาณผลคาดหวังที่จะได้สูงพอสมควร ขณะที่แผนดำเนินการ #3 Promote Low Cost Direct Flight นั้นปฏิบัติการได้ยากลำบากที่สุด แต่ก็น่าจะให้ปริมาณผลคาดหวังที่สูงมาก เพราะ

ปัญหาอย่างหนึ่งในการเดินทางเยือนประเทศไทยของนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์กลุ่มหนึ่งที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ก็คือ “การเดินทางไม่สะดวก”

ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศโดยพักค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	จำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา			
		1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5 ครั้ง/ปี ครั้ง	6 ครั้ง/ มากกว่าปีละ 1 ครั้ง
ภาพรวม	100.0	71.9	21.4	4.1	2.6
เพศ					
ชาย	100.0	72.7	21.2	3.8	2.3
หญิง	100.0	71.0	21.5	4.5	3.0
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	74.4	18.3	4.3	3.0
25 – 34 ปี	100.0	72.6	20.7	4.1	2.5
35 – 44 ปี	100.0	68.7	24.2	4.9	2.2
45 – 54 ปี	100.0	72.9	18.8	5.3	3.0
55 – 64 ปี	100.0	68.7	28.4	-	3.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	76.9	23.1	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	77.8	15.7	4.6	1.9
\$10,000 - \$19,999	100.0	72.2	20.7	4.0	3.1
\$20,000 - \$49,999	100.0	68.2	25.0	3.9	2.9
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	67.5	26.0	3.9	2.6
อาชีพ					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	71.4	20.5	4.4	3.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	68.8	23.1	5.0	3.2
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	100.0	68.7	26.1	4.3	0.9
ธุรกิจ					
แรงงานและเกษตรกร	100.0	80.0	13.3	-	6.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	70.4	25.9	3.7	-
แม่บ้าน	100.0	80.0	17.1	2.9	-
นักเรียน	100.0	82.0	14.6	3.4	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	68.0	24.0	-	8.0
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	100.0	73.3	19.6	4.1	3.0
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	65.2	29.7	4.3	0.7

ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว			
		จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเองหรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์	เดินทางไปด้วยตัวเอง แต่อาจซื้อตั๋วเดินทาง/กิจกรรมจากบริษัทบ้าง	เดินทางไปกับทัวร์ส่วนบุคคล/ทัวร์จัดเฉพาะกลุ่ม
ภาพรวม	100.0	72.1	21.1	6.6	0.1
เพศ					
ชาย	100.0	69.4	24.2	6.1	0.3
หญิง	100.0	74.8	18.1	7.2	-
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	76.2	18.9	4.3	0.6
25 – 34 ปี	100.0	69.3	23.2	7.5	-
35 – 44 ปี	100.0	69.8	24.7	5.5	-
45 – 54 ปี	100.0	69.2	22.6	8.3	-
55 – 64 ปี	100.0	80.6	10.4	9.0	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	92.3	-	7.7	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	68.1	27.8	4.2	-
\$10,000 - \$19,999	100.0	69.6	26.0	4.4	-
\$20,000 - \$49,999	100.0	74.6	17.5	7.5	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	81.8	1.3	16.9	-
อาชีพ					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	71.8	20.9	7.3	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	74.7	19.0	6.3	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	100.0	66.1	27.8	6.1	-
ชาย ธุรกิจ					
แรงงานและเกษตรกร	100.0	80.0	20.0	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	66.7	25.9	7.4	-
แม่บ้าน	100.0	71.4	22.9	5.7	-
นักเรียน	100.0	73.0	19.1	6.7	1.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	80.0	12.0	8.0	-
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	100.0	70.1	24.9	5.0	-
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	81.9	2.9	14.5	0.7

ตารางที่ 2.1 ร้อยละ การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาว ฟิลิปปินส์ จำแนกตามประเภทการจัดการการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทการจัดการการท่องเที่ยว	
	จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเองหรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์
เพศ		
ชาย	47.5	57.1
หญิง	52.5	42.9
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	21.0	18.8
20-24 ปี	29.4	32.9
25-29 ปี	21.7	26.5
30-34 ปี	16.3	17.6
35-39 ปี	9.5	4.1
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	2.1	0.0
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	24.8	35.3
\$10,000 - \$19,999	26.7	34.7
\$20,000 - \$49,999	36.5	29.4
\$50,000 ขึ้นไป	12.1	0.6
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	34.3	33.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	28.4	24.7
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	13.2	18.8
แรงงานและเกษตรกร	1.9	1.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.2	4.1
แม่บ้าน	4.3	4.7
นักเรียน	11.3	10.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.5	1.8
รวม	100.0	100.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	78.4	96.5
กลุ่มศักยภาพสูง	21.6	3.5
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ภาพรวม	14.4	9.3	12.5	29.0	26.8	11.8	7.1	9.5	11.3	10.5	10.1	27.1
เพศ												
ชาย	16.7	9.1	14.4	24.5	29.3	10.9	6.3	8.1	12.1	10.9	14.1	30.1
หญิง	12.1	9.4	10.6	33.4	24.3	12.6	7.9	10.9	10.4	10.1	6.2	24.3
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	22.0	7.9	8.5	31.7	31.1	3.0	6.1	3.0	6.1	8.5	9.1	34.1
25 – 34 ปี	15.4	10.8	17.4	24.9	19.9	19.9	5.8	9.1	13.7	8.7	9.1	27.0
35 – 44 ปี	12.1	6.6	11.5	30.2	29.7	10.4	9.3	13.7	13.7	9.9	11.0	28.0
45 – 54 ปี	7.5	10.5	9.0	27.8	30.8	8.3	9.8	12.0	8.3	13.5	7.5	24.1
55 – 64 ปี	14.9	11.9	14.9	37.3	23.9	10.4	-	10.4	13.4	16.4	19.4	13.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.7	7.7	23.1	30.8	30.8	23.1	7.7	15.4	15.4	7.7	30.8
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	16.7	9.7	9.7	24.1	24.5	11.1	5.1	6.9	8.3	12.0	8.3	26.4
\$10,000 - \$19,999	11.9	8.8	13.7	30	22.5	12.8	10.1	10.1	11.5	8.4	9.3	22
\$20,000 - \$49,999	12.1	9.6	13.2	32.1	28.9	11.4	4.6	8.6	14.6	8.9	11.1	30.4
\$50,000 ขึ้นไป	23.4	7.8	14.3	28.6	37.7	11.7	13.0	18.2	6.5	18.2	14.3	32.5
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	10.6	10.3	15.4	34.1	29.7	7.0	6.6	10.3	12.1	10.6	14.3	23.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.9	10.4	15.4	26.2	25.3	17.2	7.2	9.0	15.8	11.8	8.6	23.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	15.7	8.7	7.0	19.1	18.3	17.4	11.3	9.6	8.7	10.4	5.2	27.8
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	13.3	26.7	-	26.7	33.3	33.3	-	20.0	13.3	13.3	6.7	46.7
บุคลากรรัฐบาล และทหาร	11.1	-	11.1	25.9	29.6	3.7	7.4	-	3.7	18.5	3.7	40.7
แม่บ้าน	14.3	11.4	5.7	22.9	17.1	11.4	11.4	17.1	5.7	2.9	5.7	25.7

ตารางที่ 3 (ต่อ) ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
นักเรียน	25.8	3.4	10.1	34.8	36.0	3.4	2.2	4.5	4.5	5.6	9.0	40.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	8.0	8.0	8.0	36.0	20.0	16.0	8.0	16.0	12.0	16.0	20.0	24.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	14.4	9.2	12.8	28.2	26.3	11.6	7.1	8.3	11.0	10.0	9.4	26.9
กลุ่มศักยภาพสูง	14.5	9.4	10.9	32.6	29.0	12.3	7.2	15.2	12.3	13.0	13.8	28.3

ตารางที่ 4 ร้อยละของระยะเวลาการพักอยู่ในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ระยะเวลาการพักในต่างประเทศ							
		1 วัน	2-3 วัน	4-5 วัน	1 สัปดาห์	2 สัปดาห์	3 สัปดาห์	1 เดือน	มากกว่า 1 เดือน
ภาพรวม	100.0	0.4	25.6	31.8	28.9	11.4	1.0	1.0	-
เพศ									
ชาย	100.0	0.3	28.5	32.1	28.3	9.1	0.8	1.0	-
หญิง	100.0	0.5	22.8	31.4	29.5	13.6	1.2	1.0	-
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	-	28.7	32.3	28.0	9.8	0.6	0.6	-
25 – 34 ปี	100.0	0.8	30.3	35.3	19.1	13.7	0.4	0.4	-
35 – 44 ปี	100.0	-	21.4	28.6	34.1	12.6	1.1	2.2	-
45 – 54 ปี	100.0	0.8	24.8	32.3	33.1	6.8	1.5	0.8	-
55 – 64 ปี	100.0	-	17.9	26.9	38.8	11.9	3.0	1.5	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	7.7	23.1	53.8	15.4	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	100.0	0.5	22.7	35.6	26.9	11.1	1.4	1.9	-
\$10,000 - \$19,999	100.0	-	26.4	33.9	26.9	11.5	0.9	0.4	-
\$20,000 - \$49,999	100.0	0.4	27.5	27.1	30.4	12.5	1.1	1.1	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	1.3	24.7	31.2	35.1	7.8	-	-	-
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	0.4	27.8	31.5	26.7	11.0	1.1	1.5	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	0.5	21.7	33.9	30.3	12.7	0.5	0.5	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	100.0	0.9	29.6	29.6	28.7	9.6	0.9	0.9	-
ชาย ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	100.0	-	26.7	20.0	33.3	20.0	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	25.9	18.5	48.1	3.7	3.7	-	-
แม่บ้าน	100.0	-	14.3	51.4	25.7	8.6	-	-	-
นักเรียน	100.0	-	31.5	30.3	23.6	12.4	1.1	1.1	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	12.0	24.0	40.0	16	4.0	4.0	-
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	100.0	0.3	25.1	33.2	28.9	10.6	1.1	0.9	-
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	0.7	28.3	24.6	29	15.2	0.7	1.4	-

ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	บุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย						
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	กรุ๊ปทัวร์	เดินทางคนเดียว	คู่สมรส	เพื่อนร่วมงาน/บริษัท	คนรัก
ภาพรวม	56.8	31.6	21.3	20.0	11.3	11.3	5.0
เพศ							
ชาย	59.8	30.1	24.5	20.2	12.1	13.1	4.8
หญิง	53.7	33.2	18.1	19.8	10.4	9.4	5.2
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	71.3	37.2	19.5	17.1	-	3.7	1.8
25 – 34 ปี	46.5	38.2	23.2	19.1	7.9	11.6	9.1
35 – 44 ปี	52.2	29.1	24.7	23.6	16.5	16.5	3.8
45 – 54 ปี	63.2	20.3	22.6	17.3	19.5	14.3	4.5
55 – 64 ปี	58.2	25.4	10.4	23.9	16.4	9.0	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	53.8	23.1	-	30.8	30.8	7.7	7.7
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	45.4	35.2	27.8	29.6	6.0	6.5	8.8
\$10,000 - \$19,999	58.6	30.8	26.0	18.5	12.8	9.7	2.2
\$20,000 - \$49,999	60.7	30.4	17.9	13.6	12.9	14.6	5.4
\$50,000 ขึ้นไป	68.8	28.6	1.3	20.8	15.6	16.9	1.3
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	57.9	32.2	20.9	17.2	8.1	13.2	5.9
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	58.4	32.6	19.0	18.6	17.6	15.4	3.2
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	38.3	34.8	27.8	32.2	8.7	6.1	8.7
ชาย ธุรกิจ							
แรงงานและเกษตรกร	33.3	33.3	20.0	33.3	13.3	6.7	13.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	51.9	33.3	25.9	7.4	7.4	37.0	3.7
แม่บ้าน	54.3	20.0	22.9	25.7	25.7	-	5.7
นักเรียน	78.7	30.3	20.2	15.7	-	2.2	2.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	60.0	20.0	12.0	20.0	24.0	-	-
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	53.8	33.2	24.9	20.8	10.3	11.3	5.3
กลุ่มศักยภาพสูง	71.0	23.9	3.6	15.9	15.9	10.9	3.6

ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)

ข้อมูลส่วนบุคคล	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	กิจกรรมบนแพนและสวนสนุก	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	พบเพื่อน/ญาติ	สถานบันเทิงยามราตรี	ทะเลและชายหาด	วัดคู่ประสงค์ทางธุรกิจ	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น	ช้อปปิ้ง
ภาพรวม	80.0	56.9	56.0	50.8	35.0	32.8	31.5	24.1	12.9	12.0	11.9
เพศ											
ชาย	76.8	58.3	58.1	52.8	33.8	35.1	33.8	23.2	16.4	12.9	14.1
หญิง	83.2	55.4	54.0	48.8	36.1	30.4	29.2	25.0	9.4	11.1	9.7
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	79.9	57.9	59.8	51.2	32.9	34.8	45.1	26.2	5.5	12.2	16.5
25 – 34 ปี	80.5	53.1	62.7	56.0	33.6	27.4	33.6	27.0	11.6	16.6	14.5
35 – 44 ปี	77.5	53.3	51.6	47.3	31.3	30.8	32.4	25.3	19.2	8.2	6.0
45 – 54 ปี	79.7	60.2	48.1	46.6	40.6	39.1	22.6	14.3	15.0	9.0	10.5
55 – 64 ปี	85.1	68.7	50.7	50.7	41.8	37.3	10.4	25.4	11.9	13.4	10.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	84.6	69.2	53.8	38.5	46.2	46.2	7.7	23.1	23.1	-	7.7
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	78.7	47.7	51.4	51.4	28.7	34.3	31.5	23.6	11.1	13.0	17.1
\$10,000 - \$19,999	77.1	66.5	54.6	43.6	34.4	34.8	30.0	22.9	11.9	14.1	11.9
\$20,000 - \$49,999	81.4	57.5	57.5	52.1	41.1	29.3	32.1	24.6	13.6	8.9	7.9
\$50,000 ขึ้นไป	87.0	51.9	67.5	64.9	32.5	35.1	33.8	27.3	18.2	14.3	11.7
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	78.4	59.0	59.7	54.2	39.2	28.6	30.4	28.6	15.0	13.6	10.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	81.9	57.9	56.1	53.8	37.6	31.7	25.8	20.4	16.3	10.4	9.0
พนักงานบริษัทเอกชน	80.0	52.2	55.7	45.2	33.0	35.7	40.9	27.0	14.8	16.5	19.1
แรงงานและเกษตรกร	86.7	26.7	60.0	40.0	20.0	46.7	20.0	46.7	6.7	13.3	13.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	74.1	66.7	44.4	37.0	25.9	29.6	25.9	14.8	11.1	11.1	3.7
แม่บ้าน	77.1	42.9	54.3	48.6	37.1	42.9	37.1	22.9	-	8.6	11.4
นักเรียน	80.9	59.6	51.7	50.6	23.6	39.3	46.1	19.1	4.5	7.9	18.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	84.0	64.0	44.0	36.0	32.0	32.0	4.0	12.0	4.0	8.0	8.0
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	78.9	57.0	54.4	49.1	33.3	32.5	30.5	24.2	12.5	12.6	11.6
กลุ่มศักยภาพสูง	85.2	56.3	63.4	58.5	43.0	33.8	35.9	23.9	14.8	9.2	13.4

ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)											
	ข้อปึง	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	ทะเลและชายหาด	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานบันเทิงยามค่ำ	พบเพื่อน/ญาติ	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมผจญภัย	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น	
เพศ												
ชาย	47.5	51.3	51.5	47.7	50.8	47.9	53.2	53.1	53.1	57.5	58.9	
หญิง	52.5	48.7	48.5	52.3	49.2	52.1	46.8	46.9	46.9	42.5	41.1	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	20.5	21.9	20.7	22.3	20.9	19.3	29.4	21.8	20.8	33.3	28.4	
25 – 34 ปี	30.3	33.7	33.3	33.7	28.1	28.9	32.1	25.2	41.7	31.0	36.8	
35 – 44 ปี	22.0	21.0	21.2	23.8	21.3	20.4	23.4	21.4	15.6	13.8	11.6	
45 – 54 ปี	16.6	14.3	15.3	9.8	17.6	19.3	11.9	19.8	12.5	12.6	14.7	
55 – 64 ปี	8.9	7.6	8.4	8.8	10.1	10.0	2.8	9.5	9.4	8.0	7.4	
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.7	1.6	1.2	1.6	2.0	2.1	0.4	2.3	-	1.1	1.1	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	26.6	24.8	27.3	26.4	22.6	22.1	27.0	28.2	29.2	32.2	38.9	
\$10,000 - \$19,999	27.3	27.7	24.4	26.9	33.2	27.9	27.0	30.2	33.3	25.3	28.4	
\$20,000 - \$49,999	35.6	35.9	36.0	35.8	35.4	41.1	35.7	31.3	26.0	31.0	23.2	
\$50,000 ขึ้นไป	10.5	11.6	12.3	10.9	8.8	8.9	10.3	10.3	11.5	11.5	9.5	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	33.4	36.4	36.5	40.4	35.4	38.2	32.9	29.8	38.5	33.3	29.5	
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	28.3	27.7	29.3	23.3	28.1	29.6	22.6	26.7	24.0	24.1	21.1	
พนักงานบริษัทเอกชน	14.4	14.3	12.8	16.1	13.2	13.6	18.7	15.6	19.8	19.5	23.2	
แรงงานและเกษตรกร	2.0	2.0	1.5	3.6	0.9	1.1	1.2	2.7	2.1	-	2.1	
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.1	2.7	2.5	2.1	4.0	2.5	2.8	3.1	3.1	2.3	1.1	
แม่บ้าน	4.2	4.2	4.2	4.1	3.3	4.6	5.2	5.7	3.1	1.1	4.2	
นักเรียน	11.3	10.3	11.1	8.8	11.6	7.5	16.3	13.4	7.3	18.4	16.8	
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.3	2.5	2.2	1.6	3.5	2.9	0.4	3.1	2.1	1.1	2.1	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	81.1	79.9	79.6	82.4	82.4	78.2	79.8	81.7	86.5	85.1	80.0	
กลุ่มศักยภาพสูง	18.9	20.1	20.4	17.6	17.6	21.8	20.2	18.3	13.5	14.9	20.0	
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22)										
	กิจกรรมผจญภัย	เยี่ยมชมเมือง/ ประเทศ	สปาและสุขภาพ	เกี่ยวกับศาสนา	กิจกรรมด้าน การเกษตร	จัดงานแต่งงาน/ ฮันนีมูน	ส่องเรือ	การแพทย์/การ รักษา	กอล์ฟ	กีฬาอื่นๆ เช่น วัย น้ำ ฯลฯ	ดำน้ำ/ชมปะการัง
ภาพรวม	10.9	10.0	9.3	8.6	3.1	2.9	2.6	2.5	1.9	1.6	1.5
เพศ											
ชาย	12.6	10.1	8.1	8.3	3.3	3.3	2.0	2.3	2.8	1.5	2.3
หญิง	9.2	9.9	10.4	8.9	3.0	2.5	3.2	2.7	1.0	1.7	0.7
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	17.7	15.2	12.8	6.1	2.4	-	2.4	1.8	3.7	1.8	1.8
25 – 34 ปี	11.2	9.1	7.1	6.6	1.7	3.3	2.1	2.1	0.4	2.1	2.5
35 – 44 ปี	6.6	6.6	9.3	11.5	3.8	5.5	4.4	3.8	1.1	0.5	1.1
45 – 54 ปี	8.3	11.3	9.0	9.8	5.3	3.8	-	2.3	3.0	2.3	0.8
55 – 64 ปี	10.4	7.5	10.4	11.9	4.5	-	6.0	3.0	3.0	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	7.7	-	7.7	-	-	-	-	-	7.7	-
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	13.0	13.0	11.6	7.4	2.8	4.2	1.9	2.8	1.9	1.4	1.9
\$10,000 - \$19,999	9.7	10.1	5.7	10.6	3.5	2.2	2.6	1.8	1.3	0.9	0.9
\$20,000 - \$49,999	9.6	8.9	9.3	7.5	3.6	3.2	3.2	2.5	2.1	1.8	1.4
\$50,000 ขึ้นไป	13.0	5.2	13.0	10.4	1.3	-	2.6	3.9	2.6	3.9	2.6
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	10.6	10.6	8.1	7.7	4.4	3.3	2.6	2.2	1.1	1.5	1.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.5	6.8	7.7	9.0	3.2	2.7	3.2	-	0.9	0.9	0.5
พนักงานบริษัทเอกชน	14.8	12.2	13.9	3.5	2.6	6.1	1.7	6.1	3.5	2.6	3.5
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	33.3	-	-	-	13.3	-	-	13.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	14.8	7.4	14.8	-	-	3.7	-	-	3.7	-
แม่บ้าน	2.9	8.6	5.7	5.7	-	2.9	-	2.9	2.9	2.9	-
นักเรียน	18.0	14.6	12.4	10.1	2.2	-	3.4	3.4	4.5	2.2	1.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	8.0	16.0	16.0	4.0	-	4.0	4.0	4.0	-	-
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	11.2	9.7	9.1	8.2	3.3	3.0	2.7	2.3	1.8	1.4	1.4
กลุ่มศักยภาพสูง	9.2	11.3	9.9	10.6	2.1	2.1	2.1	3.5	2.1	2.8	2.1

ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22)										
	สถาและสุขภาพ	วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ	เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ	การแพทย์/การรักษา	กีฬาอื่นๆ เช่น วัยรุ่น ฯลฯ	เกี่ยวกับศาสนา	ส่องเรือ	ดำน้ำ/ชมปะการัง	การท่องเที่ยวด้านเกษตร	จัดงานแต่งงาน/อื่น ๆ	กอล์ฟ
เพศ											
ชาย	43.2	63.1	50.0	45.0	46.2	47.8	38.1	75.0	52.0	56.5	73.3
หญิง	56.8	36.9	50.0	55.0	53.8	52.2	61.9	25.0	48.0	43.5	26.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	28.4	8.7	31.3	15.0	23.1	14.5	19.0	25.0	16.0	-	40.0
25 – 34 ปี	23.0	27.2	27.5	25.0	38.5	23.2	23.8	50.0	16.0	34.8	6.7
35 – 44 ปี	23.0	34.0	15.0	35.0	7.7	30.4	38.1	16.7	28.0	43.5	13.3
45 – 54 ปี	16.2	19.4	18.8	15.0	23.1	18.8	-	8.3	28.0	21.7	26.7
55 – 64 ปี	9.5	7.8	6.3	10.0	-	11.6	19.0	-	12.0	-	13.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	2.9	1.3	-	7.7	1.4	-	-	-	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	33.8	23.3	35.0	30.0	23.1	23.2	19.0	33.3	24.0	39.1	26.7
\$10,000 - \$19,999	17.6	26.2	28.8	20.0	15.4	34.8	28.6	16.7	32.0	21.7	20.0
\$20,000 - \$49,999	35.1	36.9	31.3	35.0	38.5	30.4	42.9	33.3	40.0	39.1	40.0
\$50,000 ขึ้นไป	13.5	13.6	5.0	15.0	23.1	11.6	9.5	16.7	4.0	-	13.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	29.7	39.8	36.3	30.0	30.8	30.4	33.3	33.3	48.0	39.1	20.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	23.0	35.0	18.8	-	15.4	29.0	33.3	8.3	28.0	26.1	13.3
พนักงานบริษัทเอกชน	21.6	16.5	17.5	35.0	23.1	5.8	9.5	33.3	12.0	30.4	26.7
แรงงานและเกษตรกร	-	1.0	-	10.0	-	7.2	-	16.7	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.7	2.9	5.0	-	7.7	5.8	4.8	-	-	-	-
แม่บ้าน	2.7	-	3.8	5.0	7.7	2.9	-	-	-	4.3	6.7
นักเรียน	14.9	3.9	16.3	15.0	15.4	13.0	14.3	8.3	8.0	-	26.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.4	1.0	2.5	5.0	-	5.8	4.8	-	4.0	-	6.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	81.1	79.6	80.0	75.0	69.2	78.3	85.7	75.0	88.0	87.0	80.0
กลุ่มศักยภาพสูง	18.9	20.4	20.0	25.0	30.8	21.7	14.3	25.0	12.0	13.0	20.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Hong Kong	Singapore	Kuala Lumpur	Bangkok	Macau	Tokyo	Beijing	Seoul	Jakarta	Hcmc
ภาพรวม	41.1	37.5	17.8	13.6	10.0	8.9	6.4	5.5	4.0	3.4
เพศ										
ชาย	43.4	40.2	18.7	11.6	10.9	7.8	7.8	5.3	5.1	2.8
หญิง	38.9	34.9	16.8	15.6	9.2	9.9	5.0	5.7	3.0	4.0
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	43.3	40.9	20.1	11.0	8.5	9.8	8.5	8.5	3.7	2.4
25 – 34 ปี	46.5	40.7	17.4	13.7	8.7	9.1	5.8	6.6	5.4	4.6
35 – 44 ปี	39.6	34.6	17.6	10.4	13.7	11.0	8.2	2.2	4.9	2.2
45 – 54 ปี	39.8	37.6	18.8	17.3	11.3	6.8	3.0	5.3	2.3	3.8
55 – 64 ปี	26.9	29.9	14.9	19.4	6.0	6.0	6.0	4.5	1.5	4.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	15.4	-	23.1	7.7	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	36.1	30.6	11.1	7.4	8.8	8.3	6.0	4.6	0.9	2.3
\$10,000- \$19,999	38.8	35.7	20.7	11.5	9.3	9.7	4.0	2.6	5.3	1.8
\$20,000 - \$49,999	44.6	43.2	20.7	20.0	11.8	8.6	6.8	7.5	5.4	3.9
\$50,000 ขึ้นไป	49.4	41.6	16.9	14.3	9.1	9.1	13.0	9.1	3.9	9.1
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	44.0	44.3	22.7	18.7	6.6	4.8	8.8	4.4	5.9	3.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	43.0	39.8	19.0	13.6	13.6	11.3	5.9	3.6	4.5	5.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	31.3	31.3	12.2	7.8	7.0	9.6	4.3	6.1	3.5	1.7
แรงงานและเกษตรกร	46.7	20.0	13.3	6.7	6.7	-	-	13.3	-	6.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	55.6	18.5	3.7	11.1	22.2	3.7	-	7.4	-	3.7

ตารางที่ 8 (ต่อ) ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Hong Kong	Singapore	Kuala Lumpur	Bangkok	Macau	Tokyo	Beijing	Seoul	Jakarta	Hcmc
แม่บ้าน	34.3	34.3	11.4	14.3	17.1	14.3	2.9	5.7	-	2.9
นักเรียน	44.9	33.7	18.0	4.5	11.2	16.9	6.7	11.2	2.2	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	20.0	4.0	24.0	4.0	4.0	8.0	4.0	-	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	41.0	36.6	17.5	12.5	10.3	9.1	5.3	4.9	3.8	2.9
กลุ่มศักยภาพสูง	41.5	41.5	19.0	19.0	8.5	7.7	11.3	8.5	4.9	5.6

ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Hong Kong	Singapore	China	Malaysia	Thailand	Japan	Usa	Indonesia	Korea	Uae
ภาพรวม	40.4	37.4	21.3	21.0	16.9	11.4	8.4	7.8	6.6	4.8
เพศ										
ชาย	42.9	40.2	25.0	21.7	16.4	9.8	9.1	8.1	6.3	5.3
หญิง	37.9	34.7	17.6	20.3	17.3	12.9	7.7	7.4	6.9	4.2
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	43.3	40.9	24.4	25.0	13.4	12.2	6.7	3.7	10.4	0.6
25 – 34 ปี	46.1	40.7	17.0	19.5	18.3	10.4	7.5	11.2	6.6	5.4
35 – 44 ปี	37.9	34.6	27.5	22.5	15.4	14.8	6.0	9.3	3.8	7.1
45 – 54 ปี	39.1	37.6	19.5	21.1	18.0	10.5	11.3	6.8	6.8	5.3
55 – 64 ปี	25.4	28.4	17.9	16.4	20.9	7.5	11.9	4.5	6.0	6.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	15.4	7.7	-	23.1	-	30.8	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	35.6	30.6	20.4	14.4	10.6	11.1	3.7	2.8	4.6	3.7
\$10,000- \$19,999	38.3	35.2	16.3	22.9	13.2	12.3	7.5	9.3	4.4	6.6
\$20,000 - \$49,999	43.6	43.2	24.3	25.4	24.3	11.4	6.4	9.3	8.2	3.2
\$50,000 ขึ้นไป	48.1	41.6	27.3	18.2	18.2	9.1	31.2	11.7	13.0	7.8
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	43.6	44.3	20.1	25.6	23.1	5.9	7.7	10.3	5.9	6.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	42.1	39.4	24.0	20.8	17.6	14.0	9.5	9.5	4.5	4.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขายธุรกิจ	29.6	31.3	13.9	18.3	8.7	13.9	3.5	7.0	6.1	4.3

ตารางที่ 9 (ต่อ) ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Hong Kong	Singapore	China	Malaysia	Thailand	Japan	Usa	Indonesia	Korea	Uae
แรงงานและเกษตรกร	46.7	20.0	20.0	13.3	13.3	13.3	6.7	-	13.3	13.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	51.9	18.5	25.9	3.7	11.1	7.4	18.5	11.1	11.1	11.1
แม่บ้าน	34.3	34.3	20.0	17.1	14.3	14.3	8.6	-	5.7	2.9
นักเรียน	44.9	33.7	29.2	23.6	7.9	19.1	7.9	2.2	13.5	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	20.0	12.0	4.0	24.0	8.0	20.0	-	4.0	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	40.3	36.5	19.8	20.8	15.5	11.7	6.8	7.0	6.2	4.6
กลุ่มศักยภาพสูง	40.8	41.5	28.2	21.8	23.2	9.9	15.5	11.3	8.5	5.6

ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)							จำนวน
	ที่พัก (บาท)	จำนวน (ราย)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	จำนวน (ราย)	การซื้อปิ้ง (บาท)	จำนวน (ราย)	ความบันเทิง และกิจกรรมใน การท่องเที่ยว อื่นๆ(บาท)	
ภาพรวม	12,515.6	752	9,219.5	786	17,760.1	796	8,172.8	751
เพศ								
ชาย	12,356.1	373	9,811.1	389	18,061.3	394	8,166.3	375
หญิง	12,672.6	379	8,639.9	397	17,464.9	402	8,179.4	376
กลุ่มอายุ								
ต่ำกว่า 25 ปี	13,596.5	150	10,457.8	163	18,909.6	164	9,618.4	154
25 – 34 ปี	11,784.0	234	7,691.2	239	15,533.2	239	6,778.0	228
35 – 44 ปี	12,454.2	171	7,891.2	176	17,779.5	182	6,830.0	171
45 – 54 ปี	12,240.6	123	10,593.8	129	19,944.5	131	9,827.2	123
55 – 64 ปี	12,542.5	62	11,804.3	67	18,315.6	67	9,700.8	62
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	16,823.5	12	13,115.7	12	19,053.0	13	10,236.8	13
รายได้รวมของครอบครัว								
น้อยกว่า \$10,000	6,313.0	209	7,337.6	215	12,114.4	213	6,050.0	205
\$10,000 - \$19,999	6,588.8	208	8,411.9	222	15,389.5	226	6,497.9	211
\$20,000 - \$49,999	14,333.8	268	10,101.3	273	20,871.9	280	9,628.9	263
\$50,000 ขึ้นไป	42,990.5	67	13,735.0	76	29,019.9	77	13,807.1	72
อาชีพ								
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ ด้าน	13,795.7	259	8,257.2	268	17,628.1	271	7,863.3	251
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	12,875.5	207	9,216.6	218	18,847.9	220	7,946.4	213
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน ชาย ธุรกิจ	7,317.7	110	7,485.1	114	14,151.7	115	6,230.2	113
แรงงานและเกษตรกร	8,592.8	15	13,115.2	15	16,780.2	15	10,532.6	13
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	9,855.0	25	9,828.0	27	16,717.0	27	9,490.0	23
แม่บ้าน	17,498.8	31	10,409.3	32	20,538.8	34	12,021.5	31
นักเรียน	13,737.7	83	11,465.9	89	18,604.3	89	9,532.6	84
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	14,113.3	22	15,453.8	23	21,146.6	25	10,388.2	23
กลุ่ม								
กลุ่มทั่วไป	7,892.8	610	8,114.0	645	15,065.7	654	7,093.1	614
กลุ่มศักยภาพสูง	32,373.8	142	14,276.7	141	30,169.6	142	13,012.1	137

ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง				
	เครื่องบินปกติ	เครื่องบินเช่า	เรือเฟอร์รี่	ล่องเรือในมหาสมุทร	รถมอเตอร์ไซด์
ภาพรวม	97.3	1.9	4.6	0.8	1.5
เพศ					
ชาย	97.7	1.3	4.3	1.0	1.3
หญิง	96.8	2.5	5.0	0.5	1.7
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	-	1.2	0.6	-
25 - 34 ปี	98.3	2.5	5.8	1.2	2.1
35 - 44 ปี	97.3	2.7	4.9	-	2.7
45 - 54 ปี	93.2	1.5	6.0	0.8	0.8
55 - 64 ปี	95.5	1.5	3.0	1.5	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	92.3	7.7	15.4	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	97.2	2.3	2.3	0.9	3.2
\$10,000 - \$19,999	96.9	3.1	4.0	0.9	1.3
\$20,000 - \$49,999	97.5	0.7	4.6	0.4	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	97.4	1.3	13.0	1.3	1.3
อาชีพ					
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	96.7	2.2	5.1	0.4	1.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	98.6	2.3	6.3	0.9	1.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	97.4	3.5	1.7	0.9	4.3
ชาย ธุรกิจ					
แรงงานและเกษตรกร	93.3	-	6.7	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	96.3	-	11.1	-	3.7
แม่บ้าน	94.3	-	2.9	2.9	-
นักเรียน	100.0	-	1.1	1.1	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	88.0	-	4.0	-	-
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	97.0	2.1	3.0	0.8	1.7
กลุ่มศักยภาพสูง	98.6	0.7	12.3	0.7	0.7

ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง																	
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	หน้าเว็บไซต์	สังคมออนไลน์วิทยุ	บริษัททัวร์	นิตยสารท่องเที่ยว	หนังสือคู่มือการเดินทาง	โบรชัวร์	หนังสือพิมพ์	สมาร์ตโฟน	โปสเตอร์	ทีวี	นิตยสารทั่วไป	พอร์ทัลเว็บ/อี-บุ๊ก / อี-แมกกาซีน	แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ	โปสเตอร์	สารคดี	ป้ายประกาศ	วิทยุ
ภาพรวม	28.9	26.9	26.4	24.6	22.3	12.9	10.6	9.5	6.1	6.0	5.4	4.8	2.8	2.5	2.0	1.6	1.5	
เพศ																		
ชาย	28.3	27.8	27.0	22.7	22.2	12.9	10.4	13.9	5.8	5.8	4.8	4.0	2.5	2.8	2.0	0.8	1.3	
หญิง	29.5	26.0	25.7	26.5	22.3	12.9	10.9	5.2	6.4	6.2	5.9	5.4	3.0	2.2	2.0	2.5	1.7	
กลุ่มอายุ																		
ต่ำกว่า 25 ปี	26.8	32.9	20.7	22.0	19.5	8.5	11.0	16.5	4.3	8.5	6.7	5.5	1.8	5.5	1.8	3.0	1.8	
25 – 34 ปี	34.4	24.9	34.4	17.4	24.5	13.7	7.5	9.1	5.4	4.1	6.6	6.2	2.1	0.8	1.2	0.8	1.7	
35 – 44 ปี	23.1	26.4	28.0	28.0	23.6	13.2	12.6	7.1	9.3	7.1	3.8	3.3	2.7	2.7	1.1	1.1	1.1	
45 – 54 ปี	30.1	26.3	24.8	28.6	19.5	12.8	9.0	6.8	6.8	6.8	4.5	4.5	3.8	2.3	3.0	1.5	2.3	
55 – 64 ปี	29.9	20.9	14.9	38.8	22.4	17.9	14.9	6.0	3.0	3.0	4.5	3.0	4.5	1.5	3.0	3.0	-	
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	30.8	-	30.8	23.1	23.1	30.8	7.7	7.7	-	-	-	7.7	-	15.4	-	-	
รายได้รวมของครอบครัว																		
น้อยกว่า \$10,000	30.1	23.1	23.1	25.5	19.4	12.5	10.6	12.0	5.6	6.0	6.0	8.3	1.9	2.8	3.2	1.9	1.9	
\$10,000 - \$19,999	28.2	27.3	23.3	27.8	21.6	11.9	11.9	8.8	5.7	7.9	7.0	4.4	1.3	3.5	1.8	2.6	1.3	
\$20,000 - \$49,999	29.3	27.5	31.4	21.8	25.7	13.2	8.6	7.9	7.5	4.3	4.3	2.5	3.9	1.8	1.4	1.1	1.8	
\$50,000 ขึ้นไป	26.0	33.8	26.0	23.4	19.5	15.6	14.3	10.4	3.9	6.5	2.6	3.9	5.2	1.3	1.3	-	-	
อาชีพ																		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	33.7	24.5	30.8	26.4	21.6	14.3	8.1	8.8	6.6	3.3	4.0	2.9	2.2	2.2	2.2	1.5	0.4	

ตารางที่ 12 (ต่อ) ร้อยละช่องทางที่ใช้ตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง																	
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	หน้าเว็บไซต์	ตั้งคมออนไลน์วิทยุ	บริษัททัวร์	นิตยสารท่องเที่ยว	หนังสือคู่มือการเดินทาง	โบรชัวร์	หนังสือพิมพ์	สมาร์ตโฟน	โปสเตอร์	ทีวี	นิตยสารทั่วไป	พอร์ทัลเจดเมด / อี-บุ๊ก / อี-แมกกาซีน	แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ	โปสเตอร์	สารคดี	ป้ายประกาศ	วิทยุ
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	21.3	29.9	27.1	25.8	25.8	14.9	14.5	5.9	5.4	5.9	3.6	5.4	4.1	0.5	0.9	1.4	2.7	
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	29.6	28.7	22.6	18.3	20.0	9.6	9.6	14.8	8.7	10.4	3.5	7.0	3.5	5.2	2.6	-	1.7	
แรงงานและเกษตรกร	13.3	-	40.0	26.7	26.7	13.3	-	20.0	13.3	6.7	20.0	6.7	-	-	-	6.7	6.7	
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	33.3	29.6	22.2	25.9	3.7	11.1	3.7	11.1	3.7	-	3.7	-	7.4	3.7	-	-	
แม่บ้าน	34.3	20.0	20.0	22.9	17.1	22.9	11.4	5.7	-	2.9	20.0	8.6	-	2.9	-	2.9	-	
นักเรียน	23.6	30.3	21.3	24.7	18.0	6.7	12.4	16.9	3.4	11.2	9.0	5.6	1.1	4.5	3.4	4.5	2.2	
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	56.0	24.0	4.0	28.0	24.0	12.0	8.0	4.0	4.0	4.0	8.0	-	8.0	-	4.0	-	-	
กลุ่ม																		
กลุ่มทั่วไป	28.0	27.2	25.8	25.1	22.3	12.0	11.1	9.4	5.9	6.8	5.5	4.9	2.4	3.0	2.3	2.0	1.5	
กลุ่มศักยภาพสูง	33.1	25.4	28.9	22.5	21.8	16.9	8.5	9.9	7.0	2.1	4.9	4.2	4.2	-	0.7	-	1.4	

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (ลิขอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	หน้าเว็บไซต์	สังคมออนไลน์	ตัวแทนการท่องเที่ยว	นิตยสารท่องเที่ยว	หนังสือคู่มือการเดินทาง	โบรชัวร์	หนังสือพิมพ์	สมาร์ทโฟน	ทีวี
ภาพรวม	2.8	2.6	2.5	2.4	2.1	1.2	1.0	0.9	0.6	0.6
เพศ										
ชาย	2.7	2.7	2.6	2.2	2.1	1.2	1.0	1.3	0.6	0.5
หญิง	2.8	2.5	2.5	2.5	2.1	1.2	1.0	0.5	0.6	0.6
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	2.5	3.2	2.0	2.1	1.8	0.8	1.0	1.5	0.4	0.8
25 – 34 ปี	3.3	2.4	3.3	1.7	2.3	1.3	0.7	0.9	0.5	0.4
35 – 44 ปี	2.2	2.5	2.7	2.7	2.2	1.2	1.2	0.7	0.9	0.7
45 – 54 ปี	2.9	2.5	2.3	2.7	1.9	1.2	0.8	0.6	0.7	0.6
55 – 64 ปี	2.9	2.0	1.4	3.7	2.1	1.7	1.4	0.6	0.3	0.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.5	2.9	-	3.0	2.1	2.2	2.8	0.7	0.7	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	2.8	2.3	2.2	2.5	1.8	1.2	1.0	1.1	0.5	0.6
\$10,000 - \$19,999	2.7	2.6	2.2	2.6	2.1	1.1	1.1	0.8	0.5	0.8
\$20,000 - \$49,999	2.8	2.7	3.0	2.1	2.4	1.2	0.8	0.7	0.7	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	2.5	3.2	2.5	2.3	1.8	1.5	1.3	1.0	0.4	0.6
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.2	2.4	2.9	2.5	2.0	1.4	0.7	0.8	0.6	0.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.0	2.9	2.6	2.5	2.4	1.4	1.4	0.6	0.5	0.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	2.9	2.8	2.2	1.7	1.9	0.9	0.9	1.4	0.8	1.0
แรงงานและเกษตรกร	1.3	-	3.7	2.6	2.5	1.3	-	1.9	1.3	0.6

ตารางที่ 13 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจาก การบอกเล่า	หน้า เว็บไซต์	สังคม ออนไลน์	ตัวแทน การท่องเที่ยว ทีวี	นิตยสาร ท่องเที่ยว	หนังสือคู่มือ การเดินทาง	โบรชัวร์	หนังสือพิมพ์	สมาร์ต โฟน	ทีวี
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.3	3.2	2.9	2.1	2.4	0.3	1.0	0.3	1.1	0.4
แม่บ้าน	3.3	1.9	1.9	2.2	1.7	2.2	1.0	0.5	-	0.3
นักเรียน	2.2	3.0	2.1	2.3	1.7	0.6	1.2	1.6	0.3	1.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.5	2.3	0.4	2.6	2.2	1.2	0.7	0.4	0.4	0.4
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	2.7	2.6	2.5	2.4	2.1	1.1	1.0	0.9	0.6	0.6
กลุ่มศักยภาพสูง	3.2	2.4	2.8	2.1	2.1	1.6	0.8	0.9	0.7	0.2

ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	อาหารและเครื่องดื่ม	อากาศดี	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม
ภาพรวม	77.1	61.4	56.4	56.1	56.0	55.5	49.1	37.1	27.8	21.6
เพศ										
ชาย	76.5	62.9	58.3	55.8	54.0	58.8	46.0	36.9	25.8	22.2
หญิง	77.7	59.9	54.5	56.4	57.9	52.2	52.2	37.4	29.7	21.0
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	64.6	64.0	67.7	47.0	48.8	65.9	51.2	37.8	31.1	20.1
25 – 34 ปี	85.5	64.7	48.5	57.7	56.0	48.5	47.7	36.9	24.1	26.1
35 – 44 ปี	77.5	56.0	57.7	60.4	55.5	58.2	42.9	45.1	28.0	17.6
45 – 54 ปี	75.9	63.9	54.9	57.1	61.7	53.4	54.1	31.6	27.8	19.5
55 – 64 ปี	77.6	55.2	55.2	58.2	67.2	52.2	53.7	28.4	28.4	23.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	84.6	46.2	61.5	61.5	38.5	53.8	61.5	23.1	46.2	23.1
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	80.6	60.2	54.6	55.6	52.8	54.6	53.7	36.1	24.5	26.9
\$10,000 - \$19,999	76.2	63.0	59.0	51.1	57.3	55.5	52.0	30.0	32.2	20.7
\$20,000 - \$49,999	79.6	60.7	56.4	58.2	56.1	55.0	46.4	40.4	27.5	17.9
\$50,000 ขึ้นไป	61.0	62.3	53.2	64.9	61.0	59.7	37.7	49.4	24.7	23.4
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	77.7	59.7	57.1	59.0	57.5	51.6	45.8	39.2	26.4	22.7

ตารางที่ 14 (ต่อ) ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	อาหารและเครื่องดื่ม	อากาศดี	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	81.9	56.1	53.4	62.9	58.8	55.7	43.0	36.2	27.6	24.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	84.3	72.2	56.5	47.8	52.2	58.3	48.7	37.4	20.0	22.6
ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	60.0	60.0	53.3	33.3	80.0	46.7	73.3	46.7	13.3	33.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	88.9	44.4	70.4	59.3	63.0	37.0	77.8	22.2	29.6	7.4
แม่บ้าน	74.3	68.6	48.6	51.4	60.0	37.1	57.1	48.6	37.1	11.4
นักเรียน	57.3	66.3	64.0	46.1	44.9	71.9	57.3	31.5	38.2	19.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	68.0	68.0	44.0	56.0	44.0	76.0	56.0	36.0	36.0	16.0
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	77.2	61.6	56.9	54.2	56.0	55.3	50.0	36.0	28.9	22.2
กลุ่มศักยภาพสูง	76.8	60.1	53.6	65.2	55.8	56.5	44.9	42.8	22.5	18.8

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	อาหารและเครื่องดื่ม	อากาศดี	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม
ภาพรวม	6.7	4.8	4.7	4.7	4.7	4.2	4.0	2.7	2.0	1.5
เพศ										
ชาย	6.7	5.0	4.9	4.5	4.5	4.5	3.7	2.7	1.8	1.5
หญิง	6.8	4.5	4.5	4.9	4.8	4.0	4.3	2.7	2.1	1.4
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	5.6	5.9	5.0	4.2	3.9	5.0	4.1	2.8	2.2	1.4
25 – 34 ปี	7.6	4.0	4.8	4.7	4.7	3.7	4.0	2.7	1.8	1.8
35 – 44 ปี	6.7	4.9	4.4	4.6	5.1	4.5	3.5	3.2	2.0	1.2
45 – 54 ปี	6.6	4.5	4.9	5.2	4.7	4.2	4.3	2.2	2.0	1.3
55 – 64 ปี	6.7	4.6	4.3	5.5	4.8	3.9	4.5	2.0	2.0	1.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.6	5.3	3.2	2.7	5.6	4.1	5.2	1.7	3.1	1.5
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	7.0	4.7	4.7	4.3	4.6	4.2	4.4	2.6	1.8	1.8
\$10,000 - \$19,999	6.7	5.0	4.8	4.8	4.2	4.2	4.1	2.2	2.3	1.4
\$20,000 - \$49,999	6.9	4.7	4.6	4.7	4.8	4.2	3.8	2.9	2.0	1.2
\$50,000 ขึ้นไป	5.4	4.4	4.7	5.3	5.6	4.5	3.1	3.5	1.7	1.5
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	6.8	4.8	4.6	4.8	4.9	4.0	3.7	2.8	1.9	1.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	7.2	4.6	4.2	4.8	5.2	4.3	3.5	2.5	1.9	1.7

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

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	อาหารและเครื่องดื่ม	อากาศดี	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	7.4	4.7	5.6	4.4	3.9	4.4	3.9	2.8	1.4	1.5
ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	5.1	4.5	4.4	6.8	2.7	3.7	6.2	3.3	1.1	2.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.8	5.9	3.3	4.9	4.9	3.0	6.1	1.7	2.0	0.6
แม่บ้าน	6.6	3.9	5.5	5.0	3.9	3.0	4.4	3.6	2.9	0.9
นักเรียน	4.8	5.5	5.1	3.9	3.8	5.5	4.6	2.3	2.7	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.8	3.8	5.1	3.6	4.8	5.3	5.0	2.7	2.8	1.0
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	6.7	4.8	4.7	4.6	4.5	4.2	4.1	2.6	2.0	1.5
กลุ่มศักยภาพสูง	6.7	4.5	4.6	4.8	5.2	4.4	3.6	3.0	1.7	1.3

ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	44.6	24.3	62.5	5.6	29.9	59.4	24.4	12.1	37.0	6.0	24.0	0.6
เพศ												
ชาย	44.2	26.0	61.1	5.8	34.8	60.1	25.3	14.9	34.1	6.8	22.2	0.3
หญิง	45.0	22.5	63.9	5.4	25.0	58.7	23.5	9.4	39.9	5.2	25.7	1.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	47.6	34.1	57.9	11.6	34.1	57.3	25.0	14.6	33.5	5.5	16.5	0.6
25 – 34 ปี	50.6	24.1	63.1	2.9	27.0	66.0	28.2	13.7	39.8	7.9	26.1	0.4
35 – 44 ปี	42.9	24.7	65.4	3.8	28.0	56.0	25.3	9.9	40.1	4.4	25.3	0.5
45 – 54 ปี	35.3	13.5	60.2	5.3	31.6	58.6	13.5	9.0	29.3	6.0	24.8	0.8
55 – 64 ปี	46.3	20.9	68.7	6.0	31.3	52.2	32.8	13.4	47.8	4.5	28.4	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	23.1	61.5	7.7	30.8	53.8	-	7.7	7.7	7.7	30.8	7.7
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	44.9	20.4	59.3	6.5	31.5	58.8	22.7	11.1	36.6	4.2	22.7	0.9
\$10,000 - \$19,999	41.9	22.9	65.2	4.0	30.8	57.7	28.2	15.9	36.1	5.3	22.5	0.9
\$20,000 - \$49,999	43.6	25.0	63.6	6.4	26.8	63.6	21.8	10.4	37.5	6.4	26.4	0.4
\$50,000 ขึ้นไป	55.8	36.4	59.7	5.2	33.8	50.6	27.3	10.4	39.0	11.7	23.4	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	47.3	27.1	64.8	5.1	30.8	61.9	21.2	11.7	40.7	7.0	23.8	0.4
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	41.6	21.7	63.3	3.6	27.1	58.4	27.1	10.4	36.7	6.3	26.2	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	51.3	20.9	57.4	4.3	31.3	60.9	27.8	17.4	40.0	7.0	20.0	0.9
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	46.7	20.0	66.7	-	33.3	66.7	26.7	6.7	33.3	13.3	40.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	29.6	14.8	74.1	7.4	22.2	55.6	14.8	7.4	33.3	3.7	33.3	-
แม่บ้าน	40.0	17.1	62.9	5.7	20.0	60.0	20.0	2.9	28.6	2.9	17.1	5.7
นักเรียน	46.1	34.8	59.6	13.5	37.1	56.2	28.1	19.1	29.2	3.4	19.1	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	28.0	16.0	48.0	8.0	32.0	44.0	20.0	4.0	32.0	-	32.0	4.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	44.3	23.4	61.8	5.9	30.1	58.6	23.9	13.0	36.6	6.0	22.8	0.8
กลุ่มศักยภาพสูง	46.4	28.3	65.9	4.3	29.0	63.0	26.8	8.0	39.1	5.8	29.7	-

ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	36.4	23.0	53.5	6.9	21.8	51.8	22.9	9.8	31.4	7.9	19.8	1.4
เพศ												
ชาย	32.6	25.0	53.5	7.6	25.0	51.3	23.5	11.6	30.1	8.8	20.2	1.3
หญิง	40.1	21.0	53.5	6.2	18.6	52.2	22.3	7.9	32.7	6.9	19.3	1.5
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	34.1	33.5	48.2	9.1	26.2	47.0	22.6	9.8	27.4	7.9	14.0	1.2
25 – 34 ปี	41.9	25.7	53.9	5.4	21.2	56.8	22.0	12.9	31.1	10.4	22.4	1.2
35 – 44 ปี	32.4	15.9	53.8	6.6	19.8	50.5	25.3	7.7	35.2	6.6	18.1	1.1
45 – 54 ปี	39.1	18.8	54.9	7.5	25.6	47.4	22.6	6.8	27.1	6.8	21.1	3.0
55 – 64 ปี	29.9	14.9	59.7	7.5	11.9	53.7	22.4	10.4	43.3	6.0	23.9	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	23.1	61.5	-	15.4	69.2	15.4	7.7	15.4	-	30.8	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	32.9	19.0	50.5	7.9	19.9	54.6	20.4	9.7	28.7	6.9	19.4	1.4
\$10,000 - \$19,999	34.8	20.7	51.1	5.3	19.4	49.3	23.8	5.7	26.9	6.6	18.9	1.8
\$20,000 - \$49,999	40.0	25.0	57.9	6.8	21.8	53.6	23.6	11.8	35.4	7.9	20.4	0.7
\$50,000 ขึ้นไป	37.7	33.8	53.2	9.1	33.8	44.2	24.7	14.3	37.7	14.3	20.8	2.6
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	35.9	22.7	56.8	6.6	22.0	59.7	23.1	12.1	34.1	11.4	20.5	2.2
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	34.8	20.8	55.7	6.3	18.1	47.1	22.6	6.8	31.2	7.2	23.5	0.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	40.9	21.7	54.8	5.2	22.6	56.5	21.7	9.6	30.4	3.5	19.1	0.9
ขาย												
ธุรการ												
แรงงานและเกษตรกร	53.3	6.7	53.3	-	26.7	40.0	40.0	26.7	26.7	26.7	13.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	29.6	25.9	51.9	3.7	33.3	37.0	25.9	7.4	37.0	3.7	25.9	-
แม่บ้าน	34.3	17.1	48.6	8.6	17.1	42.9	20.0	2.9	20.0	5.7	5.7	5.7
นักเรียน	39.3	38.2	42.7	12.4	29.2	40.4	23.6	12.4	23.6	5.6	15.7	1.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	24.0	12.0	40.0	8.0	12.0	60.0	16.0	4.0	48.0	-	12.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	35.5	21.9	53.5	6.9	20.4	52.1	23.3	9.7	29.6	7.7	19.3	1.2
กลุ่มศักยภาพสูง	40.6	28.3	53.6	6.5	28.3	50.0	21.0	10.1	39.9	8.7	21.7	2.2

ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	35.8	24.0	55.9	7.9	22.0	51.6	18.1	10.1	31.5	8.6	20.5	1.0
เพศ												
ชาย	35.9	25.5	57.3	7.1	23.0	51.0	19.2	12.4	31.8	8.6	19.4	0.8
หญิง	35.6	22.5	54.5	8.7	21.0	52.2	17.1	7.9	31.2	8.7	21.5	1.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	33.5	32.9	45.7	15.2	24.4	34.1	25.0	11.0	29.9	10.4	17.7	0.6
25 – 34 ปี	41.9	29.0	61.0	4.6	20.7	58.9	16.2	10.8	36.1	10.4	21.6	0.4
35 – 44 ปี	34.6	17.0	56.0	6.6	21.4	50.0	14.3	9.3	28.0	5.5	20.3	1.1
45 – 54 ปี	33.1	15.8	54.9	8.3	24.1	59.4	19.5	7.5	28.6	8.3	20.3	2.3
55 – 64 ปี	31.3	17.9	61.2	4.5	19.4	56.7	19.4	13.4	35.8	9.0	23.9	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	30.8	69.2	7.7	15.4	53.8	-	7.7	23.1	-	23.1	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	31.5	21.8	53.7	9.7	18.5	51.4	13.9	6.9	29.6	5.1	16.2	0.9
\$10,000 - \$19,999	31.3	17.2	59.0	6.2	17.6	52.0	22.0	8.8	30.4	5.3	21.1	1.8
\$20,000 - \$49,999	39.3	27.1	55.4	7.5	26.8	52.9	18.2	11.4	33.9	11.8	21.4	0.0
\$50,000 ขึ้นไป	48.1	39.0	54.5	9.1	27.3	46.8	18.2	18.2	31.2	16.9	27.3	2.6
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	39.9	27.1	59.0	8.4	24.5	56.4	17.2	8.8	35.2	10.6	22.7	0.7
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	36.2	22.2	57.9	5.4	19.0	55.7	17.6	9.5	30.8	9.0	19.9	0.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	35.7	17.4	47.8	7.0	18.3	46.1	12.2	12.2	34.8	5.2	18.3	1.7
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	53.3	20.0	60.0	6.7	13.3	53.3	13.3	-	26.7	6.7	33.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	29.6	14.8	59.3	-	22.2	40.7	18.5	7.4	29.6	3.7	22.2	-
แม่บ้าน	22.9	14.3	65.7	8.6	14.3	54.3	20.0	5.7	25.7	5.7	11.4	5.7
นักเรียน	30.3	34.8	44.9	14.6	32.6	37.1	32.6	16.9	21.3	9.0	19.1	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	20.0	24.0	60.0	12.0	16.0	48.0	8.0	12.0	32.0	8.0	20.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	34.4	23.0	56.2	8.0	20.8	50.6	18.4	9.5	30.4	7.6	19.0	0.9
กลุ่มศักยภาพสูง	42.0	29.0	54.3	7.2	27.5	56.5	16.7	13.0	37.0	13.8	27.5	1.4

ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	24.5	15.0	31.4	7.5	12.0	35.6	19.1	13.3	31.1	9.1	16.9	6.6
เพศ												
ชาย	25.3	16.9	34.1	7.1	15.9	37.4	17.7	15.7	29.5	8.6	17.4	5.6
หญิง	23.8	13.1	28.7	7.9	8.2	33.9	20.5	10.9	32.7	9.7	16.3	7.7
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	23.2	17.7	25.0	14.0	16.5	32.9	25.0	15.2	32.9	11.6	14.0	5.5
25 – 34 ปี	27.0	17.0	34.0	5.4	11.6	36.5	17.0	14.9	32.0	8.3	19.9	7.5
35 – 44 ปี	21.4	11.5	28.6	5.5	13.7	35.7	20.9	12.6	28.6	6.6	12.6	5.5
45 – 54 ปี	24.8	15.8	35.3	6.0	5.3	36.8	15.0	12.0	33.8	9.0	17.3	6.8
55 – 64 ปี	28.4	10.4	40.3	9.0	10.4	38.8	16.4	9.0	28.4	11.9	20.9	6.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	7.7	15.4	-	15.4	23.1	15.4	-	15.4	15.4	30.8	23.1
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	21.8	18.1	29.6	6.5	13.9	35.6	16.7	14.8	31.9	5.6	18.1	5.1
\$10,000 - \$19,999	21.6	11.5	30.0	8.8	11.0	39.2	22.9	10.6	29.5	7.0	18.1	5.7
\$20,000 - \$49,999	27.5	14.3	36.4	6.4	11.8	36.1	17.5	13.6	31.8	11.8	14.6	8.6
\$50,000 ขึ้นไป	29.9	19.5	22.1	10.4	10.4	23.4	20.8	15.6	31.2	15.6	18.2	6.5
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	25.3	13.9	31.1	3.3	10.6	38.8	18.3	13.2	31.9	9.9	17.2	8.8
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	24.4	14.9	32.1	8.6	9.5	35.3	19.0	12.7	32.1	9.5	19.9	5.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	25.2	14.8	37.4	6.1	13.0	38.3	17.4	15.7	26.1	4.3	13.9	4.3
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	26.7	26.7	46.7	26.7	40.0	40.0	13.3	13.3	20.0	6.7	26.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.8	14.8	18.5	7.4	3.7	33.3	18.5	7.4	37.0	7.4	25.9	14.8
แม่บ้าน	22.9	8.6	25.7	17.1	5.7	34.3	20.0	8.6	40.0	8.6	5.7	11.4
นักเรียน	25.8	21.3	25.8	14.6	19.1	25.8	25.8	19.1	28.1	13.5	14.6	3.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	20.0	8.0	32.0	-	20.0	28.0	16.0	-	36.0	8.0	8.0	8.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	23.6	14.8	31.6	7.3	12.4	36.1	18.7	13.6	29.8	8.3	17.7	6.5
กลุ่มศักยภาพสูง	29.0	15.9	30.4	8.7	10.1	33.3	21.0	11.6	37.7	13.0	13.0	7.2

ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	28.6	15.6	43.6	7.0	11.3	54.5	15.3	11.5	25.6	5.8	16.4	2.5
เพศ												
ชาย	30.1	15.7	45.2	6.6	12.9	54.8	13.1	13.9	23.7	5.6	15.2	2.0
หญิง	27.2	15.6	42.1	7.4	9.7	54.2	17.3	9.2	27.5	5.9	17.6	3.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	28.7	25.6	35.4	11.6	15.2	51.2	14.6	14.6	23.2	7.9	14.0	4.9
25 – 34 ปี	28.6	14.9	51.9	4.1	7.9	60.6	15.8	10.0	26.6	5.8	20.3	0.8
35 – 44 ปี	27.5	11.0	45.6	3.8	13.2	50.0	14.8	12.1	23.6	4.9	18.7	2.2
45 – 54 ปี	30.1	9.8	42.9	10.5	10.5	58.6	11.3	7.5	27.8	3.8	6.0	2.3
55 – 64 ปี	31.3	17.9	34.3	9.0	9.0	44.8	25.4	17.9	32.8	7.5	17.9	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	15.4	23.1	-	15.4	53.8	7.7	-	7.7	-	38.5	15.4
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	26.4	13.9	37.0	5.1	11.1	53.2	12.5	14.4	25.0	5.6	13.9	3.2
\$10,000 - \$19,999	31.3	17.2	44.9	7.5	10.6	48.5	15.9	10.1	26.9	5.3	18.1	3.1
\$20,000 - \$49,999	25.0	12.9	47.5	8.2	9.3	60.7	15.0	9.3	26.1	6.1	16.4	1.8
\$50,000 ขึ้นไป	40.3	26.0	44.2	6.5	20.8	53.2	22.1	15.6	22.1	6.5	18.2	1.3
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	23.1	14.7	46.2	7.0	10.6	57.1	12.1	12.1	30.8	6.6	16.1	1.1
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	30.3	14.0	48.0	5.0	10.4	55.7	17.2	9.5	25.3	4.5	15.4	2.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	30.4	17.4	37.4	7.8	7.0	57.4	12.2	11.3	24.3	4.3	20.0	-
ชาย												
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	66.7	33.3	60.0	-	20.0	53.3	13.3	6.7	6.7	6.7	20.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	7.4	51.9	-	18.5	48.1	22.2	11.1	29.6	3.7	11.1	7.4
แม่บ้าน	42.9	5.7	34.3	11.4	2.9	60.0	25.7	2.9	22.9	14.3	20.0	5.7
นักเรียน	32.6	25.8	36.0	12.4	18.0	43.8	19.1	16.9	16.9	6.7	14.6	6.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	8.0	28.0	8.0	20.0	40.0	12.0	20.0	20.0	-	16.0	8.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	27.2	15.9	42.6	6.9	10.6	52.1	15.0	12.1	24.5	5.3	16.0	2.6
กลุ่มศักยภาพสูง	35.5	14.5	48.6	7.2	14.5	65.9	16.7	8.7	31.2	8.0	18.1	2.2

ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความปลอดภัย											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	34.8	13.3	39.5	8.3	14.1	50.9	12.4	6.4	18.0	5.4	21.0	2.4
เพศ												
ชาย	33.6	15.9	40.7	8.1	17.7	53.3	12.6	7.6	18.7	4.3	21.5	2.0
หญิง	35.9	10.6	38.4	8.4	10.6	48.5	12.1	5.2	17.3	6.4	20.5	2.7
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	37.8	16.5	31.7	12.2	17.7	48.2	17.1	6.7	15.9	7.9	18.3	3.0
25 – 34 ปี	34.0	14.5	43.2	6.2	14.9	58.1	10.8	5.0	17.8	4.6	22.0	1.7
35 – 44 ปี	30.2	13.2	40.7	6.6	11.5	50.0	13.2	6.0	20.9	3.3	20.3	1.1
45 – 54 ปี	39.1	10.5	39.1	9.8	12.8	47.4	9.8	6.8	15.0	5.3	17.3	3.8
55 – 64 ปี	35.8	9.0	44.8	7.5	14.9	43.3	10.4	11.9	23.9	6.0	26.9	3.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	-	30.8	7.7	-	38.5	7.7	-	7.7	15.4	53.8	7.7
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	32.9	13.0	35.2	8.8	10.6	51.4	13.4	5.6	18.5	4.2	20.4	2.3
\$10,000 - \$19,999	31.3	10.6	38.8	8.4	13.7	50.7	14.1	4.8	19.8	3.1	22.9	2.6
\$20,000 - \$49,999	36.8	13.9	42.5	8.6	15.7	48.2	9.3	7.5	18.2	7.5	18.2	2.5
\$50,000 ขึ้นไป	42.9	19.5	42.9	5.2	19.5	59.7	15.6	9.1	10.4	7.8	27.3	1.3
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	36.3	15.8	37.4	8.8	14.3	54.9	8.4	4.8	18.7	4.8	20.1	2.2
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	33.0	10.9	49.8	7.7	9.5	55.7	13.1	5.4	19.0	4.1	24.9	-
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	35.7	13.0	37.4	7.8	14.8	50.4	14.8	9.6	20.9	4.3	20.0	2.6
ชาย												
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	46.7	6.7	53.3	-	20.0	20.0	13.3	-	20.0	6.7	20.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	11.1	29.6	3.7	14.8	40.7	18.5	7.4	22.2	7.4	18.5	3.7
แม่บ้าน	31.4	11.4	34.3	5.7	5.7	48.6	5.7	2.9	5.7	11.4	17.1	5.7
นักเรียน	39.3	16.9	27.0	14.6	24.7	42.7	21.3	11.2	12.4	7.9	21.3	4.5
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	24.0	4.0	36.0	-	20.0	28.0	8.0	8.0	20.0	8.0	8.0	12.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	33.7	13.0	39.4	8.6	14.2	50.3	12.5	6.5	18.9	5.3	21.6	2.1
กลุ่มศักยภาพสูง	39.9	14.5	39.9	6.5	13.8	53.6	11.6	5.8	13.8	5.8	18.1	3.6

ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับการช้อปปิ้ง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	20.8	10.4	68.4	8.6	18.8	37.9	13.9	6.4	34.5	6.5	9.3	2.0
เพศ												
ชาย	23.7	11.6	69.4	7.6	19.7	40.7	12.6	5.3	31.8	6.8	8.1	2.0
หญิง	17.8	9.2	67.3	9.7	17.8	35.1	15.1	7.4	37.1	6.2	10.4	2.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	23.2	14.0	61.0	12.8	17.1	40.9	18.9	6.7	27.4	6.1	9.1	3.0
25 – 34 ปี	20.7	11.2	66.4	8.7	17.8	39.4	14.9	5.0	38.6	7.9	11.6	1.7
35 – 44 ปี	20.3	8.8	73.1	7.7	22.5	33.5	14.3	8.8	33.5	4.9	6.0	0.5
45 – 54 ปี	16.5	8.3	72.9	4.5	18.0	37.6	6.8	6.0	33.1	7.5	8.3	3.8
55 – 64 ปี	26.9	9.0	73.1	9.0	20.9	38.8	11.9	4.5	41.8	6.0	9.0	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	-	61.5	7.7	-	30.8	7.7	7.7	38.5	-	23.1	7.7
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	20.8	9.7	65.7	9.7	13.0	36.1	14.8	6.5	31.0	4.2	7.9	4.2
\$10,000 - \$19,999	18.9	11.0	67.4	8.8	15.9	37.0	18.9	6.2	35.2	6.6	8.4	1.3
\$20,000 - \$49,999	22.5	10.0	70.4	8.2	23.2	40.4	8.2	5.7	37.1	6.8	11.1	1.1
\$50,000 ขึ้นไป	19.5	11.7	71.4	6.5	27.3	36.4	16.9	9.1	32.5	11.7	9.1	1.3
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	17.6	9.2	71.8	8.4	19.0	40.7	10.3	4.8	37.7	5.5	8.1	2.9
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	25.3	10.9	72.9	7.7	20.8	39.4	14.5	7.2	40.3	6.3	9.0	0.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	22.6	8.7	62.6	6.1	17.4	28.7	13.9	10.4	30.4	6.1	13.0	0.9
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	13.3	13.3	60.0	13.3	13.3	53.3	20.0	-	13.3	20.0	13.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.1	7.4	66.7	3.7	25.9	29.6	11.1	3.7	51.9	3.7	11.1	3.7
แม่บ้าน	8.6	8.6	65.7	8.6	14.3	34.3	17.1	-	22.9	5.7	2.9	5.7
นักเรียน	28.1	18.0	60.7	13.5	15.7	40.4	21.3	7.9	23.6	7.9	11.2	2.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	4.0	56.0	16.0	16.0	32.0	16.0	8.0	16.0	12.0	4.0	4.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	21.0	9.8	68.1	9.1	16.9	37.2	14.5	6.6	33.5	6.2	9.5	2.3
กลุ่มศักยภาพสูง	19.6	13.0	69.6	6.5	27.5	41.3	10.9	5.1	39.1	8.0	8.0	0.7

ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับเล่นกอล์ฟ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	19.3	8.6	15.4	7.1	7.6	16.5	9.5	10.9	13.9	5.3	18.4	34.9
เพศ												
ชาย	18.7	9.1	15.2	6.3	7.6	16.4	9.8	13.9	14.9	5.3	18.7	32.3
หญิง	19.8	8.2	15.6	7.9	7.7	16.6	9.2	7.9	12.9	5.2	18.1	37.4
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	18.9	9.8	13.4	9.1	10.4	12.2	9.8	17.1	18.3	6.1	22.0	33.5
25 – 34 ปี	22.4	7.9	16.6	8.3	6.6	18.7	7.9	9.5	12.4	3.3	16.2	36.9
35 – 44 ปี	17.0	8.8	15.4	4.9	8.8	17.6	13.2	11.0	11.5	6.0	17.6	29.1
45 – 54 ปี	13.5	9.0	13.5	6.8	6.0	13.5	11.3	9.8	15.8	9.0	19.5	36.1
55 – 64 ปี	23.9	7.5	19.4	4.5	4.5	22.4	1.5	4.5	11.9	1.5	14.9	41.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	30.8	7.7	15.4	7.7	7.7	15.4	7.7	-	7.7	-	30.8	46.2
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	17.1	6.9	19.0	4.6	8.3	16.7	12.5	9.3	14.4	5.1	21.8	32.9
\$10,000 - \$19,999	15.9	8.8	15.9	6.2	7.5	14.1	6.2	7.5	11.9	4.8	20.3	40.1
\$20,000 - \$49,999	23.2	9.3	12.5	9.3	6.4	18.2	7.9	14.3	14.6	5.4	14.6	33.6
\$50,000 ขึ้นไป	20.8	10.4	14.3	9.1	10.4	16.9	16.9	13.0	15.6	6.5	16.9	29.9
อาชีพ												
ด้าน												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	21.2	10.3	17.2	6.6	7.3	13.6	8.4	12.5	15.0	7.7	16.1	33.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	17.2	7.7	14.5	6.3	5.4	19.0	10.9	9.5	11.3	3.2	16.7	35.7
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	20.9	7.0	15.7	5.2	9.6	22.6	12.2	7.8	13.0	1.7	22.6	31.3
ชาย												
ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	20.0	6.7	26.7	26.7	26.7	20.0	6.7	6.7	13.3	-	26.7	20.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.8	3.7	3.7	7.4	3.7	7.4	7.4	3.7	14.8	3.7	29.6	51.9
แม่บ้าน	11.4	8.6	22.9	5.7	-	22.9	2.9	5.7	11.4	5.7	8.6	42.9
นักเรียน	21.3	10.1	12.4	10.1	12.4	11.2	12.4	19.1	16.9	7.9	24.7	33.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	8.0	8.0	8.0	8.0	16.0	-	8.0	20.0	8.0	12.0	44.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	18.4	8.3	16.2	7.3	8.0	16.3	9.1	10.0	13.0	5.1	18.3	36.3
กลุ่มศักยภาพสูง	23.2	10.1	11.6	6.5	5.8	17.4	11.6	15.2	18.1	5.8	18.8	28.3

ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	13.6	6.4	12.9	5.0	7.5	15.6	16.6	19.0	30.3	5.0	19.0	25.8
เพศ												
ชาย	12.4	8.1	11.6	5.1	6.3	15.2	17.4	21.0	32.8	6.3	19.7	23.7
หญิง	14.9	4.7	14.1	5.0	8.7	16.1	15.8	17.1	27.7	3.7	18.3	27.7
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	15.2	10.4	9.1	6.1	9.8	11.0	15.9	22.0	29.3	4.9	18.3	30.5
25 – 34 ปี	11.6	4.6	12.9	5.4	5.4	18.3	15.4	20.7	32.8	3.7	18.7	22.8
35 – 44 ปี	15.4	4.9	15.4	3.3	8.8	14.8	17.0	23.1	31.3	4.4	20.9	20.9
45 – 54 ปี	12.8	6.8	15.0	6.8	6.8	15.8	18.0	12.0	24.8	7.5	13.5	30.8
55 – 64 ปี	14.9	7.5	10.4	1.5	6.0	19.4	20.9	10.4	29.9	7.5	25.4	26.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	-	15.4	7.7	15.4	15.4	7.7	7.7	38.5	-	30.8	30.8
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	12.5	7.4	15.7	4.6	9.3	15.3	17.1	15.3	23.6	5.6	19.0	31.5
\$10,000 - \$19,999	15.9	6.6	14.1	3.1	3.5	14.5	11.9	14.5	21.6	5.7	22.9	29.5
\$20,000 - \$49,999	13.9	5.7	11.8	6.8	7.9	17.1	17.1	21.8	38.6	3.2	17.5	19.6
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	5.2	5.2	5.2	13.0	14.3	27.3	32.5	44.2	7.8	13.0	20.8
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	11.7	7.0	11.4	2.6	5.9	15.4	17.2	23.8	35.9	7.0	17.9	22.7
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	13.6	5.0	11.3	6.3	6.3	17.2	17.2	17.2	29.9	3.6	19.9	24.4
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	16.5	7.8	17.4	4.3	9.6	19.1	14.8	20.0	25.2	4.3	24.3	25.2
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	26.7	6.7	40.0	13.3	26.7	6.7	13.3	6.7	13.3	-	33.3	20.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	11.1	7.4	18.5	3.7	11.1	3.7	3.7	7.4	25.9	-	14.8	48.1
แม่บ้าน	17.1	2.9	17.1	11.4	-	14.3	20.0	11.4	14.3	2.9	11.4	22.9
นักเรียน	14.6	7.9	11.2	5.6	11.2	12.4	20.2	20.2	29.2	5.6	18.0	33.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	8.0	4.0	-	8.0	8.0	20.0	12.0	4.0	36.0	8.0	8.0	28.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	14.0	6.8	13.6	4.5	7.6	16.5	15.6	16.9	27.0	4.7	19.3	27.5
กลุ่มศักยภาพสูง	11.6	4.3	9.4	7.2	7.2	11.6	21.7	29.0	45.7	6.5	17.4	17.4

ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	34.0	9.5	21.3	8.0	21.1	35.5	8.3	5.0	22.9	3.0	19.9	15.4
เพศ												
ชาย	36.9	12.6	22.7	7.1	21.0	40.2	9.6	4.8	23.2	2.8	16.9	14.9
หญิง	31.2	6.4	19.8	8.9	21.3	30.9	6.9	5.2	22.5	3.2	22.8	15.8
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	42.7	18.9	15.9	13.4	23.2	28.0	12.2	7.3	21.3	4.9	14.0	19.5
25 – 34 ปี	32.8	9.5	22.0	5.4	19.1	38.6	8.3	4.1	24.9	0.8	20.3	16.2
35 – 44 ปี	31.9	6.0	24.7	7.7	26.9	36.8	7.7	5.5	16.5	4.4	17.6	12.6
45 – 54 ปี	30.8	4.5	20.3	8.3	18.8	32.3	3.8	3.8	27.1	3.0	24.1	15.0
55 – 64 ปี	32.8	7.5	23.9	4.5	13.4	43.3	9.0	3.0	32.8	3.0	25.4	9.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	-	23.1	7.7	15.4	46.2	7.7	7.7	-	-	46.2	23.1
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	40.3	7.9	18.5	6.0	26.4	28.2	10.6	6.0	21.3	1.9	18.1	18.5
\$10,000 - \$19,999	28.6	7.9	18.5	8.4	18.5	33.0	6.2	5.7	15.9	2.2	21.1	19.8
\$20,000 - \$49,999	32.5	11.4	22.5	8.6	17.5	42.5	7.5	3.9	27.9	3.2	20.0	11.1
\$50,000 ขึ้นไป	37.7	11.7	32.5	10.4	27.3	37.7	10.4	3.9	29.9	7.8	20.8	9.1
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	35.5	11.0	24.5	8.4	18.3	40.7	6.2	3.7	27.8	2.6	21.2	16.1
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	31.2	6.8	21.3	6.8	23.1	38.5	7.7	4.1	21.3	1.8	19.0	13.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	31.3	8.7	13.0	6.1	27.8	33.9	13.0	7.8	20.0	0.9	18.3	13.0
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	66.7	13.3	33.3	-	33.3	26.7	20.0	6.7	13.3	-	20.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	18.5	-	14.8	7.4	18.5	29.6	7.4	3.7	18.5	3.7	25.9	29.6
แม่บ้าน	31.4	5.7	31.4	11.4	11.4	22.9	2.9	-	17.1	8.6	17.1	22.9
นักเรียน	46.1	19.1	19.1	14.6	18.0	23.6	12.4	9.0	18.0	6.7	15.7	16.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	-	16.0	-	24.0	32.0	-	8.0	32.0	8.0	32.0	12.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	33.7	10.0	20.2	8.3	20.7	34.4	8.5	5.3	20.8	2.6	19.2	16.8
กลุ่มศักยภาพสูง	35.5	7.2	26.1	6.5	23.2	40.6	7.2	3.6	32.6	5.1	23.2	8.7

ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	42.5	23.6	38.0	6.5	19.1	36.3	12.9	7.5	26.5	7.5	13.0	3.8
เพศ												
ชาย	41.7	25.3	39.4	5.8	22.5	38.6	12.9	6.3	27.5	7.6	11.4	4.3
หญิง	43.3	22.0	36.6	7.2	15.8	33.9	12.9	8.7	25.5	7.4	14.6	3.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	43.9	33.5	37.2	6.7	23.8	31.1	19.5	9.8	23.2	9.1	11.6	3.7
25 – 34 ปี	49.0	28.2	36.9	6.6	19.5	35.7	10.0	7.1	29.0	8.3	14.5	2.9
35 – 44 ปี	40.1	15.4	35.7	5.5	20.9	36.3	12.1	9.3	26.4	6.0	12.6	3.3
45 – 54 ปี	35.3	18.8	38.3	7.5	11.3	45.1	12.8	4.5	24.8	7.5	9.0	5.3
55 – 64 ปี	38.8	17.9	50.7	6.0	16.4	34.3	10.4	6.0	31.3	4.5	19.4	4.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	30.8	7.7	30.8	7.7	23.1	30.8	7.7	-	15.4	7.7	15.4	7.7
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	38.9	22.2	43.1	7.4	22.2	38.9	10.6	6.5	23.1	8.3	9.3	6.5
\$10,000 - \$19,999	39.2	23.3	32.2	6.6	21.1	30.0	14.1	8.8	28.6	5.7	14.1	4.0
\$20,000 - \$49,999	45.0	23.6	38.6	5.7	13.9	39.6	12.1	7.1	30.0	6.8	13.2	2.5
\$50,000 ขึ้นไป	53.2	28.6	39.0	6.5	23.4	35.1	18.2	7.8	16.9	13.0	19.5	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	39.6	26.7	40.7	4.0	16.8	42.1	14.7	7.3	31.5	7.3	17.9	4.8
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	45.7	18.6	44.3	4.1	18.6	35.7	13.1	8.1	29.4	7.7	10.0	0.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	51.3	25.2	28.7	8.7	24.3	35.7	7.0	7.0	21.7	7.0	8.7	1.7
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	60.0	13.3	46.7	20.0	20.0	20.0	6.7	-	13.3	-	33.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	22.2	14.8	3.7	18.5	40.7	14.8	7.4	25.9	7.4	7.4	14.8
แม่บ้าน	28.6	8.6	34.3	22.9	5.7	28.6	2.9	2.9	17.1	5.7	14.3	8.6
นักเรียน	42.7	33.7	34.8	7.9	27.0	30.3	18.0	12.4	16.9	11.2	10.1	4.5
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	36.0	20.0	32.0	12.0	16.0	16.0	16.0	-	24.0	4.0	8.0	8.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	41.2	23.1	38.4	6.8	19.5	36.6	13.3	7.7	25.4	6.8	12.2	3.9
กลุ่มศักยภาพสูง	48.6	26.1	36.2	5.1	17.4	34.8	10.9	6.5	31.9	10.9	16.7	2.9

ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	46.5	16.8	31.4	5.8	9.9	31.0	8.6	5.5	12.5	2.9	34.3	3.8
เพศ												
ชาย	45.7	18.2	33.1	5.8	9.3	31.8	9.8	5.3	10.4	4.3	37.1	4.3
หญิง	47.3	15.3	29.7	5.7	10.4	30.2	7.4	5.7	14.6	1.5	31.4	3.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	44.5	20.7	23.2	10.4	9.1	25.0	12.8	6.7	13.4	4.9	34.8	3.7
25 – 34 ปี	49.8	17.4	31.5	2.5	6.2	34.4	8.7	5.4	12.9	2.9	41.1	2.1
35 – 44 ปี	48.4	15.4	33.5	4.4	10.4	29.1	6.6	5.5	8.8	1.6	34.6	4.4
45 – 54 ปี	45.1	12.8	36.1	9.0	18.0	35.3	7.5	3.8	14.3	3.0	23.3	4.5
55 – 64 ปี	43.3	14.9	37.3	4.5	6.0	28.4	7.5	7.5	16.4	1.5	29.9	4.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	23.1	23.1	-	15.4	38.5	-	-	7.7	-	30.8	15.4
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	45.4	14.4	29.2	5.1	12.5	30.6	9.7	4.6	14.4	3.7	26.9	6.5
\$10,000 - \$19,999	45.4	16.7	33.0	7.0	8.4	34.8	7.5	4.4	11.0	2.6	32.2	3.5
\$20,000 - \$49,999	47.9	17.9	32.1	5.7	8.6	31.4	8.9	5.7	12.5	1.8	38.9	2.9
\$50,000 ขึ้นไป	48.1	19.5	29.9	3.9	11.7	19.5	7.8	10.4	11.7	5.2	44.2	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	48.0	20.5	33.3	5.5	8.8	35.5	9.5	3.7	12.5	4.0	39.9	3.3
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	49.3	16.7	33.0	4.5	6.8	29.0	7.7	7.7	13.1	2.3	31.7	2.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	53.0	13.0	36.5	6.1	13.0	27.8	7.8	4.3	10.4	0.9	28.7	3.5
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	40.0	6.7	40.0	-	20.0	33.3	20.0	6.7	20.0	-	20.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	44.4	11.1	25.9	11.1	33.3	33.3	3.7	-	14.8	-	37.0	7.4
แม่บ้าน	48.6	11.4	11.4	8.6	2.9	34.3	-	8.6	5.7	2.9	20.0	8.6
นักเรียน	34.8	19.1	20.2	9.0	7.9	25.8	12.4	6.7	11.2	5.6	41.6	5.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	20.0	4.0	40.0	-	20.0	24.0	8.0	8.0	24.0	-	20.0	8.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	45.9	17.2	32.8	5.7	10.0	31.7	8.8	5.3	11.9	3.0	32.6	4.1
กลุ่มศักยภาพสูง	49.3	14.5	24.6	5.8	9.4	27.5	8.0	6.5	15.2	2.2	42.0	2.2

ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำคืนที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำคืนที่น่าสนใจ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	34.4	14.9	41.3	8.5	15.3	43.0	11.9	8.1	22.9	5.0	12.9	4.4
เพศ												
ชาย	34.1	17.4	43.4	9.1	16.4	45.5	13.4	8.6	26.3	5.1	10.9	3.3
หญิง	34.7	12.4	39.1	7.9	14.1	40.6	10.4	7.7	19.6	5.0	14.9	5.4
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	38.4	22.6	36.0	7.9	17.1	42.7	14.0	9.8	20.1	9.1	12.8	3.7
25 – 34 ปี	35.7	16.2	41.9	8.3	12.4	48.1	12.4	7.1	23.2	4.1	13.3	3.3
35 – 44 ปี	32.4	11.0	41.8	6.6	19.8	35.2	9.3	9.3	23.6	2.2	11.0	3.3
45 – 54 ปี	28.6	11.3	48.9	9.0	13.5	46.6	13.5	7.5	25.6	6.0	12.8	6.8
55 – 64 ปี	40.3	11.9	38.8	14.9	14.9	37.3	9.0	7.5	23.9	3.0	14.9	4.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	-	23.1	7.7	-	53.8	7.7	-	7.7	7.7	23.1	23.1
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	39.8	18.1	42.6	5.6	13.9	44.0	8.8	6.5	19.4	5.1	13.9	5.1
\$10,000 - \$19,999	28.2	17.2	37.9	11.9	12.8	37.4	14.1	8.4	19.8	3.1	13.7	5.7
\$20,000 - \$49,999	35.4	9.6	41.1	7.1	16.8	45.4	11.1	8.2	25.4	3.9	11.1	2.9
\$50,000 ขึ้นไป	33.8	18.2	48.1	11.7	20.8	48.1	16.9	11.7	32.5	14.3	14.3	3.9
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	31.5	14.7	46.2	7.0	15.0	48.7	11.4	8.1	26.4	4.0	11.4	2.6
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	36.2	10.0	44.3	10.4	16.7	42.5	13.6	7.7	23.5	5.9	14.0	3.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	38.3	22.6	33.9	7.8	10.4	42.6	7.0	6.1	20.0	2.6	13.0	3.5
ขาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	60.0	13.3	40.0	6.7	13.3	26.7	20.0	13.3	20.0	20.0	13.3	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.8	3.7	40.7	3.7	11.1	40.7	11.1	3.7	18.5	-	14.8	18.5
แม่บ้าน	28.6	17.1	25.7	11.4	17.1	42.9	5.7	5.7	14.3	-	14.3	8.6
นักเรียน	39.3	21.3	40.4	10.1	20.2	36.0	19.1	14.6	19.1	10.1	12.4	5.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	28.0	12.0	20.0	8.0	12.0	24.0	4.0	4.0	24.0	4.0	16.0	12.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	34.4	15.4	41.4	8.2	15.3	41.5	11.6	8.0	20.5	3.9	12.7	4.7
กลุ่มศักยภาพสูง	34.1	12.3	40.6	10.1	15.2	50.0	13.0	8.7	34.1	10.1	13.8	2.9

ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	15.5	9.5	38.9	6.3	12.5	44.6	16.8	8.6	15.0	5.1	26.5	4.0
เพศ												
ชาย	15.2	11.6	37.1	6.3	13.9	45.2	15.4	9.8	14.9	6.1	27.8	3.0
หญิง	15.8	7.4	40.6	6.2	11.1	44.1	18.1	7.4	15.1	4.2	25.2	5.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	18.9	12.2	30.5	6.1	15.2	45.7	20.7	7.9	18.9	6.7	24.4	3.0
25 – 34 ปี	14.9	11.2	42.3	8.7	7.9	48.5	12.4	8.3	12.4	4.6	31.1	5.8
35 – 44 ปี	15.9	3.8	41.2	4.9	13.2	38.5	19.8	9.9	13.2	5.5	25.8	1.1
45 – 54 ปี	10.5	9.8	37.6	6.0	17.3	45.9	15.8	8.3	15.8	3.8	20.3	6.8
55 – 64 ปี	17.9	13.4	38.8	-	13.4	41.8	16.4	9.0	19.4	6.0	29.9	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	-	61.5	15.4	-	46.2	15.4	7.7	7.7	-	23.1	7.7
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	13.9	12.5	30.6	3.7	10.2	41.2	16.7	9.3	18.1	5.6	29.2	5.6
\$10,000 - \$19,999	16.7	6.6	38.3	7.0	10.6	45.8	14.1	7.9	15.4	4.8	33.5	4.0
\$20,000 - \$49,999	17.1	9.3	43.2	6.4	13.6	45.0	16.8	8.6	14.3	4.6	20.7	3.6
\$50,000 ขึ้นไป	10.4	10.4	48.1	10.4	20.8	49.4	24.7	9.1	7.8	6.5	19.5	1.3
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	13.2	11.4	39.6	4.0	10.3	53.1	14.3	6.2	15.8	4.0	24.2	4.0
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.9	7.7	46.2	7.2	13.6	41.2	19.0	10.4	13.6	6.8	26.7	1.8
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	19.1	9.6	38.3	7.0	11.3	38.3	20.9	9.6	19.1	3.5	35.7	3.5
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	46.7	26.7	60.0	6.7	26.7	33.3	13.3	-	20.0	-	26.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	11.1	14.8	3.7	7.4	44.4	11.1	7.4	3.7	3.7	29.6	14.8
แม่บ้าน	5.7	5.7	25.7	17.1	11.4	42.9	11.4	8.6	5.7	2.9	22.9	11.4
นักเรียน	22.5	9.0	28.1	5.6	16.9	41.6	19.1	11.2	16.9	5.6	22.5	5.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	-	40.0	8.0	16.0	32.0	12.0	12.0	16.0	16.0	24.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	15.9	10.3	37.8	5.4	12.4	44.7	16.9	8.8	16.0	5.1	27.6	3.6
กลุ่มศักยภาพสูง	13.8	5.8	44.2	10.1	13.0	44.2	15.9	8.0	10.1	5.1	21.0	5.8

ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคุ้มค่าของเงิน/ราคา											
	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	17.3	8.4	46.4	5.4	20.4	32.0	16.9	10.3	24.8	10.1	11.4	2.0
เพศ												
ชาย	16.7	7.3	46.5	5.1	22.2	31.1	17.7	13.4	24.2	13.6	9.8	0.8
หญิง	17.8	9.4	46.3	5.7	18.6	32.9	16.1	7.2	25.2	6.7	12.9	3.2
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	16.5	9.1	41.5	6.7	20.1	31.7	23.2	17.7	26.8	13.4	7.3	1.8
25 – 34 ปี	15.8	9.1	47.7	6.2	21.6	33.2	14.5	10.0	24.5	10.4	12.4	2.5
35 – 44 ปี	15.9	4.9	51.1	1.6	15.9	24.7	18.7	7.7	24.2	9.3	9.9	2.7
45 – 54 ปี	22.6	6.8	48.1	8.3	24.8	28.6	15.0	10.5	21.1	7.5	12.8	0.8
55 – 64 ปี	16.4	16.4	38.8	4.5	19.4	50.7	9.0	1.5	26.9	9.0	13.4	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	7.7	38.5	-	23.1	53.8	15.4	-	38.5	7.7	38.5	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	22.7	5.6	47.2	4.6	17.1	29.6	15.3	9.3	23.6	11.6	13.4	2.3
\$10,000 - \$19,999	15.0	7.9	43.6	6.2	14.5	33.0	17.6	8.8	26.4	8.4	14.1	3.5
\$20,000 - \$49,999	15.7	9.3	46.1	5.0	24.3	32.1	17.1	12.1	25.0	9.6	7.9	1.1
\$50,000 ขึ้นไป	14.3	14.3	53.2	6.5	32.5	35.1	18.2	10.4	22.1	13.0	10.4	-
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	13.6	8.8	45.4	4.4	24.5	35.9	15.0	9.9	28.6	11.0	13.2	1.5
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	10.0	47.5	4.1	20.4	31.7	15.4	5.9	25.3	12.7	9.5	0.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	21.7	5.2	52.2	4.3	18.3	32.2	20.9	15.7	25.2	9.6	11.3	0.9
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	40.0	6.7	60.0	13.3	26.7	33.3	13.3	-	6.7	-	26.7	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	7.4	44.4	7.4	7.4	29.6	11.1	3.7	11.1	7.4	14.8	14.8
แม่บ้าน	22.9	2.9	42.9	11.4	11.4	14.3	25.7	11.4	14.3	-	8.6	8.6
นักเรียน	21.3	10.1	38.2	9.0	16.9	27.0	21.3	20.2	20.2	10.1	7.9	2.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	8.0	48.0	4.0	20.0	36.0	12.0	4.0	32.0	4.0	12.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	17.4	7.6	46.7	5.3	19.0	32.3	17.8	9.8	25.2	9.7	11.8	2.4
กลุ่มศักยภาพสูง	16.7	12.3	44.9	5.8	26.8	30.4	12.3	12.3	22.5	12.3	9.4	-

ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	13.3	8.1	49.1	8.1	17.9	48.6	30.0	12.0	18.5	7.3	10.4	3.0
เพศ												
ชาย	12.1	8.6	50.0	8.3	19.4	50.3	34.6	13.6	21.2	9.6	9.6	2.0
หญิง	14.4	7.7	48.3	7.9	16.3	47.0	25.5	10.4	15.8	5.0	11.1	4.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	14.0	10.4	36.6	9.1	22.6	57.3	35.4	15.2	14.0	10.4	9.8	4.9
25 – 34 ปี	12.9	8.7	51.9	8.3	17.0	46.9	34.9	13.7	19.5	8.7	10.4	2.1
35 – 44 ปี	12.1	4.4	54.4	4.9	17.0	42.9	25.3	9.9	17.6	6.6	9.9	3.8
45 – 54 ปี	12.8	8.3	51.1	9.8	18.0	51.1	21.8	10.5	18.8	3.8	11.3	1.5
55 – 64 ปี	17.9	9.0	49.3	11.9	13.4	44.8	29.9	9.0	28.4	4.5	9.0	3.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	15.4	61.5	-	7.7	46.2	23.1	-	15.4	-	23.1	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	13.9	5.1	49.5	7.9	19.4	51.4	32.9	13.9	15.7	7.4	10.6	4.2
\$10,000 - \$19,999	10.6	11.0	49.3	6.6	18.1	44.5	34.8	17.2	20.3	6.6	10.6	3.1
\$20,000 - \$49,999	15.0	8.2	48.9	10.4	13.9	51.8	25.4	6.4	20.7	7.9	8.6	2.1
\$50,000 ขึ้นไป	13.0	7.8	48.1	5.2	27.3	41.6	24.7	11.7	13.0	6.5	15.6	2.6
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	10.3	9.2	49.8	5.9	16.1	56.4	34.8	9.2	17.9	7.7	8.8	2.6
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.0	5.0	58.4	10.0	13.6	38.5	24.9	10.0	19.5	6.3	10.4	2.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	10.4	8.7	53.9	7.8	23.5	51.3	25.2	20.0	25.2	10.4	8.7	3.5
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	13.3	6.7	46.7	20.0	26.7	46.7	40.0	-	6.7	6.7	20.0	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	40.7	11.1	14.8	44.4	22.2	-	14.8	3.7	22.2	7.4
แม่บ้าน	14.3	8.6	37.1	5.7	14.3	31.4	25.7	17.1	14.3	-	8.6	2.9
นักเรียน	15.7	11.2	28.1	9.0	29.2	57.3	34.8	19.1	12.4	10.1	12.4	5.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	12.0	40.0	8.0	12.0	40.0	36.0	12.0	24.0	-	12.0	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	13.0	8.5	48.2	7.7	18.1	48.9	31.1	12.4	18.6	6.5	10.0	3.2
กลุ่มศักยภาพสูง	14.5	6.5	53.6	10.1	16.7	47.1	24.6	10.1	18.1	10.9	12.3	2.2

ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน

ข้อมูลส่วนบุคคล	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ไต้หวัน	จีน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไทย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
ภาพรวม	35.9	20.3	32.0	5.4	7.0	28.3	9.8	9.6	18.3	5.9	31.4	8.6
เพศ												
ชาย	34.3	22.7	29.5	4.8	8.6	27.8	9.6	8.8	19.9	6.6	33.1	8.3
หญิง	37.4	17.8	34.4	5.9	5.4	28.7	9.9	10.4	16.6	5.2	29.7	8.9
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	33.5	20.1	24.4	9.8	7.9	25.6	14.6	12.8	21.3	11.6	31.7	8.5
25 – 34 ปี	41.1	25.3	33.2	5.4	2.1	26.1	10.8	9.1	17.8	7.1	29.0	8.3
35 – 44 ปี	34.6	17.6	33.0	2.7	11.5	25.3	7.7	9.9	17.6	1.1	32.4	8.2
45 – 54 ปี	33.1	15.0	33.8	6.8	10.5	36.8	6.0	8.3	18.0	3.8	30.8	9.8
55 – 64 ปี	34.3	20.9	41.8	-	3.0	35.8	7.5	6.0	17.9	4.5	35.8	4.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	15.4	23.1	-	7.7	15.4	7.7	7.7	-	7.7	38.5	30.8
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	35.6	21.3	26.9	4.6	6.9	36.1	11.1	7.4	14.4	3.7	31.5	8.8
\$10,000 - \$19,999	28.2	15.4	35.2	4.8	7.0	21.1	9.7	12.3	20.7	5.7	23.8	11.5
\$20,000 - \$49,999	42.1	19.6	34.6	5.0	5.0	29.6	8.2	8.6	18.6	6.4	37.5	6.8
\$50,000 ขึ้นไป	36.4	33.8	27.3	10.4	14.3	22.1	11.7	11.7	20.8	10.4	31.2	6.5
อาชีพ												
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	43.2	24.9	28.2	3.7	6.2	28.6	8.8	9.2	17.9	5.9	35.2	8.1
ด้าน												
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	37.1	20.4	40.7	4.5	6.3	28.5	9.0	9.5	15.8	2.7	29.0	5.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	26.1	20.9	28.7	3.5	6.1	37.4	7.8	8.7	18.3	5.2	28.7	4.3
ชาย ธุรกิจ												
แรงงานและเกษตรกร	46.7	6.7	53.3	6.7	6.7	26.7	20.0	6.7	26.7	20.0	40.0	6.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	25.9	7.4	33.3	7.4	22.2	14.8	3.7	14.8	11.1	-	29.6	25.9
แม่บ้าน	31.4	8.6	34.3	8.6	-	31.4	8.6	8.6	14.3	2.9	31.4	11.4
นักเรียน	33.7	19.1	23.6	11.2	11.2	21.3	18.0	13.5	25.8	13.5	29.2	11.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	8.0	8.0	24.0	12.0	4.0	16.0	8.0	4.0	24.0	12.0	28.0	28.0
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	33.7	18.9	32.5	5.1	6.8	28.9	10.0	9.4	17.7	5.6	30.1	9.4
กลุ่มศักยภาพสูง	46.4	26.8	29.7	6.5	8.0	25.4	8.7	10.9	21.0	7.2	37.7	5.1

ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย									
	สภาพอากาศดี	ซื้อบั้งได้คุ้มค่า/คุ้มค่า	วัด/พุทธศาสนา/พระเจดีย์	อาหารไทย	ช่างเผือก/ฝึกฝนช่าง	ทะเลและชายหาดสวยงามที่หลากหลาย	การต้อนรับ/การบริการ	มีกิจกรรมสถานบันเทิงยามค่ำคืน	เกย์/เพศที่ 3	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม
ภาพรวม	31.4	16.1	15.1	13.1	11.3	10.8	5.5	3.0	1.9	1.0
เพศ										
ชาย	30.3	11.1	16.4	13.9	10.6	12.4	6.3	4.3	2.5	0.8
หญิง	32.4	21.0	13.9	12.4	11.9	9.2	4.7	1.7	1.2	1.2
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	29.3	12.8	16.5	11.6	14.0	13.4	7.9	1.2	3.0	0.6
25 – 34 ปี	31.5	16.6	14.5	12.9	9.5	12.9	3.7	3.3	3.3	1.7
35 – 44 ปี	36.8	13.2	13.7	16.5	11.5	6.6	5.5	5.5	0.5	-
45 – 54 ปี	27.1	19.5	15.8	11.3	11.3	12.0	7.5	0.8	-	1.5
55 – 64 ปี	29.9	22.4	14.9	11.9	11.9	6.0	3.0	4.5	-	1.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	30.8	23.1	23.1	15.4	-	7.7	-	-	7.7	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	40.3	15.7	13.0	10.6	10.6	6.5	6.0	1.9	0.9	1.9
\$10,000 - \$19,999	29.1	14.5	11.9	12.8	15.0	12.3	6.6	4.8	1.3	0.9
\$20,000 - \$49,999	28.2	16.4	18.9	14.6	9.6	12.5	3.9	2.5	2.1	0.7
\$50,000 ขึ้นไป	24.7	20.8	16.9	15.6	7.8	11.7	6.5	2.6	5.2	-
อาชีพ										
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	23.8	23.8	16.8	11.0	13.6	11.7	4.4	1.8	2.6	1.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	29.0	16.7	14.5	18.6	9.0	10.4	6.3	4.1	0.9	0.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	45.2	5.2	13.0	7.8	11.3	8.7	5.2	4.3	1.7	0.9
ชาย ธุรกิจ										
แรงงานและเกษตรกร	53.3	6.7	-	13.3	6.7	6.7	6.7	-	-	6.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	14.8	7.4	7.4	18.5	7.4	11.1	7.4	-	3.7
แม่บ้าน	57.1	11.4	11.4	20.0	2.9	-	2.9	2.9	-	2.9
นักเรียน	28.1	12.4	16.9	12.4	12.4	15.7	7.9	2.2	3.4	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	32.0	4.0	28.0	12.0	8.0	16.0	-	-	4.0	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	33.5	15.4	13.6	12.8	11.2	11.0	5.4	2.6	1.2	1.2
กลุ่มศักยภาพสูง	21.0	19.6	22.5	14.5	11.6	9.4	5.8	5.1	5.1	-

ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ความคิดเห็นต่อประเทศไทย	ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย			
	ภาพรวม	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1
ช้อปปิ้ง/คุ้มราคา/คุ้มค่า	16.1	14.6	23.2	25.0
ทะเลและชายหาด	10.8	10.5	13.7	7.5
วัด/พระเจดีย์	15.1	14.9	16.8	15.0
อาหารไทย	13.1	12.9	15.8	10.0
ช้างเผือก/การฝึกช้าง	11.3	11.7	7.4	12.5
สถานบันเทิงยามค่ำคึกคัก	3.0	2.7	5.3	2.5
ความเป็นมิตร	5.5	5.4	6.3	5.0
เกย์/เพศที่สาม	1.9	1.8	2.1	2.5
ไม่มีความคิดเห็น	30.8	31.1	26.3	35.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา **	
		ไม่เคยมา	เคยมา
ภาพรวม	100.0	83.1	16.9
เพศ			
ชาย	100.0	83.6	16.4
หญิง	100.0	82.7	17.3
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	86.6	13.4
25 – 34 ปี	100.0	81.7	18.3
35 – 44 ปี	100.0	84.6	15.4
45 – 54 ปี	100.0	82.0	18.0
55 – 64 ปี	100.0	79.1	20.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	76.9	23.1
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	100.0	89.4	10.6
\$10,000 - \$19,999	100.0	86.8	13.2
\$20,000 - \$49,999	100.0	75.7	24.3
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	81.8	18.2
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	76.9	23.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	82.4	17.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	100.0	91.3	8.7
แรงงานและเกษตรกร	100.0	86.7	13.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	88.9	11.1
แม่บ้าน	100.0	85.7	14.3
นักเรียน	100.0	92.1	7.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	76.0	24.0
กลุ่ม			
กลุ่มทั่วไป	100.0	84.5	15.5
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	76.8	23.2

**หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละตามแกนแนวดิ่ง

ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย	
	ไม่เคยมา	เคยมา
เพศ		
ชาย	49.8	48.1
หญิง	50.2	51.9
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	21.4	16.3
25 – 34 ปี	29.6	32.6
35 – 44 ปี	23.2	20.7
45 – 54 ปี	16.4	17.8
55 – 64 ปี	8.0	10.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.5	2.2
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว	29.0	17.0
น้อยกว่า \$10,000	29.6	22.2
\$10,000- \$19,999	31.9	50.4
\$20,000 - \$49,999	9.5	10.4
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	100.0
รวม	29.0	17.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	31.6	46.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	27.4	28.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	15.8	7.4
แรงงานและเกษตรกร	2.0	1.5
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.6	2.2
แม่บ้าน	4.5	3.7
นักเรียน	12.3	5.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.9	4.4
รวม	100.0	100.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	83.6	75.6
กลุ่มศักยภาพสูง	16.4	24.4
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย		
	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1 ครั้ง
เพศ			
ชาย	49.8	47.4	50.0
หญิง	50.2	52.6	50.0
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	21.4	18.9	10.0
25 – 34 ปี	29.6	30.5	37.5
35 – 44 ปี	23.2	21.1	20.0
45 – 54 ปี	16.4	16.8	20.0
55 – 64 ปี	8.0	9.5	12.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.5	3.2	-
รวม	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	29.0	21.1	7.5
\$10,000- \$19,999	29.6	23.2	20.0
\$20,000 - \$49,999	31.9	48.4	55.0
\$50,000 ขึ้นไป	9.5	7.4	17.5
รวม	100.0	100.0	100.0
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	31.6	44.2	52.5
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	27.4	30.5	25.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	15.8	6.3	10.0
แรงงานและเกษตรกร	2.0	1.1	2.5
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.6	3.2	-
แม่บ้าน	4.5	4.2	2.5
นักเรียน	12.3	5.3	5.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.9	5.3	2.5
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม			
กลุ่มทั่วไป	83.6	78.9	67.5
กลุ่มศักยภาพสูง	16.4	21.1	32.5
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34.3 ร้อยละความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง5ปีที่ผ่านมา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่(จำนวนครั้ง)								
	1	2	3	4	5	6	8	10	12
ภาพรวม	70.4	11.1	8.9	3.0	3.0	0.7	0.7	1.5	0.7
เพศ									
ชาย	69.2	7.7	12.3	4.6	3.1	0.0	1.5	1.5	0.0
หญิง	71.4	14.3	5.7	1.4	2.9	1.4	0.0	1.4	1.4
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	81.8	4.5	9.1	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
25 – 34 ปี	65.9	13.6	9.1	4.5	2.3	0.0	0.0	4.5	0.0
35 – 44 ปี	71.4	17.9	7.1	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0
45 – 54 ปี	66.7	4.2	16.7	0.0	8.3	0.0	4.2	0.0	0.0
55 – 64 ปี	64.3	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	87.0	4.3	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
\$10,000 - \$19,999	73.3	13.3	3.3	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	3.3
\$20,000 - \$49,999	67.6	10.3	11.8	4.4	2.9	1.5	0.0	1.5	0.0
\$50,000 ขึ้นไป	50.0	21.4	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	7.1	0.0
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	66.7	11.1	11.1	3.2	4.8	1.6	0.0	1.6	0.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	74.4	12.8	5.1	2.6	0.0	0.0	2.6	2.6	0.0
พนักงานบริษัทเอกชน	60.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
แรงงานและเกษตรกร	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
แม่บ้าน	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
นักเรียน	71.4	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	83.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	73.5	9.8	8.8	2.0	2.0	1.0	0.0	2.0	1.0
กลุ่มศักยภาพสูง	60.6	15.2	9.1	6.1	6.1	0.0	3.0	0.0	0.0

ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์		
		ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
ภาพรวม	100.0	63.5	8.3	28.3
เพศ				
ชาย	100.0	60.4	8.1	31.6
หญิง	100.0	66.6	8.4	25.0
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	62.8	8.5	28.7
25 – 34 ปี	100.0	63.1	7.5	29.5
35 – 44 ปี	100.0	67.6	7.7	24.7
45 – 54 ปี	100.0	63.9	9.8	26.3
55 – 64 ปี	100.0	56.7	7.5	35.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	53.8	15.4	30.8
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	100.0	61.6	6.9	31.5
\$10,000 - \$19,999	100.0	65.6	5.3	29.1
\$20,000 - \$49,999	100.0	62.5	8.9	28.6
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	66.2	18.2	15.6
อาชีพ				
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	59.7	8.8	31.5
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	68.8	9.0	22.2
เสมียน/พนักงานขาย และพาณิชย์	100.0	62.6	3.5	33.9
แรงงานและเกษตรกร	100.0	46.7	33.3	20.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	74.1	-	25.9
แม่บ้าน	100.0	62.9	11.4	25.7
นักเรียน	100.0	68.5	6.7	24.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	44.0	12.0	44.0
กลุ่ม				
กลุ่มทั่วไป	100.0	63.5	7.8	28.7
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	63.4	10.6	26.1
ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย				
ไม่เคยมาประเทศไทย	100.0	61.8	8.6	29.6
เคยมาครั้งเดียว	100.0	64.2	8.4	27.4
เคยมามากกว่า 1 ครั้ง	100.0	90.0	2.5	7.5

ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับคำชื่นชมและคำขอบคุณถือเป็นสิ่งที่สำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.5	2.6	19.0	36.5	26.4	14.0	-	4.26	800
เพศ									
ชาย	0.5	2.5	19.2	37.4	23.5	16.9	-	4.32	396
หญิง	2.5	2.7	18.8	35.6	29.2	11.1	-	4.20	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.6	2.4	12.8	50.6	17.1	16.5	-	4.30	164
25 – 34 ปี	1.2	2.1	19.9	34.4	28.6	13.7	-	4.28	241
35 – 44 ปี	3.3	3.3	19.8	29.7	30.2	13.7	-	4.21	182
45 – 54 ปี	1.5	3.0	22.6	30.8	26.3	15.8	-	4.25	133
55 – 64 ปี	-	3.0	22.4	34.3	32.8	7.5	-	4.19	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	15.4	61.5	15.4	7.7	-	4.15	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.9	2.3	46.8	36.6	1.4	11.1	-	3.67	216
\$10,000 - \$19,999	3.1	3.1	9.7	40.1	37.9	6.2	-	4.25	227
\$20,000 - \$49,999	-	2.1	8.9	36.4	33.6	18.9	-	4.58	280
\$50,000 ขึ้นไป	1.3	3.9	5.2	26.0	36.4	27.3	-	4.74	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.4	2.6	19.4	34.1	27.8	15.8	-	4.34	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.3	2.3	15.4	32.1	31.7	16.3	-	4.38	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.9	2.6	30.4	34.8	21.7	9.6	-	4.03	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	6.7	13.3	46.7	26.7	6.7	-	4.13	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	7.4	7.4	33.3	33.3	11.1	-	4.11	27
แม่บ้าน	5.7	-	20.0	42.9	22.9	8.6	-	4.03	35
นักเรียน	1.1	3.4	14.6	48.3	19.1	13.5	-	4.21	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	24.0	56.0	8.0	12.0	-	4.08	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.8	2.7	21.5	38.8	24.9	10.3	-	4.13	662
กลุ่มศักยภาพสูง	-	2.2	7.2	25.4	33.3	31.9	-	4.86	138

ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.8	1.0	14.0	52.3	20.9	11.1	-	4.25	800
เพศ									
ชาย	0.8	0.5	14.1	52.8	18.9	12.9	-	4.27	396
หญิง	0.7	1.5	13.9	51.7	22.8	9.4	-	4.23	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.2	1.8	17.1	57.3	12.8	9.8	-	4.08	164
25 – 34 ปี	0.8	1.2	13.3	56.8	18.7	9.1	-	4.19	241
35 – 44 ปี	-	0.5	13.7	48.4	24.7	12.6	-	4.35	182
45 – 54 ปี	0.8	-	12.0	45.1	24.8	17.3	-	4.45	133
55 – 64 ปี	-	-	14.9	46.3	32.8	6.0	-	4.30	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	7.7	7.7	61.5	7.7	7.7	-	3.77	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.4	-	18.5	56.5	18.1	5.6	-	4.06	216
\$10,000 - \$19,999	0.4	1.8	16.7	64.3	14.1	2.6	-	3.98	227
\$20,000 - \$49,999	-	1.1	10.0	44.3	26.1	18.6	-	4.51	280
\$50,000 ขึ้นไป	2.6	1.3	7.8	33.8	29.9	24.7	-	4.61	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.4	1.5	8.8	52.4	23.4	13.6	-	4.38	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.9	0.9	14.0	45.7	24.4	14.0	-	4.34	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.7	-	17.4	58.3	18.3	4.3	-	4.04	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	13.3	73.3	6.7	6.7	-	4.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	25.9	40.7	29.6	3.7	-	4.11	27
แม่บ้าน	-	-	20.0	48.6	22.9	8.6	-	4.20	35
นักเรียน	1.1	1.1	21.3	59.6	6.7	10.1	-	4.00	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.0	8.0	60.0	20.0	8.0	-	4.20	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.9	0.9	15.4	57.4	18.0	7.4	-	4.13	662
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.4	7.2	27.5	34.8	29.0	-	4.83	138

ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้องคำนึงถึงสายตาของผู้อื่น
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	4.8	6.4	16.1	34.0	24.4	14.4	-	4.10	800
เพศ									
ชาย	4.8	5.3	17.2	35.9	22.5	14.4	-	4.09	396
หญิง	4.7	7.4	15.1	32.2	26.2	14.4	-	4.11	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.2	8.5	15.2	40.2	22.0	12.8	-	4.12	164
25 – 34 ปี	4.6	7.1	17.4	33.2	22.0	15.8	-	4.08	241
35 – 44 ปี	8.8	4.9	14.3	33.0	26.4	12.6	-	4.01	182
45 – 54 ปี	2.3	5.3	12.8	31.6	30.1	18.0	-	4.36	133
55 – 64 ปี	9.0	6.0	23.9	29.9	19.4	11.9	-	3.81	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	23.1	30.8	38.5	7.7	-	4.31	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	6.0	4.2	16.7	34.3	23.6	15.3	-	4.11	216
\$10,000 - \$19,999	3.1	5.7	14.1	36.1	28.2	12.8	-	4.19	227
\$20,000 - \$49,999	3.6	7.5	16.4	34.6	22.5	15.4	-	4.11	280
\$50,000 ขึ้นไป	10.4	10.4	19.5	24.7	22.1	13.0	-	3.77	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	4.0	4.0	14.7	35.9	28.9	12.5	-	4.19	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	5.0	8.1	12.7	33.5	24.9	15.8	-	4.13	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	3.5	1.7	20.0	33.0	23.5	18.3	-	4.26	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	6.7	26.7	33.3	26.7	-	-	3.67	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	7.4	7.4	33.3	14.8	14.8	-	3.56	27
แม่บ้าน	5.7	22.9	22.9	28.6	8.6	11.4	-	3.46	35
นักเรียน	2.2	7.9	19.1	34.8	20.2	15.7	-	4.10	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	8.0	28.0	28.0	20.0	12.0	-	3.88	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	4.4	6.0	14.5	34.6	24.9	15.6	-	4.16	662
กลุ่มศักยภาพสูง	6.5	8.0	23.9	31.2	21.7	8.7	-	3.80	138

ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	26.3	18.1	20.8	15.9	13.4	5.6	-	2.89	800
เพศ									
ชาย	28.5	16.2	17.9	17.4	13.9	6.1	-	2.90	396
หญิง	24.0	20.0	23.5	14.4	12.9	5.2	-	2.88	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	18.3	22.0	23.2	18.9	12.8	4.9	-	3.01	164
25 – 34 ปี	29.9	16.2	17.0	18.3	12.0	6.6	-	2.86	241
35 – 44 ปี	30.2	14.8	22.0	12.6	15.9	4.4	-	2.82	182
45 – 54 ปี	27.1	18.0	21.1	14.3	13.5	6.0	-	2.87	133
55 – 64 ปี	19.4	23.9	23.9	13.4	11.9	7.5	-	2.97	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	30.8	23.1	23.1	7.7	15.4	-	-	2.54	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	21.3	11.6	16.7	16.7	23.6	10.2	-	3.40	216
\$10,000 - \$19,999	26.0	22.0	26.4	14.5	9.3	1.8	-	2.64	227
\$20,000 - \$49,999	31.4	17.5	21.8	15.4	9.6	4.3	-	2.67	280
\$50,000 ขึ้นไป	22.1	27.3	11.7	19.5	10.4	9.1	-	2.96	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	26.0	17.6	20.5	15.8	14.7	5.5	-	2.92	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	32.1	19.0	20.4	12.7	11.3	4.5	-	2.66	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	28.7	12.2	17.4	22.6	13.0	6.1	-	2.97	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	13.3	13.3	20.0	13.3	33.3	6.7	-	3.60	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	29.6	29.6	14.8	7.4	18.5	-	-	2.56	27
แม่บ้าน	28.6	5.7	42.9	5.7	5.7	11.4	-	2.89	35
นักเรียน	12.4	23.6	19.1	23.6	12.4	9.0	-	3.27	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	32.0	24.0	12.0	16.0	-	-	2.80	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	24.6	17.4	20.8	16.5	14.2	6.5	-	2.98	662
กลุ่มศักยภาพสูง	34.1	21.7	20.3	13.0	9.4	1.4	-	2.46	138

ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.8	1.8	8.0	21.8	34.1	33.6	-	4.88	800
เพศ									
ชาย	0.8	2.0	9.6	22.2	34.1	31.3	-	4.81	396
หญิง	0.7	1.5	6.4	21.3	34.2	35.9	-	4.94	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.0	3.7	12.2	29.3	31.7	20.1	-	4.43	164
25 – 34 ปี	-	1.7	10.0	22.0	31.5	34.9	-	4.88	241
35 – 44 ปี	0.5	1.1	7.7	14.8	35.7	40.1	-	5.04	182
45 – 54 ปี	-	-	3.0	24.8	35.3	36.8	-	5.06	133
55 – 64 ปี	-	3.0	1.5	14.9	40.3	40.3	-	5.13	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	7.7	23.1	46.2	23.1	-	4.85	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	1.4	6.5	17.1	33.3	41.7	-	5.07	216
\$10,000 - \$19,999	1.3	1.8	12.8	22.9	29.1	32.2	-	4.73	227
\$20,000 - \$49,999	1.1	1.4	5.0	23.9	40.4	28.2	-	4.86	280
\$50,000 ขึ้นไป	-	3.9	9.1	23.4	28.6	35.1	-	4.82	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.1	0.7	7.0	22.0	42.1	27.1	-	4.85	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.5	1.4	8.1	15.8	33.5	40.7	-	5.03	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.9	7.8	19.1	23.5	48.7	-	5.11	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	13.3	20.0	20.0	20.0	26.7	-	4.27	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	-	40.7	25.9	25.9	-	4.63	27
แม่บ้าน	-	-	2.9	25.7	40.0	31.4	-	5.00	35
นักเรียน	2.2	4.5	14.6	31.5	28.1	19.1	-	4.36	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	4.0	24.0	32.0	40.0	-	5.08	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.8	1.5	8.5	21.3	31.9	36.1	-	4.90	662
กลุ่มศักยภาพสูง	0.7	2.9	5.8	23.9	44.9	21.7	-	4.75	138

ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	4.4	8.6	25.4	35.9	25.8	-	4.70	800
เพศ									
ชาย	-	3.8	7.3	27.3	32.3	29.3	-	4.76	396
หญิง	-	5.0	9.9	23.5	39.4	22.3	-	4.64	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	3.7	6.7	31.7	39.0	18.9	-	4.63	164
25 – 34 ปี	-	2.5	7.5	24.1	39.4	26.6	-	4.80	241
35 – 44 ปี	-	2.2	3.8	24.2	35.2	34.6	-	4.96	182
45 – 54 ปี	-	7.5	15.8	18.8	29.3	28.6	-	4.56	133
55 – 64 ปี	-	11.9	14.9	26.9	32.8	13.4	-	4.21	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.7	15.4	46.2	23.1	7.7	-	4.08	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	10.2	16.7	24.5	26.9	21.8	-	4.33	216
\$10,000 - \$19,999	-	2.6	7.0	33.9	37.4	18.9	-	4.63	227
\$20,000 - \$49,999	-	1.8	4.6	22.9	38.6	32.1	-	4.95	280
\$50,000 ขึ้นไป	-	2.6	5.2	11.7	46.8	33.8	-	5.04	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	2.6	7.7	23.4	38.8	27.5	-	4.81	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	5.0	8.6	19.9	34.4	32.1	-	4.80	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	5.2	10.4	27.0	33.9	23.5	-	4.60	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	6.7	6.7	26.7	40.0	20.0	-	4.60	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	11.1	3.7	40.7	29.6	14.8	-	4.33	27
แม่บ้าน	-	-	11.4	20.0	42.9	25.7	-	4.83	35
นักเรียน	-	5.6	5.6	37.1	33.7	18.0	-	4.53	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.0	24.0	36.0	28.0	4.0	-	3.96	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	4.8	9.4	27.2	33.7	24.9	-	4.65	662
กลุ่มศักยภาพสูง	-	2.2	5.1	16.7	46.4	29.7	-	4.96	138

ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ง่ายในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.6	1.8	8.6	27.1	38.3	23.6	-	4.72	800
เพศ									
ชาย	0.5	1.3	10.4	30.6	34.8	22.5	-	4.65	396
หญิง	0.7	2.2	6.9	23.8	41.6	24.8	-	4.77	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.6	3.7	10.4	28.0	36.0	21.3	-	4.59	164
25 – 34 ปี	0.4	1.2	11.2	32.0	36.9	18.3	-	4.59	241
35 – 44 ปี	0.5	1.1	7.7	23.6	40.7	26.4	-	4.82	182
45 – 54 ปี	1.5	0.8	3.8	23.3	41.4	29.3	-	4.90	133
55 – 64 ปี	-	3.0	7.5	22.4	34.3	32.8	-	4.87	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	7.7	38.5	46.2	7.7	-	4.54	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.9	1.4	7.9	21.3	41.2	27.3	-	4.82	216
\$10,000 - \$19,999	0.9	1.8	6.6	30.0	41.0	19.8	-	4.68	227
\$20,000 - \$49,999	-	1.8	10.7	29.3	33.9	24.3	-	4.68	280
\$50,000 ขึ้นไป	1.3	2.6	9.1	27.3	37.7	22.1	-	4.64	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.7	1.1	8.1	27.1	35.2	27.8	-	4.78	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.5	0.5	9.5	27.1	38.9	23.5	-	4.74	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	1.7	5.2	27.8	44.3	20.9	-	4.77	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	-	6.7	53.3	13.3	20.0	-	4.27	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	3.7	25.9	40.7	25.9	-	4.81	27
แม่บ้าน	-	-	5.7	22.9	45.7	25.7	-	4.91	35
นักเรียน	1.1	5.6	14.6	25.8	33.7	19.1	-	4.43	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.0	12.0	20.0	56.0	4.0	-	4.36	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.8	1.7	8.2	26.3	38.2	24.9	-	4.74	662
กลุ่มศักยภาพสูง	-	2.2	10.9	31.2	38.4	17.4	-	4.58	138

ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมายในบางครั้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	20.1	15.5	22.6	24.3	12.8	4.8	-	3.08	800
เพศ									
ชาย	17.9	15.2	24.2	26.8	10.9	5.1	-	3.13	396
หญิง	22.3	15.8	21.0	21.8	14.6	4.5	-	3.04	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	14.0	11.6	17.7	39.0	14.6	3.0	-	3.38	164
25 – 34 ปี	17.8	18.3	24.5	21.2	11.6	6.6	-	3.10	241
35 – 44 ปี	23.1	13.7	24.2	24.7	8.8	5.5	-	2.99	182
45 – 54 ปี	21.1	17.3	23.3	17.3	16.5	4.5	-	3.05	133
55 – 64 ปี	31.3	16.4	22.4	13.4	14.9	1.5	-	2.69	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	30.8	15.4	23.1	15.4	15.4	-	-	2.69	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	21.3	10.2	21.8	25.5	16.7	4.6	-	3.20	216
\$10,000 - \$19,999	19.4	14.5	22.9	23.8	14.5	4.8	-	3.14	227
\$20,000 - \$49,999	19.3	20.4	22.1	23.6	10.0	4.6	-	2.99	280
\$50,000 ขึ้นไป	22.1	15.6	26.0	24.7	6.5	5.2	-	2.94	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	17.6	15.8	26.4	25.6	11.4	3.3	-	3.07	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	21.3	16.7	20.4	22.6	12.7	6.3	-	3.08	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	19.1	12.2	24.3	24.3	15.7	4.3	-	3.18	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	20.0	13.3	13.3	46.7	6.7	-	-	3.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	33.3	11.1	22.2	14.8	3.7	14.8	-	2.89	27
แม่บ้าน	37.1	22.9	22.9	5.7	5.7	5.7	-	2.37	35
นักเรียน	13.5	15.7	14.6	34.8	16.9	4.5	-	3.39	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	28.0	12.0	28.0	8.0	24.0	-	-	2.88	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	20.2	14.0	20.8	25.4	14.0	5.4	-	3.15	662
กลุ่มศักยภาพสูง	19.6	22.5	31.2	18.8	6.5	1.4	-	2.75	138

ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัดเสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	19.0	16.3	27.3	21.8	11.8	4.0	-	3.03	800
เพศ									
ชาย	18.4	13.6	28.8	23.0	12.4	3.8	-	3.09	396
หญิง	19.6	18.8	25.7	20.5	11.1	4.2	-	2.98	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	15.9	17.1	26.8	22.0	15.9	2.4	-	3.12	164
25 – 34 ปี	15.8	14.9	30.7	23.7	11.2	3.7	-	3.11	241
35 – 44 ปี	20.3	10.4	25.8	25.3	13.7	4.4	-	3.15	182
45 – 54 ปี	24.1	17.3	25.6	18.8	9.0	5.3	-	2.87	133
55 – 64 ปี	25.4	29.9	22.4	11.9	4.5	6.0	-	2.58	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	30.8	30.8	15.4	7.7	-	-	2.69	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	19.4	11.1	25.9	25.0	13.4	5.1	-	3.17	216
\$10,000 - \$19,999	19.4	15.4	31.3	17.6	12.3	4.0	-	3.00	227
\$20,000 - \$49,999	17.9	20.4	24.3	23.6	10.4	3.6	-	2.99	280
\$50,000 ขึ้นไป	20.8	18.2	29.9	18.2	10.4	2.6	-	2.87	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	14.3	17.2	26.4	25.3	13.9	2.9	-	3.16	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.9	18.6	25.3	19.5	12.2	4.5	-	2.99	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	21.7	9.6	28.7	27.8	6.1	6.1	-	3.05	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	26.7	13.3	33.3	20.0	6.7	-	-	2.67	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	40.7	14.8	25.9	7.4	7.4	3.7	-	2.37	27
แม่บ้าน	40.0	17.1	17.1	20.0	5.7	-	-	2.34	35
นักเรียน	12.4	15.7	32.6	19.1	16.9	3.4	-	3.22	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	20.0	40.0	4.0	8.0	12.0	-	3.04	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	19.2	14.8	26.4	22.2	12.8	4.5	-	3.08	662
กลุ่มศักยภาพสูง	18.1	23.2	31.2	19.6	6.5	1.4	-	2.78	138

ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่าการใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	5.0	6.6	17.5	31.0	27.5	12.4	-	4.07	800
เพศ									
ชาย	5.6	7.3	18.2	30.6	26.8	11.6	-	4.01	396
หญิง	4.5	5.9	16.8	31.4	28.2	13.1	-	4.12	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.7	9.8	23.2	31.1	23.2	9.1	-	3.88	164
25 – 34 ปี	5.0	6.6	15.8	28.6	30.7	13.3	-	4.13	241
35 – 44 ปี	6.0	3.3	14.8	34.6	29.7	11.5	-	4.13	182
45 – 54 ปี	3.8	8.3	15.8	29.3	29.3	13.5	-	4.13	133
55 – 64 ปี	7.5	6.0	16.4	32.8	20.9	16.4	-	4.03	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	-	38.5	30.8	7.7	15.4	-	3.77	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	5.6	5.6	19.9	30.1	25.9	13.0	-	4.04	216
\$10,000 - \$19,999	1.8	6.2	15.9	31.3	30.8	14.1	-	4.26	227
\$20,000 - \$49,999	5.4	6.8	16.8	31.4	27.5	12.1	-	4.05	280
\$50,000 ขึ้นไป	11.7	10.4	18.2	31.2	22.1	6.5	-	3.61	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.7	4.8	16.5	31.9	32.6	10.6	-	4.17	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	7.2	5.0	13.1	31.7	27.1	15.8	-	4.14	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	3.5	8.7	13.9	30.4	31.3	12.2	-	4.14	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	13.3	-	20.0	26.7	13.3	26.7	-	4.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	3.7	29.6	33.3	14.8	14.8	-	3.96	27
แม่บ้าน	2.9	14.3	22.9	31.4	20.0	8.6	-	3.77	35
นักเรียน	5.6	12.4	28.1	25.8	19.1	9.0	-	3.67	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	8.0	24.0	36.0	20.0	8.0	-	3.84	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	5.1	6.2	18.3	30.4	27.2	12.8	-	4.07	662
กลุ่มศักยภาพสูง	4.3	8.7	13.8	34.1	29.0	10.1	-	4.05	138

ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นขอการอพยพในเรื่องของความทันสมัยและแฟชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.5	5.5	13.6	34.8	26.3	16.4	-	4.24	800
เพศ									
ชาย	3.5	4.8	13.1	35.4	29.3	13.9	-	4.24	396
หญิง	3.5	6.2	14.1	34.2	23.3	18.8	-	4.24	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	4.3	4.9	12.8	34.1	25.6	18.3	-	4.27	164
25 – 34 ปี	3.3	5.0	12.9	31.5	32.4	14.9	-	4.29	241
35 – 44 ปี	2.7	4.9	11.5	41.2	20.3	19.2	-	4.29	182
45 – 54 ปี	3.8	6.0	13.5	33.1	28.6	15.0	-	4.22	133
55 – 64 ปี	3.0	7.5	23.9	34.3	17.9	13.4	-	3.97	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	15.4	15.4	30.8	23.1	7.7	-	3.69	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.8	4.2	12.5	35.6	24.1	20.8	-	4.37	216
\$10,000 - \$19,999	4.4	7.0	17.6	37.0	19.4	14.5	-	4.04	227
\$20,000 - \$49,999	2.5	5.4	11.4	36.4	29.3	15.0	-	4.30	280
\$50,000 ขึ้นไป	6.5	5.2	13.0	19.5	41.6	14.3	-	4.27	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.3	2.9	12.5	35.5	28.6	17.2	-	4.35	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.7	8.6	9.5	35.7	27.1	16.3	-	4.25	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.3	3.5	10.4	37.4	25.2	19.1	-	4.33	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	20.0	26.7	20.0	20.0	13.3	-	3.80	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	3.7	7.4	40.7	33.3	7.4	-	4.11	27
แม่บ้าน	2.9	8.6	31.4	28.6	17.1	11.4	-	3.83	35
นักเรียน	4.5	5.6	16.9	30.3	22.5	20.2	-	4.21	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	4.0	40.0	32.0	20.0	-	-	3.60	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	3.2	5.3	13.9	33.7	26.4	17.5	-	4.27	662
กลุ่มศักยภาพสูง	5.1	6.5	12.3	39.9	25.4	10.9	-	4.07	138

ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.1	4.1	8.8	22.8	25.0	37.3	-	4.76	800
เพศ									
ชาย	1.8	4.3	11.1	24.7	24.2	33.8	-	4.67	396
หญิง	2.5	4.0	6.4	20.8	25.7	40.6	-	4.85	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.7	4.3	15.9	25.6	21.3	29.3	-	4.45	164
25 – 34 ปี	1.7	5.4	7.1	22.8	28.6	34.4	-	4.75	241
35 – 44 ปี	2.2	3.8	8.8	20.3	29.1	35.7	-	4.77	182
45 – 54 ปี	1.5	3.8	3.8	22.6	19.5	48.9	-	5.02	133
55 – 64 ปี	-	1.5	7.5	17.9	22.4	50.7	-	5.13	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	-	7.7	46.2	15.4	23.1	-	4.31	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.8	2.3	5.1	19.9	19.9	50.0	-	5.02	216
\$10,000 - \$19,999	0.4	5.7	9.3	21.1	33.0	30.4	-	4.72	227
\$20,000 - \$49,999	2.1	4.3	11.4	25.7	21.4	35.0	-	4.65	280
\$50,000 ขึ้นไป	5.2	3.9	7.8	24.7	28.6	29.9	-	4.57	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.6	4.8	8.8	24.9	24.5	34.4	-	4.67	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.8	4.1	6.8	19.9	26.7	40.7	-	4.88	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.9	0.9	6.1	20.0	29.6	42.6	-	5.04	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	6.7	26.7	20.0	46.7	-	5.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	7.4	11.1	11.1	25.9	37.0	-	4.52	27
แม่บ้าน	-	5.7	5.7	25.7	28.6	34.3	-	4.80	35
นักเรียน	3.4	4.5	18.0	24.7	18.0	31.5	-	4.44	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.0	8.0	36.0	16.0	32.0	-	4.56	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.8	4.1	7.9	21.0	25.1	40.2	-	4.84	662
กลุ่มศักยภาพสูง	3.6	4.3	13.0	31.2	24.6	23.2	-	4.38	138

ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถมีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.9	1.3	7.1	18.4	28.8	43.6	-	5.04	800
เพศ									
ชาย	1.0	1.3	8.1	20.5	27.8	41.4	-	4.97	396
หญิง	0.7	1.2	6.2	16.3	29.7	45.8	-	5.10	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.4	2.4	11.0	20.7	22.0	41.5	-	4.82	164
25 – 34 ปี	0.4	0.8	6.6	22.0	31.1	39.0	-	5.00	241
35 – 44 ปี	0.5	-	4.4	16.5	32.4	46.2	-	5.19	182
45 – 54 ปี	0.8	0.8	7.5	13.5	29.3	48.1	-	5.14	133
55 – 64 ปี	-	4.5	3.0	14.9	25.4	52.2	-	5.18	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	23.1	15.4	30.8	30.8	-	4.69	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.9	0.5	3.7	15.7	26.4	51.9	-	5.20	216
\$10,000 - \$19,999	-	1.3	9.3	17.2	31.3	41.0	-	5.01	227
\$20,000 - \$49,999	0.4	0.7	7.1	21.8	31.1	38.9	-	4.99	280
\$50,000 ขึ้นไป	2.6	5.2	10.4	16.9	19.5	45.5	-	4.82	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.4	1.1	7.3	17.6	30.8	42.9	-	5.06	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.5	2.3	3.6	17.2	28.5	48.0	-	5.15	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	0.9	5.2	17.4	33.0	43.5	-	5.13	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	-	26.7	13.3	60.0	-	5.33	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	-	11.1	7.4	29.6	48.1	-	5.04	27
แม่บ้าน	-	-	5.7	22.9	34.3	37.1	-	5.03	35
นักเรียน	3.4	1.1	16.9	23.6	19.1	36.0	-	4.62	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	-	12.0	24.0	24.	36.0	-	4.72	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.9	0.9	6.2	17.2	28.9	45.9	-	5.10	662
กลุ่มศักยภาพสูง	0.7	2.9	11.6	23.9	28.3	32.6	-	4.74	138

ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมากจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.1	1.6	7.1	21.4	28.4	39.4		4.90	800
เพศ									
ชาย	1.8	2.0	7.3	25.8	30.6	32.6		4.79	396
หญิง	2.5	1.2	6.9	17.1	26.2	46.0		5.01	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.0	2.4	12.2	28.7	26.8	26.8		4.54	164
25 – 34 ปี	1.7	1.7	5.8	24.9	32.0	34.0		4.86	241
35 – 44 ปี	1.6	1.6	3.8	20.9	31.3	40.7		5.01	182
45 – 54 ปี	1.	0.8	8.3	10.5	24.1	54.9		5.20	133
55 – 64 ปี	3.0	1.5	3.0	13.4	20.9	58.2		5.22	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	-	23.1	23.1	23.1	23.1		4.23	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	3.2	0.5	6.5	19.9	23.1	46.8		5.00	216
\$10,000 - \$19,999	1.8	1.8	10.1	20.3	28.6	37.4		4.85	227
\$20,000 - \$49,999	0.7	1.4	5.7	23.9	31.8	36.4		4.94	280
\$50,000 ขึ้นไป	5.2	5.2	5.2	19.5	29.9	35.1		4.69	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.2	2.6	5.5	23.4	29.3	37.0		4.86	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	2.3	1.4	6.3	19.9	28.1	42.1		4.96	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	-	4.3	19.1	27.8	48.7		5.21	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	6.7	20.0	40.0	33.3		5.00	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	-	11.1	14.8	22.2	48.1		4.96	27
แม่บ้าน	2.9	-	5.7	11.4	40.0	40.0		5.06	35
นักเรียน	3.4	3.4	15.7	29.2	24.7	23.6		4.39	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	-	12.0	16.0	20.0	48.0		4.92	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.1	1.7	6.9	21.9	27.3	40.0		4.91	662
กลุ่มศักยภาพสูง	2.2	1.4	8.0	18.8	33.3	36.2		4.88	138

ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.6	2.5	11.0	25.3	31.9	27.8	-	4.67	800
เพศ									
ชาย	1.8	2.8	11.9	25.8	31.8	26.0	-	4.61	396
หญิง	1.5	2.2	10.1	24.8	31.9	29.5	-	4.72	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.4	4.3	12.8	29.3	23.8	27.4	-	4.50	164
25 – 34 ปี	1.7	2.1	12.0	26.1	33.6	24.5	-	4.61	241
35 – 44 ปี	1.6	0.5	8.8	25.8	30.2	33.0	-	4.81	182
45 – 54 ปี	1.5	3.0	11.3	18.0	36.8	29.3	-	4.74	133
55 – 64 ปี	-	3.0	6.0	25.4	41.8	23.9	-	4.78	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.7	23.1	23.1	23.1	23.1	-	4.31	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.4	2.8	16.7	23.6	36.6	19.0	-	4.48	216
\$10,000 - \$19,999	1.8	2.6	17.2	29.1	31.3	18.1	-	4.40	227
\$20,000 - \$49,999	1.4	2.1	3.9	23.9	32.1	36.4	-	4.92	280
\$50,000 ขึ้นไป	2.6	2.6	2.6	23.4	19.5	49.4	-	5.03	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.6	0.4	8.8	22.0	37.4	28.9	-	4.78	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	3.2	10.0	28.5	27.6	30.8	-	4.73	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	3.5	3.5	13.0	23.5	37.4	19.1	-	4.45	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	26.7	26.7	26.7	20.0	-	4.40	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	11.1	22.2	37.0	25.9	-	4.70	27
แม่บ้าน	-	-	8.6	28.6	34.3	28.6	-	4.83	35
นักเรียน	2.2	5.6	15.7	31.5	18.0	27.0	-	4.38	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	8.0	12.0	16.0	28.0	36.0	-	4.72	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.7	2.3	12.5	25.7	31.6	26.3	-	4.62	662
กลุ่มศักยภาพสูง	1.4	3.6	3.6	23.2	33.3	34.8	-	4.88	138

ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกอยากปล่อยวาง หรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	19.5	19.8	25.1	18.1	12.4	5.1	-	2.99	800
เพศ							-		
ชาย	21.0	19.7	23.7	18.4	12.9	4.3	-	2.95	396
หญิง	18.1	19.8	26.5	17.8	11.9	5.9	-	3.03	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	17.7	15.2	27.4	19.5	15.2	4.9	-	3.14	164
25 – 34 ปี	19.1	25.7	24.1	16.2	11.6	3.3	-	2.85	241
35 – 44 ปี	23.6	21.4	19.8	17.6	11.0	6.6	-	2.91	182
45 – 54 ปี	18.8	18.8	32.3	15.0	11.3	3.8	-	2.92	133
55 – 64 ปี	14.9	10.4	22.4	26.9	13.4	11.9	-	3.49	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	-	30.8	30.8	15.4	-	-	3.15	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	18.5	15.3	26.9	18.5	14.8	6.0	-	3.14	216
\$10,000 - \$19,999	16.3	21.1	27.8	19.4	12.3	3.1	-	3.00	227
\$20,000 - \$49,999	20.4	22.1	22.1	17.9	11.8	5.7	-	2.96	280
\$50,000 ขึ้นไป	28.6	19.5	23.4	14.3	7.8	6.5	-	2.73	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	19.8	20.9	24.9	19.4	11.0	4.0	-	2.93	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.0	23.5	22.2	18.1	10.4	6.8	-	2.98	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	24.3	15.7	25.2	13.0	14.8	7.0	-	2.99	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	26.7	13.3	40.0	6.7	6.7	6.7	-	2.73	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	18.5	29.6	18.5	18.5	14.8	-	-	2.81	27
แม่บ้าน	11.4	28.6	34.3	11.4	8.6	5.7	-	2.94	35
นักเรียน	18.0	11.2	28.1	21.3	16.9	4.5	-	3.21	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	4.0	28.0	32.0	24.0	-	-	3.52	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	19.6	18.1	25.1	18.6	13.3	5.3	-	3.04	662
กลุ่มศักยภาพสูง	18.8	27.5	25.4	15.9	8.0	4.3	-	2.80	138

ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำอะไรบนความหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	21.4	16.3	22.0	20.3	13.1	7.0	-	3.08	800
เพศ									
ชาย	16.2	17.7	22.7	21.0	14.9	7.6	-	3.23	396
หญิง	26.5	14.9	21.3	19.6	11.4	6.4	-	2.94	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	7.3	16.5	23.2	25.6	20.7	6.7	-	3.56	164
25 – 34 ปี	21.2	12.4	22.4	22.0	13.7	8.3	-	3.20	241
35 – 44 ปี	24.2	25.3	17.6	15.4	9.3	8.2	-	2.85	182
45 – 54 ปี	28.6	15.0	24.8	19.5	7.5	4.5	-	2.76	133
55 – 64 ปี	35.8	9.0	22.4	14.9	13.4	4.5	-	2.75	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	7.7	30.8	23.1	15.4	7.7	-	3.38	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	24.5	18.5	16.7	20.4	12.0	7.9	-	3.00	216
\$10,000 - \$19,999	24.7	15.4	21.6	22.5	10.6	5.3	-	2.95	227
\$20,000 - \$49,999	15.7	16.1	25.7	18.6	15.7	8.2	-	3.27	280
\$50,000 ขึ้นไป	23.4	13.0	24.7	19.5	14.3	5.2	-	3.04	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	16.5	15.8	20.1	25.3	13.2	9.2	-	3.30	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	22.6	18.6	22.6	15.4	14.9	5.9	-	2.99	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	28.7	13.9	22.6	14.8	14.8	5.2	-	2.89	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	33.3	13.3	26.7	6.7	13.3	6.7	-	2.73	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	44.4	14.8	22.2	14.8	3.7	-	-	2.19	27
แม่บ้าน	31.4	25.7	20.0	8.6	2.9	11.4	-	2.60	35
นักเรียน	7.9	12.4	27.0	31.5	14.6	6.7	-	3.53	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	32.0	16.0	16.0	24.0	8.0	4.0	-	2.72	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	22.5	14.0	20.8	21.1	13.4	8.0	-	3.13	662
กลุ่มศักยภาพสูง	15.9	26.8	27.5	15.9	11.6	2.2	-	2.87	138

ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	22.3	20.0	23.3	20.3	9.0	5.3	-	2.89	800
เพศ									
ชาย	20.7	20.7	21.7	19.7	11.1	6.1	-	2.98	396
หญิง	23.8	19.3	24.8	20.8	6.9	4.5	-	2.81	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	13.4	17.1	22.6	26.2	14.6	6.1	-	3.30	164
25 – 34 ปี	22.0	20.7	25.3	17.4	9.5	5.0	-	2.87	241
35 – 44 ปี	24.7	21.4	20.9	19.2	7.7	6.0	-	2.82	182
45 – 54 ปี	27.1	22.6	23.3	15.0	6.0	6.0	-	2.68	133
55 – 64 ปี	28.4	14.9	25.4	26.9	4.5	-	-	2.64	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	23.1	15.4	30.8	-	7.7	-	2.85	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	26.4	16.2	22.7	19.9	6.9	7.9	-	2.88	216
\$10,000 - \$19,999	17.2	26.4	19.8	21.1	11.9	3.5	-	2.95	227
\$20,000 - \$49,999	21.1	20.0	23.2	22.1	9.3	4.3	-	2.91	280
\$50,000 ขึ้นไป	29.9	11.7	35.1	11.7	5.2	6.5	-	2.70	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	21.6	20.5	23.4	19.8	8.8	5.9	-	2.91	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	23.1	24.9	23.5	14.5	8.1	5.9	-	2.77	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	23.5	18.3	20.9	22.6	7.8	7.0	-	2.94	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	40.0	13.3	33.3	13.3	-	-	-	2.20	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	37.0	18.5	14.8	25.9	-	3.7	-	2.44	27
แม่บ้าน	28.6	17.1	34.3	8.6	8.6	2.9	-	2.60	35
นักเรียน	10.1	12.4	22.5	31.5	20.2	3.4	-	3.49	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	24.0	16.0	20.0	40.0	-	-	-	2.76	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	22.4	18.7	20.7	21.6	10.3	6.3	-	2.98	662
กลุ่มศักยภาพสูง	21.7	26.1	35.5	13.8	2.9	-	-	2.50	138

ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับราชการทหารเป็นเรื่องที่ควรจะทำสำหรับเยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	16.4	16.5	24.3	23.0	12.8	7.1	-	3.21	800
เพศ									
ชาย	15.9	15.7	24.7	21.5	14.4	7.8	-	3.26	396
หญิง	16.8	17.3	23.8	24.5	11.1	6.4	-	3.15	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	17.7	22.0	18.3	22.0	12.2	7.9	-	3.13	164
25 – 34 ปี	18.3	14.5	26.1	22.4	12.4	6.2	-	3.15	241
35 – 44 ปี	15.4	15.9	24.7	24.2	11.5	8.2	-	3.25	182
45 – 54 ปี	10.5	18.0	25.6	24.1	14.3	7.5	-	3.36	133
55 – 64 ปี	19.4	10.4	26.9	22.4	14.9	6.0	-	3.21	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	7.7	30.8	23.1	15.4	-	-	3.00	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	12.0	18.1	26.9	22.7	11.1	9.3	-	3.31	216
\$10,000 - \$19,999	18.5	11.9	24.2	22.9	16.3	6.2	-	3.25	227
\$20,000 - \$49,999	15.0	19.3	23.9	23.2	12.5	6.1	-	3.17	280
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	15.6	18.2	23.4	7.8	7.8	-	2.92	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	16.5	21.2	24.5	20.1	11.0	6.6	-	3.08	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.7	15.8	22.2	23.1	14.5	7.7	-	3.26	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	11.3	13.0	24.3	26.1	15.7	9.6	-	3.50	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	26.7	13.3	20.0	26.7	13.3	-	-	2.87	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	18.5	3.7	29.6	29.6	11.1	7.4	-	3.33	27
แม่บ้าน	25.7	11.4	28.6	8.6	20.0	5.7	-	3.03	35
นักเรียน	15.7	15.7	24.7	25.8	10.1	7.9	-	3.22	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	16.0	12.0	28.0	40.0	4.0	-	-	3.04	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	15.7	16.3	23.4	23.6	13.1	7.9	-	3.26	662
กลุ่มศักยภาพสูง	19.6	17.4	28.3	20.3	10.9	3.6	-	2.96	138

ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของความสำเร็จ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	12.5	9.4	18.0	26.3	20.4	13.5	-	3.73	800
เพศ									
ชาย	13.4	7.8	17.7	27.0	21.5	12.6	-	3.73	396
หญิง	11.6	10.9	18.3	25.5	19.3	14.4	-	3.73	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	7.9	6.7	18.9	29.3	17.1	20.1	-	4.01	164
25 – 34 ปี	12.0	10.8	18.3	27.0	23.2	8.7	-	3.65	241
35 – 44 ปี	13.7	8.8	15.4	28.0	14.8	19.2	-	3.79	182
45 – 54 ปี	17.3	9.0	17.3	23.3	24.8	8.3	-	3.54	133
55 – 64 ปี	11.9	11.9	19.4	20.9	23.9	11.9	-	3.69	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	15.4	15.4	38.5	7.7	23.1	-	-	3.08	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	6.5	5.6	17.1	24.5	27.3	19.0	-	4.18	216
\$10,000 - \$19,999	14.5	11.0	15.4	29.1	18.5	11.5	-	3.60	227
\$20,000 - \$49,999	13.6	10.7	20.7	26.8	17.1	11.1	-	3.56	280
\$50,000 ขึ้นไป	19.5	10.4	18.2	20.8	18.2	13.0	-	3.47	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	15.4	10.6	18.3	26.0	16.8	12.8	-	3.57	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	11.8	8.6	15.4	28.1	19.9	16.3	-	3.85	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	7.8	7.0	15.7	33.0	25.2	11.3	-	3.95	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	6.7	20.0	33.3	26.7	6.7	-	3.87	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	22.2	18.5	29.6	18.5	11.1	-	-	2.78	27
แม่บ้าน	14.3	11.4	20.0	17.1	31.4	5.7	-	3.57	35
นักเรียน	9.0	6.7	19.1	22.5	20.2	22.5	-	4.06	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	12.0	28.0	12.0	32.0	4.0	-	3.52	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	12.2	8.5	16.9	25.5	21.1	15.7	-	3.82	662
กลุ่มศักยภาพสูง	13.8	13.8	23.2	29.7	16.7	2.9	-	3.30	138

ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.0	3.5	14.4	37.6	29.0	13.5	-	4.29	800
เพศ									
ชาย	2.3	2.5	13.4	35.6	32.6	13.6	-	4.35	396
หญิง	1.7	4.5	15.3	39.6	25.5	13.4	-	4.23	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.8	3.7	17.1	34.1	33.5	9.8	-	4.23	164
25 – 34 ปี	2.1	3.7	17.8	36.9	26.6	12.9	-	4.21	241
35 – 44 ปี	2.2	2.7	11.0	35.7	30.2	18.1	-	4.43	182
45 – 54 ปี	2.3	4.5	9.8	45.1	26.3	12.0	-	4.25	133
55 – 64 ปี	1.5	3.0	16.4	35.8	28.4	14.9	-	4.31	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	53.8	30.8	15.4	-	4.62	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.4	2.3	8.8	41.2	31.0	15.3	-	4.44	216
\$10,000 - \$19,999	1.3	1.8	17.6	38.8	30.4	10.1	-	4.26	227
\$20,000 - \$49,999	2.1	6.1	14.3	36.8	26.4	14.3	-	4.22	280
\$50,000 ขึ้นไป	5.2	2.6	20.8	27.3	28.6	15.6	-	4.18	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	2.2	4.4	13.9	42.9	23.8	12.8	-	4.20	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.8	3.6	10.9	35.3	30.3	18.1	-	4.43	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.7	1.7	14.8	36.5	32.2	13.0	-	4.35	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	13.3	60.0	26.7	-	-	4.13	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	22.2	40.7	22.2	11.1	-	4.15	27
แม่บ้าน	2.9	2.9	31.4	17.1	31.4	14.3	-	4.14	35
นักเรียน	2.2	3.4	16.9	30.3	37.1	10.1	-	4.27	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	4.0	8.0	44.0	36.0	4.0	-	4.16	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.7	3.3	13.6	38.2	28.7	14.5	-	4.32	662
กลุ่มศักยภาพสูง	3.6	4.3	18.1	34.8	30.4	8.7	-	4.10	138

ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.0	5.6	16.1	24.1	36.1	17.0	-	4.40	800
เพศ									
ชาย	0.8	6.6	18.2	22.0	37.4	15.2	-	4.34	396
หญิง	1.2	4.7	14.1	26.2	34.9	18.8	-	4.45	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.8	4.3	20.7	26.2	36.6	10.4	-	4.23	164
25 – 34 ปี	1.2	3.7	14.1	21.6	39.0	20.3	-	4.54	241
35 – 44 ปี	-	5.5	12.1	21.4	40.7	20.3	-	4.58	182
45 – 54 ปี	0.8	0.8	13.5	29.3	36.8	18.8	-	4.57	133
55 – 64 ปี	1.5	19.4	25.4	26.9	16.4	10.4	-	3.69	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	38.5	30.8	15.4	7.7	7.7	-	3.15	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.4	7.4	22.7	24.1	30.1	14.4	-	4.17	216
\$10,000 - \$19,999	1.8	8.4	17.2	23.8	37.9	11.0	-	4.21	227
\$20,000 - \$49,999	0.4	2.9	11.4	24.3	40.4	20.7	-	4.64	280
\$50,000 ขึ้นไป	-	2.6	11.7	24.7	32.5	28.6	-	4.73	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.5	5.9	11.4	20.1	44.7	16.5	-	4.50	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.4	5.0	13.6	26.7	34.4	19.0	-	4.45	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.9	0.9	25.2	20.0	34.8	18.3	-	4.42	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	6.7	13.3	53.3	20.0	6.7	-	4.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	11.1	18.5	37.0	25.9	-	4.63	27
แม่บ้าน	-	5.7	8.6	37.1	28.6	20.0	-	4.49	35
นักเรียน	-	6.7	24.7	29.2	25.8	13.5	-	4.15	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	24.0	36.	16.0	20.0	4.0	-	3.44	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.2	6.5	17.2	24.3	34.0	16.8	-	4.34	662
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.4	10.9	23.2	46.4	18.1	-	4.69	138

ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	21.9	18.9	22.0	16.8	14.4	6.1	-	3.01	800
เพศ									
ชาย	23.7	19.2	18.4	18.2	12.6	7.8	-	3.00	396
หญิง	20.0	18.6	25.5	15.3	16.1	4.5	-	3.02	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	11.0	19.5	23.2	20.7	15.2	10.4	-	3.41	164
25 – 34 ปี	25.3	18.3	20.7	19.1	15.8	0.8	-	2.84	241
35 – 44 ปี	24.7	23.6	20.3	13.2	11.0	7.1	-	2.84	182
45 – 54 ปี	27.1	17.3	22.6	12.0	15.0	6.0	-	2.89	133
55 – 64 ปี	17.9	9.0	28.4	14.9	16.4	13.4	-	3.43	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	23.1	23.1	15.4	30.8	7.7	-	-	2.77	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	22.2	14.4	18.5	21.3	15.7	7.9	-	3.18	216
\$10,000 - \$19,999	19.4	18.9	24.2	19.8	14.5	3.1	-	3.00	227
\$20,000 - \$49,999	21.8	23.2	23.6	11.4	13.2	6.8	-	2.91	280
\$50,000 ขึ้นไป	28.6	15.6	19.5	14.3	14.3	7.8	-	2.94	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	25.6	21.2	21.2	16.5	12.1	3.3	-	2.78	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	24.0	18.6	22.6	11.8	15.4	7.7	-	2.99	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	21.7	16.5	20.9	20.9	13.9	6.1	-	3.07	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	13.3	6.7	6.7	46.7	26.7	-	-	3.67	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	29.6	25.9	22.2	11.1	11.1	-	-	2.48	27
แม่บ้าน	14.3	11.4	37.1	11.4	11.4	14.3	-	3.37	35
นักเรียน	10.1	18.0	20.2	23.6	16.9	11.2	-	3.53	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	12.0	20.0	24.0	16.0	24.0	4.0	-	3.32	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	21.6	17.4	21.6	18.1	14.5	6.8	-	3.07	662
กลุ่มศักยภาพสูง	23.2	26.1	23.9	10.1	13.8	2.9	-	2.74	138

ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการผลิตสินค้าไปกับการกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.6	2.3	10.9	32.0	35.4	18.9	-	4.56	800
เพศ									
ชาย	0.5	2.0	10.6	35.6	33.6	17.7	-	4.53	396
หญิง	0.7	2.5	11.1	28.5	37.1	20.0	-	4.59	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.6	1.2	15.2	36.6	33.5	12.8	-	4.40	164
25 – 34 ปี	0.4	3.7	11.2	30.7	33.6	20.3	-	4.54	241
35 – 44 ปี	1.1	1.6	9.3	29.1	35.7	23.1	-	4.66	182
45 – 54 ปี	-	3.0	6.0	29.3	41.4	20.3	-	4.70	133
55 – 64 ปี	1.5	-	14.9	34.3	34.3	14.9	-	4.45	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	53.8	30.8	15.4	-	4.62	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.9	3.7	9.7	28.7	36.6	20.4	-	4.57	216
\$10,000 - \$19,999	0.4	2.2	13.7	34.8	33.0	15.9	-	4.45	227
\$20,000 - \$49,999	0.7	1.4	8.6	33.9	36.4	18.9	-	4.61	280
\$50,000 ขึ้นไป	-	1.3	14.3	26.0	35.1	23.4	-	4.65	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.5	0.7	10.6	26.4	39.9	20.9	-	4.65	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.3	9.0	32.6	33.9	22.2	-	4.65	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.9	3.5	9.6	33.9	35.7	16.5	-	4.50	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	6.7	6.7	33.3	40.0	13.3	-	4.47	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	14.8	18.5	37.0	25.9	-	4.67	27
แม่บ้าน	-	5.7	11.4	31.4	40.0	11.4	-	4.40	35
นักเรียน	-	2.2	19.1	39.3	28.1	11.2	-	4.27	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.0	4.0	68.0	12.0	12.0	-	4.24	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.6	2.4	10.9	30.2	35.6	20.2	-	4.59	662
กลุ่มศักยภาพสูง	0.7	1.4	10.9	40.6	34.1	12.3	-	4.43	138

ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.8	5.0	15.3	26.6	29.5	19.9	-	4.33	800
เพศ									
ชาย	3.8	5.3	18.4	23.7	30.1	18.7	-	4.27	396
หญิง	3.7	4.7	12.1	29.5	29.0	21.0	-	4.38	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	5.5	9.1	17.7	29.9	23.8	14.0	-	3.99	164
25 – 34 ปี	3.7	4.6	16.2	29.5	29.0	17.0	-	4.27	241
35 – 44 ปี	4.9	3.8	11.0	23.1	29.1	28.0	-	4.52	182
45 – 54 ปี	1.5	3.8	16.5	22.6	34.6	21.1	-	4.48	133
55 – 64 ปี	-	3.0	10.4	26.9	37.3	22.4	-	4.66	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	-	38.5	23.1	23.1	7.7	-	3.77	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.8	2.3	15.7	24.1	32.4	22.7	-	4.49	216
\$10,000 - \$19,999	2.6	4.8	17.6	31.7	26.4	16.7	-	4.25	227
\$20,000 - \$49,999	4.3	6.4	12.1	26.4	30.0	20.7	-	4.34	280
\$50,000 ขึ้นไป	7.8	7.8	18.2	19.5	28.6	18.2	-	4.08	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.3	2.9	11.7	28.2	32.6	21.2	-	4.48	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	6.3	6.3	17.2	20.4	30.8	19.0	-	4.20	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	1.7	4.3	15.7	28.7	25.2	24.3	-	4.44	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	13.3	40.0	40.0	6.7	-	4.40	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	7.4	11.1	14.8	37.0	29.6	-	4.70	27
แม่บ้าน	-	2.9	8.6	34.3	37.1	17.1	-	4.57	35
นักเรียน	4.5	11.2	21.3	30.3	20.2	12.4	-	3.88	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	-	28.0	36.0	12.0	20.0	-	4.12	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	3.8	4.2	15.1	27.8	29.0	20.1	-	4.34	662
กลุ่มศักยภาพสูง	3.6	8.7	15.9	21.0	31.9	18.8	-	4.25	138

ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตุนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยิ่งดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.9	6.1	13.9	36.6	29.6	9.9	-	4.12	800
เพศ									
ชาย	3.8	5.3	14.6	36.6	29.0	10.6	-	4.14	396
หญิง	4.0	6.9	13.1	36.6	30.2	9.2	-	4.10	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.4	7.3	13.4	36.6	32.9	7.3	-	4.12	164
25 – 34 ปี	7.1	8.3	14.1	35.7	24.9	10.0	-	3.93	241
35 – 44 ปี	2.7	4.9	14.8	35.2	33.0	9.3	-	4.19	182
45 – 54 ปี	3.0	3.8	15.8	42.1	24.8	10.5	-	4.14	133
55 – 64 ปี	1.5	4.5	9.0	29.9	37.3	17.9	-	4.51	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	7.7	53.8	38.5	-	-	4.31	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	3.7	6.0	13.4	39.4	26.9	10.6	-	4.12	216
\$10,000 - \$19,999	4.4	4.4	16.7	38.8	28.2	7.5	-	4.04	227
\$20,000 - \$49,999	3.6	7.1	12.5	33.6	34.3	8.9	-	4.15	280
\$50,000 ขึ้นไป	3.9	7.8	11.7	33.8	24.7	18.2	-	4.22	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	4.4	8.8	14.3	34.8	27.5	10.3	-	4.03	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	3.6	4.5	14.9	37.6	27.6	11.8	-	4.16	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	5.2	2.6	13.0	40.0	29.6	9.6	-	4.15	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	20.0	6.7	33.3	40.0	-	-	3.93	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	3.7	14.8	37.0	33.3	7.4	-	4.15	27
แม่บ้าน	-	5.7	8.6	31.4	48.6	5.7	-	4.40	35
นักเรียน	3.4	4.5	13.5	36.0	32.6	10.1	-	4.20	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	8.0	16.0	44.0	24.0	4.0	-	3.88	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	4.2	5.4	13.6	37.9	29.3	9.5	-	4.11	662
กลุ่มศักยภาพสูง	2.2	9.4	15.2	30.4	31.2	11.6	-	4.14	138

ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	11.9	7.9	12.9	17.0	23.0	27.4	-	4.13	800
เพศ									
ชาย	10.4	8.8	13.1	18.7	25.0	24.0	-	4.11	396
หญิง	13.4	6.9	12.6	15.3	21.0	30.7	-	4.16	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	5.5	7.9	15.9	18.3	29.3	23.2	-	4.27	164
25 – 34 ปี	12.0	8.3	13.3	16.6	18.3	31.5	-	4.15	241
35 – 44 ปี	15.4	9.3	10.4	17.0	22.5	25.3	-	3.98	182
45 – 54 ปี	15.8	6.0	12.0	17.3	21.1	27.8	-	4.05	133
55 – 64 ปี	10.4	4.5	13.4	14.9	25.4	31.3	-	4.34	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	15.4	7.7	15.4	46.2	7.7	-	4.00	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	17.1	5.1	13.9	14.8	23.6	25.5	-	3.99	216
\$10,000 - \$19,999	13.2	7.9	10.1	17.2	22.5	29.1	-	4.15	227
\$20,000 - \$49,999	6.8	8.2	13.2	20.7	25.4	25.7	-	4.27	280
\$50,000 ขึ้นไป	11.7	14.3	16.9	9.1	14.3	33.8	-	4.01	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	13.6	7.3	11.7	18.3	22.0	27.1	-	4.09	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	12.7	10.0	12.2	19.5	23.5	22.2	-	3.98	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	11.3	6.1	11.3	11.3	27.0	33.0	-	4.36	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	26.7	-	40.0	-	13.3	20.0	-	3.33	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	7.4	7.4	14.8	29.6	37.0	-	4.70	27
แม่บ้าน	17.1	5.7	14.3	11.4	5.7	45.7	-	4.20	35
นักเรียน	5.6	10.1	18.0	21.3	22.5	22.5	-	4.12	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	4.0	8.0	12.0	36.0	36.0	-	4.80	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	12.5	6.9	13.0	16.5	23.6	27.5	-	4.14	662
กลุ่มศักยภาพสูง	8.7	12.3	12.3	19.6	20.3	26.8	-	4.11	138

ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	2.4	22.8	22.0	35.8	17.1	-	4.43	800
เพศ									
ชาย	-	1.8	22.2	19.7	38.6	17.7	-	4.48	396
หญิง	-	3.0	23.3	24.3	32.9	16.6	-	4.37	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	2.4	18.3	31.7	31.7	15.9	-	4.40	164
25 – 34 ปี	-	2.1	24.5	22.8	36.1	14.5	-	4.37	241
35 – 44 ปี	-	2.2	21.4	17.0	39.0	20.3	-	4.54	182
45 – 54 ปี	-	2.3	24.8	18.0	36.1	18.8	-	4.44	133
55 – 64 ปี	-	3.0	25.4	16.4	37.3	17.9	-	4.42	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.7	30.8	23.1	23.1	15.4	-	4.08	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	4.2	42.1	21.3	23.6	8.8	-	3.91	216
\$10,000 - \$19,999	-	1.3	22.9	29.5	35.2	11.0	-	4.32	227
\$20,000 - \$49,999	-	1.8	11.8	16.4	46.4	23.6	-	4.78	280
\$50,000 ขึ้นไป	-	2.6	7.8	22.1	32.5	35.1	-	4.90	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	-	1.5	20.5	20.1	41.0	16.8	-	4.51	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	-	2.7	21.7	16.7	36.2	22.6	-	4.54	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	4.3	27.8	27.8	27.8	12.2	-	4.16	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	33.3	40.0	13.3	13.3	-	4.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	22.2	25.9	33.3	18.5	-	4.48	27
แม่บ้าน	-	5.7	31.4	20.0	31.4	11.4	-	4.11	35
นักเรียน	-	1.1	21.3	29.2	32.6	15.7	-	4.40	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.0	20.0	24.0	44.0	8.0	-	4.32	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	2.4	26.1	24.5	30.8	16.2	-	4.32	662
กลุ่มศักยภาพสูง	-	2.2	6.5	10.1	59.4	21.7	-	4.92	138

ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.8	1.9	32.6	24.0	22.1	18.6	-	4.21	800
เพศ									
ชาย	1.0	2.0	30.1	24.0	22.7	20.2	-	4.26	396
หญิง	0.5	1.7	35.1	24.0	21.5	17.1	-	4.16	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	3.0	31.1	29.3	18.3	18.3	-	4.18	164
25 – 34 ปี	0.4	1.7	35.7	27.0	18.7	16.6	-	4.12	241
35 – 44 ปี	2.2	-	29.7	18.7	27.5	22.0	-	4.35	182
45 – 54 ปี	0.8	3.0	28.6	21.1	28.6	18.0	-	4.28	133
55 – 64 ปี	-	1.5	40.3	20.9	17.9	19.4	-	4.13	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.7	38.5	23.1	15.4	15.4	-	3.92	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.9	2.8	51.9	21.8	13.9	8.8	-	3.71	216
\$10,000 - \$19,999	0.4	1.3	37.9	30.0	17.6	12.8	-	4.01	227
\$20,000 - \$49,999	0.4	1.4	19.3	22.5	31.4	25.0	-	4.58	280
\$50,000 ขึ้นไป	2.6	2.6	11.7	18.2	24.7	40.3	-	4.81	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.7	0.7	28.9	23.4	27.5	18.7	-	4.32	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	1.4	2.3	28.1	23.5	19.0	25.8	-	4.34	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	0.9	3.5	43.5	23.5	16.5	12.2	-	3.88	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	6.7	33.3	26.7	13.3	20.0	-	4.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	44.4	11.1	25.9	14.8	-	4.04	27
แม่บ้าน	-	-	40.0	25.7	28.6	5.7	-	4.00	35
นักเรียน	-	1.1	32.6	29.2	19.1	18.0	-	4.20	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.0	40.0	28.0	20.0	8.0	-	3.88	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.8	2.3	37.6	26.0	18.1	15.3	-	4.04	662
กลุ่มศักยภาพสูง	0.7	-	8.7	14.5	41.3	34.8	-	5.00	138

ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.5	2.0	21.0	34.5	27.8	14.3	-	4.30	800
เพศ									
ชาย	0.3	1.5	23.0	34.1	25.3	15.9	-	4.30	396
หญิง	0.7	2.5	19.1	34.9	30.2	12.6	-	4.29	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.8	22.6	39.0	20.7	15.9	-	4.26	164
25 – 34 ปี	0.8	2.9	22.4	36.9	27.0	10.0	-	4.16	241
35 – 44 ปี	-	2.2	20.9	31.3	29.1	16.5	-	4.37	182
45 – 54 ปี	1.5	0.8	19.5	24.8	36.1	17.3	-	4.45	133
55 – 64 ปี	-	1.5	14.9	41.8	28.4	13.4	-	4.37	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	23.1	38.5	23.1	15.4	-	4.31	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.4	1.4	27.3	36.6	25.5	7.9	-	4.07	216
\$10,000 - \$19,999	-	4.0	22.0	39.6	22.0	12.3	-	4.17	227
\$20,000 - \$49,999	-	1.4	18.9	29.6	30.7	19.3	-	4.47	280
\$50,000 ขึ้นไป	1.3	-	7.8	31.2	40.3	19.5	-	4.68	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	0.7	0.7	19.0	33.0	32.6	13.9	-	4.38	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.5	1.8	16.7	38.0	28.5	14.5	-	4.36	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	-	3.5	25.2	32.2	24.3	14.8	-	4.22	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	6.7	20.0	20.0	33.3	13.3	-	4.07	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	3.7	22.2	33.3	29.6	11.1	-	4.22	27
แม่บ้าน	-	-	25.7	25.7	37.1	11.4	-	4.34	35
นักเรียน	-	3.4	28.1	38.2	12.4	18.0	-	4.13	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.0	28.0	40.0	20.0	8.0	-	4.00	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.5	2.1	23.9	34.4	24.8	14.4	-	4.24	662
กลุ่มศักยภาพสูง	0.7	1.4	7.2	34.8	42.0	13.8	-	4.57	138

ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.3	2.3	13.0	32.8	37.1	13.6	-	4.43	800
เพศ									
ชาย	0.5	2.3	11.9	36.1	35.4	13.9	-	4.45	396
หญิง	2.0	2.2	14.1	29.5	38.9	13.4	-	4.41	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.6	1.8	12.2	34.1	34.1	17.1	-	4.51	164
25 – 34 ปี	0.8	1.7	16.6	31.5	39.4	10.0	-	4.37	241
35 – 44 ปี	1.6	1.6	11.0	34.1	35.7	15.9	-	4.48	182
45 – 54 ปี	2.3	4.5	8.3	27.8	46.6	10.5	-	4.44	133
55 – 64 ปี	1.5	1.5	11.9	41.8	23.9	19.4	-	4.43	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	7.7	38.5	23.1	23.1	7.7	-	3.85	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.9	2.3	11.1	31.0	44.4	9.3	-	4.42	216
\$10,000 - \$19,999	0.4	3.5	15.9	38.8	28.2	13.2	-	4.30	227
\$20,000 - \$49,999	1.4	1.4	12.1	32.5	36.8	15.7	-	4.49	280
\$50,000 ขึ้นไป	1.3	1.3	13.0	20.8	44.2	19.5	-	4.64	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	1.5	2.2	10.3	33.0	39.6	13.6	-	4.48	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	0.5	1.8	14.0	30.3	38.9	14.5	-	4.49	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	2.6	4.3	13.0	36.5	33.0	10.4	-	4.24	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	-	-	13.3	40.0	33.3	13.3	-	4.47	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	11.1	29.6	51.9	7.4	-	4.56	27
แม่บ้าน	5.7	-	20.0	14.3	40.0	20.0	-	4.43	35
นักเรียน	-	2.2	15.7	36.0	27.0	19.1	-	4.45	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.0	16.0	48.0	32.0	-	-	4.08	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.1	2.6	13.4	33.4	35.5	14.0	-	4.42	662
กลุ่มศักยภาพสูง	2.2	0.7	10.9	29.7	44.9	11.6	-	4.49	138

ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	5.5	7.3	19.3	32.5	23.6	11.9	-	3.97	800
เพศ									
ชาย	3.3	7.8	18.2	32.1	24.7	13.9	-	4.09	396
หญิง	7.7	6.7	20.3	32.9	22.5	9.9	-	3.86	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.8	4.9	20.1	38.4	22.0	12.8	-	4.12	164
25 – 34 ปี	6.2	11.2	18.3	30.3	24.5	9.5	-	3.84	241
35 – 44 ปี	6.6	6.6	21.4	25.3	25.8	14.3	-	4.00	182
45 – 54 ปี	6.0	6.8	15.8	39.8	21.8	9.8	-	3.94	133
55 – 64 ปี	7.5	1.5	23.9	29.9	20.9	16.4	-	4.04	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	7.7	7.7	38.5	30.8	7.7	-	4.00	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	6.9	8.8	19.0	31.5	23.6	10.2	-	3.87	216
\$10,000 - \$19,999	8.4	8.8	20.3	33.0	20.7	8.8	-	3.75	227
\$20,000 - \$49,999	2.9	5.0	19.3	35.4	22.9	14.6	-	4.14	280
\$50,000 ขึ้นไป	2.6	6.5	16.9	23.4	35.1	15.6	-	4.29	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.7	7.0	21.6	31.1	28.2	8.4	-	3.99	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	6.8	8.1	14.5	28.5	25.8	16.3	-	4.07	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	10.4	4.3	15.7	40.0	16.5	13.0	-	3.87	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	13.3	26.7	20.0	20.0	13.3	-	3.73	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	14.8	14.8	22.2	29.6	14.8	3.7	-	3.26	27
แม่บ้าน	2.9	8.6	22.9	34.3	20.0	11.4	-	3.94	35
นักเรียน	1.1	4.5	22.5	38.2	19.1	14.6	-	4.13	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.0	28.0	36.0	20.0	4.0	-	3.76	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	6.0	6.6	19.3	32.5	22.8	12.7	-	3.97	662
กลุ่มศักยภาพสูง	2.9	10.1	18.8	32.6	27.5	8.0	-	3.96	138

ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	4.6	8.5	17.5	27.0	23.8	18.6	-	4.13	800
เพศ									
ชาย	5.1	8.1	21.2	25.5	22.7	17.4	-	4.05	396
หญิง	4.2	8.9	13.9	28.5	24.8	19.8	-	4.20	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	7.9	11.0	23.2	22.6	22.6	12.8	-	3.79	164
25 – 34 ปี	4.6	8.3	19.5	27.4	22.0	18.3	-	4.09	241
35 – 44 ปี	4.4	7.7	15.9	26.4	22.5	23.1	-	4.24	182
45 – 54 ปี	3.0	3.8	15.8	30.1	27.1	20.3	-	4.35	133
55 – 64 ปี	1.5	13.4	7.5	28.4	28.4	20.9	-	4.31	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	15.4	-	46.2	30.8	7.7	-	4.15	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	3.2	6.5	12.5	31.9	28.7	17.1	-	4.28	216
\$10,000 - \$19,999	2.2	8.4	18.9	25.1	27.8	17.6	-	4.21	227
\$20,000 - \$49,999	5.0	8.9	20.7	25.7	20.0	19.6	-	4.06	280
\$50,000 ขึ้นไป	14.3	13.0	15.6	23.4	11.7	22.1	-	3.71	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.7	6.6	15.0	30.4	27.8	16.5	-	4.22	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	3.6	9.0	18.1	27.6	18.1	23.5	-	4.18	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	4.3	6.1	17.4	24.3	26.1	21.7	-	4.27	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	13.3	6.7	20.0	33.3	20.0	-	4.20	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	7.4	7.4	22.2	37.0	18.5	-	4.30	27
แม่บ้าน	5.7	20.0	20.0	25.7	11.4	17.1	-	3.69	35
นักเรียน	10.1	10.1	30.3	18.0	19.1	12.4	-	3.63	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	12.0	8.0	40.0	32.0	8.0	-	4.16	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	5.0	7.1	16.6	27.8	24.6	18.9	-	4.17	662
กลุ่มศักยภาพสูง	2.9	15.2	21.7	23.2	19.6	17.4	-	3.93	138

ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	4.8	5.9	11.0	25.1	25.0	28.3	-	4.45	800
เพศ									
ชาย	4.5	5.1	11.9	28.3	23.7	26.5	-	4.41	396
หญิง	5.0	6.7	10.1	22.0	26.2	30.0	-	4.48	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.4	4.3	17.7	37.2	21.3	17.1	-	4.22	164
25 – 34 ปี	5.0	4.6	10.8	25.3	24.1	30.3	-	4.50	241
35 – 44 ปี	4.4	8.2	10.4	19.8	24.2	33.0	-	4.50	182
45 – 54 ปี	6.0	7.5	6.0	20.3	30.1	30.1	-	4.51	133
55 – 64 ปี	9.0	6.0	6.0	17.9	28.4	32.8	-	4.49	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	15.4	30.8	30.8	23.1	-	4.62	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	5.1	3.2	9.3	27.3	22.2	32.9	-	4.57	216
\$10,000 - \$19,999	6.2	8.4	14.5	27.8	18.9	24.2	-	4.18	227
\$20,000 - \$49,999	4.6	6.1	8.6	21.4	32.1	27.1	-	4.52	280
\$50,000 ขึ้นไป	-	5.2	14.3	24.7	24.7	31.2	-	4.62	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	3.3	2.6	8.8	24.5	32.6	28.2	-	4.65	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	5.9	9.5	9.0	17.6	22.6	35.3	-	4.48	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	6.1	8.7	12.2	27.0	20.0	26.1	-	4.24	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	-	-	46.7	13.3	33.3	-	4.60	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.7	7.4	3.7	18.5	33.3	33.3	-	4.70	27
แม่บ้าน	5.7	11.4	14.3	20.0	20.0	28.6	-	4.23	35
นักเรียน	3.4	2.2	23.6	42.7	12.4	15.7	-	4.06	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	8.0	4.0	12.0	28.0	36.0	12.0	-	4.16	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	5.0	5.7	10.7	25.2	23.7	29.6	-	4.46	662
กลุ่มศักยภาพสูง	3.6	6.5	12.3	24.6	31.2	21.7	-	4.38	138

ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	7.5	6.8	11.3	27.5	24.8	22.3	-	4.22	800
เพศ									
ชาย	7.3	5.8	10.9	29.8	23.7	22.5	-	4.24	396
หญิง	7.7	7.7	11.6	25.2	25.7	22.0	-	4.20	404
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.0	1.2	12.2	36.0	26.8	20.7	-	4.45	164
25 – 34 ปี	6.6	7.5	9.5	26.1	25.7	24.5	-	4.30	241
35 – 44 ปี	7.7	7.7	11.5	27.5	19.8	25.8	-	4.21	182
45 – 54 ปี	10.5	8.3	12.8	22.6	24.8	21.1	-	4.06	133
55 – 64 ปี	14.9	10.4	10.4	20.9	29.9	13.4	-	3.81	67
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	7.7	15.4	15.4	30.8	23.1	7.7	-	3.69	13
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	6.5	7.4	9.7	26.4	30.1	19.9	-	4.26	216
\$10,000 - \$19,999	8.4	7.5	9.3	32.2	26.9	15.9	-	4.09	227
\$20,000 - \$49,999	8.2	6.1	12.9	27.5	18.6	26.8	-	4.22	280
\$50,000 ขึ้นไป	5.2	5.2	15.6	16.9	26.0	31.2	-	4.47	77
อาชีพ									
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	4.4	7.3	11.0	30.0	26.7	20.5	-	4.29	273
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	10.9	7.7	10.0	23.1	21.7	26.7	-	4.17	221
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	7.0	7.8	7.0	26.1	30.4	21.7	-	4.30	115
ธุรกิจ									
แรงงานและเกษตรกร	6.7	-	26.7	46.7	-	20.0	-	3.93	15
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	7.4	7.4	14.8	22.2	33.3	14.8	-	4.11	27
แม่บ้าน	22.9	8.6	20.0	5.7	20.0	22.9	-	3.60	35
นักเรียน	-	-	13.5	34.8	27.0	24.7	-	4.63	89
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	20.0	12.0	12.0	44.0	8.0	4.0	-	3.20	25
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	7.4	6.5	10.7	27.2	25.5	22.7	-	4.25	662
กลุ่มศักยภาพสูง	8.0	8.0	13.8	29.0	21.0	20.3	-	4.08	138

ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	396	49.5
หญิง	404	50.5
รวม	800	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	164	20.5
25 – 34 ปี	241	30.1
35 – 44 ปี	182	22.8
45 – 54 ปี	133	16.6
55 – 64 ปี	67	8.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	13	1.6
รวม	800	100.0
อาชีพ		
ผู้เชี่ยวชาญ	273	34.1
ด้านการบริหารและการจัดการ	221	27.6
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	115	14.4
แรงงานและเกษตรกร	15	1.9
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	27	3.4
แม่บ้าน	35	4.4
นักเรียน	89	11.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	25	3.1
รวม	800	100.0
สถานภาพการสมรส		
โสด	350	43.8
สมรสแล้วและมีบุตร	397	49.6
สมรสแล้วและยังไม่มีบุตร	16	2.0
หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง	37	4.6
รวม	800	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	216	27.0
\$10,000- \$19,999	227	28.4
\$20,000 - \$49,999	280	35.0
\$50,000 ขึ้นไป	77	9.6
รวม	800	100.0
ศาสนา		
พุทธศาสนา	2	0.3
ศาสนาอิสลาม	32	4.0
ศาสนาคริสต์	137	17.1
คาทอลิก	595	74.4
ศาสนาอื่นๆ	30	3.8
ไม่มีศาสนา /ไม่นับถือศาสนา	4	0.5
รวม	800	100.0

ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์จำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทนักท่องเที่ยว	
	กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง
ภาพรวม	82.3	17.8
เพศ		
ชาย	79.5	20.5
หญิง	84.9	15.1
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	84.1	15.9
25 – 34 ปี	81.3	18.7
35 – 44 ปี	83.5	16.5
45 – 54 ปี	82.7	17.3
55 – 64 ปี	76.1	23.9
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	84.6	15.4
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	99.5	0.5
\$10,000- \$19,999	98.7	1.3
\$20,000 - \$49,999	67.5	32.5
\$50,000 ขึ้นไป	39.0	61.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	80.6	19.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	76.9	23.1
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	96.5	3.5
แรงงานและเกษตรกร	80.0	20.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	85.2	14.8
แม่บ้าน	77.1	22.9
นักเรียน	86.5	13.5
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	72.0	28.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	100.0	-
กลุ่มศักยภาพสูง	-	100.0

ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์จำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง
เพศ		
ชาย	47.9	57.0
หญิง	52.1	43.0
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	6.1	4.9
20 – 24 ปี	14.9	13.4
25 – 29 ปี	16.0	14.1
30 – 34 ปี	13.8	17.6
35 – 39 ปี	11.6	10.6
40 – 44 ปี	11.6	10.6
45 – 49 ปี	9.0	9.2
50 – 54 ปี	7.8	7.0
55 – 59 ปี	5.0	8.5
60 – 64 ปี	2.7	2.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	1.7	1.4
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	32.7	0.7
\$10,000- \$19,999	34.0	2.1
\$20,000 - \$49,999	28.7	64.1
\$50,000 ขึ้นไป	4.6	33.1
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	33.4	37.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	25.9	35.9
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	16.9	2.8
แรงงานและเกษตรกร	1.8	2.1
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3.5	2.8
แม่บ้าน	4.1	5.7
นักเรียน	11.7	8.5
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.7	4.9
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
ภาพรวม	19.8	2.8	7.6	45.9	4.3	15.8	4.0
เพศ							
ชาย	21.5	2.5	8.3	40.9	5.1	17.2	4.5
หญิง	18.1	3.0	6.9	50.7	3.5	14.4	3.5
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	11.6	4.3	15.9	42.7	6.1	14.0	5.5
25 – 34 ปี	17.0	1.7	4.6	50.2	5.4	17.4	3.7
35 – 44 ปี	23.1	3.3	7.7	47.3	2.2	13.2	3.3
45 – 54 ปี	23.3	2.3	4.5	44.4	3.8	19.5	2.3
55 – 64 ปี	34.3	1.5	4.5	41.8	3.0	11.9	3.0
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	15.4	7.7	7.7	23.1	-	23.1	23.1
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	9.3	2.8	8.8	60.6	6.5	8.3	3.7
\$10,000- \$19,999	11.5	2.6	8.4	59.0	4.4	10.1	4.0
\$20,000 - \$49,999	30.7	2.5	7.5	28.9	3.2	23.2	3.9
\$50,000 ขึ้นไป	33.8	3.9	2.6	27.3	1.3	26.0	5.2
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ							
เฉพาะด้าน	23.4	1.5	5.9	42.9	2.6	18.7	5.1
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	20.8	1.8	6.3	43.9	6.3	18.1	2.7
พนักงานบริษัทเอกชน							
พนักงานขาย ธุรกิจ	13.9	3.5	8.7	54.8	3.5	12.2	3.5
แรงงานและเกษตรกร	13.3	6.7	-	66.7	-	13.3	-
บุคลากรรัฐบาลและ							
ทหาร	18.5	3.7	-	59.3	7.4	7.4	3.7
แม่บ้าน	20.0	5.7	2.9	60.0	2.9	8.6	-
นักเรียน	15.7	5.6	20.2	38.2	5.6	11.2	3.4
บุคคลที่เกษียณอายุ							
แล้ว	16.0	4.0	8.0	36.0	4.0	16.0	16.0
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	16.3	3.2	8.4	51.1	4.9	12.2	4.1
กลุ่มศักยภาพสูง	35.9	0.7	4.2	21.8	1.4	32.4	3.5

ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
เพศ							
ชาย	56.3	45.5	54.1	43.3	58.8	54.0	56.3
หญิง	43.7	54.5	45.9	56.7	41.2	46.0	43.8
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 20 ปี	3.3	9.1	16.4	4.8	5.9	4.8	12.5
20 – 24 ปี	13.9	22.7	26.2	12.0	23.5	13.5	15.6
25 – 29 ปี	17.2	9.1	13.1	18.2	5.9	11.1	15.6
30 – 34 ปี	12.6	9.1	4.9	13.1	32.4	22.2	12.5
35 – 39 ปี	14.6	22.7	11.5	10.7	8.8	8.7	9.4
40 – 44 ปี	13.2	4.5	11.5	12.3	2.9	10.3	9.4
45 – 49 ปี	9.9	-	6.6	9.1	5.9	12.7	3.1
50 – 54 ปี	6.0	13.6	3.3	8.6	8.8	7.9	6.3
55 – 59 ปี	5.3	4.5	3.3	6.4	2.9	5.6	6.3
60 – 64 ปี	3.3	-	1.6	3.7	2.9	0.8	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.7	4.5	1.6	1.1	-	2.4	9.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	16.6	27.3	31.1	33.7	41.2	14.3	25.0
\$10,000- \$19,999	21.2	27.3	31.1	34.2	29.4	18.3	28.1
\$20,000 - \$49,999	45.0	31.8	34.4	26.5	26.5	51.6	34.4
\$50,000 ขึ้นไป	17.2	13.6	3.3	5.6	2.9	15.9	12.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	40.4	18.2	26.2	32.1	20.6	40.5	43.8
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	27.2	18.2	23.0	27.3	41.2	31.7	18.8
พนักงานบริษัทเอกชน	10.6	18.2	16.4	16.8	11.8	11.1	12.5
พนักงานขาย ธุรกิจ	2.6	4.5	-	2.1	-	1.6	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	2.6	4.5	-	4.5	5.9	1.6	3.1
แม่บ้าน	3.3	9.1	1.6	6.1	2.9	2.4	-
นักเรียน	12.6	22.7	29.5	7.8	14.7	7.9	9.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	0.7	4.5	3.3	3.2	2.9	3.2	12.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 74 ร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวฟิลิปปินส์จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)		
	Reformer	Succeeder	Mainstream
เพศ			
ชาย	62.0	64.7	41.5
หญิง	38.0	35.3	58.5
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี	2.0	7.8	4.9
20 – 24 ปี	8.0	17.6	14.6
25 – 29 ปี	16.0	9.8	17.1
30 – 34 ปี	18.0	23.5	9.8
35 – 39 ปี	12.0	9.8	9.8
40 – 44 ปี	6.0	13.7	12.2
45 – 49 ปี	8.0	9.8	9.8
50 – 54 ปี	12.0	3.9	4.9
55 – 59 ปี	12.0	3.9	9.8
60 – 64 ปี	6.0	-	2.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	4.9
รวม	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	-	2.0	-
\$10,000- \$19,999	2.0	3.9	-
\$20,000 - \$49,999	58.0	66.7	68.3
\$50,000 ขึ้นไป	40.0	27.5	31.7
รวม	100.0	100.0	100.0
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	38.0	37.3	36.6
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	40.0	43.1	22.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	2.0	2.0	4.9
แรงงานและเกษตรกร	4.0	-	2.4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	4.0	2.0	2.4
แม่บ้าน	4.0	-	14.6
นักเรียน	4.0	13.7	7.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.0	2.0	9.8
รวม	100.0	100.0	100.0

ฟิลิปปินส์

ข.1 การคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

จำนวนประชากร	คน ^a	สัดส่วนอายุ มากกว่า 18 ปี ^b	จำนวนเป้าหมาย อายุตั้งแต่ 18 ปี	สัดส่วนเดินทาง ต่างประเทศ	จำนวนคนเดินทาง ต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
ประชากรทั้งหมด	103,775,002	58.1	60,293,276		
เขตชนบท ^c	ร้อยละ	51.0	30,749,571	2.66	817,939
เขตเมือง ^d	ร้อยละ	49.0	29,543,705	19.00	5,613,304
รวมจำนวนคนที่เคยเดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา					6,431,243
คิดเป็นร้อยละต่อประชากรทั้งหมด					6.20

	จำนวน ประชากร เฉพาะในเขต เทศบาล ^e	ประมาณการ กลุ่มเป้าหมายที่ อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทาง ต่างประเทศ ในช่วง 5 ปีที่ผ่าน มา	สัดส่วนกลุ่ม ศักยภาพสูง (ผล การศึกษา)*	ประมาณการจำนวน นักท่องเที่ยวกลุ่ม ศักยภาพสูง	Flight / Week
NCR (include Manila & Quezon City & Caloocan etc.,)	9,462,271	4,057,763	21.80	884,592	4,529
Cebu City	2,554,281	1,095,368	12.80	140,207	1,190
Davao City	2,371,332	374,195	12.80	47,897	502
Zamboanga City	807,129	127,365	12.80	16,303	137
Iloilo City	424,619	67,005	12.80	8,577	194
รวม		5,721,696		1,097,576	

a ประมาณการจำนวนประชากร Source:

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Philippine_cities_and_municipalities_by_population

b ประมาณการสัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี Source:

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

c ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตชนบทปี 2010 Source:

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

d ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:

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

e ประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:

<http://www.census.gov.ph/statistics/census/population-and-housing>

* ประมาณการรายได้เพื่อจัดสัดส่วนกลุ่มศักยภาพ ปี 2009 Source: http://www.nscb.gov.ph/secstat/d_income.asp

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_the_busiest_airports_in_the_Philippines

http://en.wikipedia.org/wiki/Mactan-Cebu_International_Airport

http://en.wikipedia.org/wiki/Francisco_Bangoy_International_Airport

http://en.wikipedia.org/wiki/Zamboanga_International_Airport

http://en.wikipedia.org/wiki/Iloilo_International_Airport

ข.2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวจากสัดส่วนที่พบระหว่างการสำรวจ	ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	สัดส่วนความถี่จากการศึกษา (ร้อยละ)	ค่าสัมประสิทธิ์	จำนวนคน
6,431,243	เดินทาง 1-2 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	71.9	1.14	5,288,851
	เดินทาง 3-4 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	21.4	0.69	943,715
	เดินทางประมาณปีละครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	4.1	0.46	121,414
	เดินทางมากกว่าปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	2.6	0.46	77,263

บรรณานุกรม

- กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: ฟิลิปปินส์”. (online). จาก <http://www.mfa.go.th/main/th/world/70/10253-%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%98%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%90%E0%B8%9F%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%9B%E0%B8%9B%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B9%8C.html> สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “โครงการการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก”. 2556 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. “AEC Plus: Your business to the new frontier, Philippines”. (online). จาก <http://www.askkbank.com/WhatsHot/Documents/Phillipines.pdf> สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556
- สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงมะนิลา, “ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐฟิลิปปินส์”. (online). จาก <http://www.thaiembassy.mn.lk/component/content/article/52-republic-of-the-philippines-basic-information.html> สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556
- index mundi. “Philippines Demographics Profile”. (online). จาก http://www.indexmundi.com/philippines/demographics_profile.html สืบค้นวันที่ 30 กันยายน 2556
- Social Weather Stations. “Family income distribution in the Philippines, 1985-2009”. (online). จาก <http://www.pinoymoneytalk.com/sec-abcde-percentage-population/> สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556
- The U.S. Census Bureau. International Database. “Population Pyramid Graph - Custom Region - Philippines”. (Online). จาก <http://www.census.gov/population/international/data/idb/region.php?N=%20Results%20&T=12&A=separate&RT=0&Y=2013&R=-1&C=RP> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556