

# Bologna

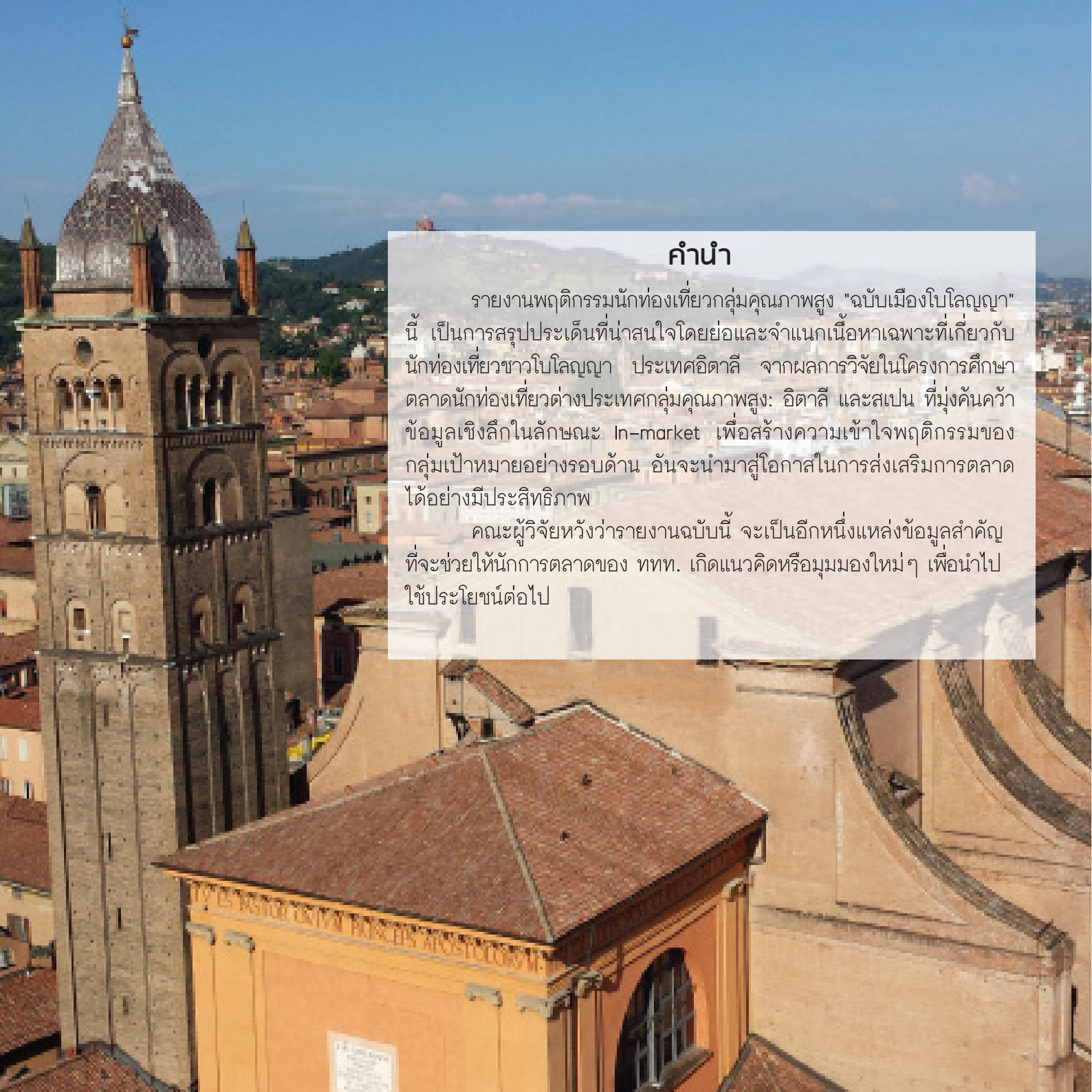
ITALY

จัดทำเพื่อ : กองวิจัยการตลาด  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



**IN-TOUCH**  
Research & Consultancy

บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี จำกัด



## คำนำ

รายงานพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง "ฉบับเมืองโบโลญญา" นี้ เป็นการสรุปประเด็นที่น่าสนใจโดยย่อและจำแนกเนื้อหาเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวโบโลญญา ประเทศอิตาลี จากผลการวิจัยในโครงการตลาดนัดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มคุณภาพสูง: อิตาลี และสเปน ที่มุ่งค้นคว้าข้อมูลเชิงลึกในลักษณะ In-market เพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างรอบด้าน อันจะนำมาสู่โอกาสในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะผู้วิจัยหวังว่ารายงานฉบับนี้ จะเป็นอีกหนึ่งแหล่งข้อมูลสำคัญที่จะช่วยให้เห็นการตลาดของ ททท. เกิดแนวคิดหรือมุมมองใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

## คำจำกัดความของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง

- เป็นประชากรในพื้นที่ที่ทำการสำรวจ อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- มีรายได้ส่วนตัวตั้งแต่ 60,000 เหรียญสหรัฐต่อปี
- ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 ครั้ง
- มีคุณสมบัติด้านพฤติกรรมในทิศทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน (ผ่านการประเมินผลทางสถิติในรูปแบบที่กำหนดไว้)

# BOLOGNA

## MARKET SIZE

Bologna เมืองหลวงและเมืองใหญ่ที่สุดในแคว้น Emilia-Romagna เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว เป็นศูนย์กลางด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และการขนส่ง จัดเป็นเมืองที่ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีที่สุดเมืองหนึ่งของอิตาลี ซึ่งมีประชากรอายุ 18 ปีขึ้นไป 1,431,943 คน หากพิจารณาเฉพาะประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยว กลุ่มคุณภาพสูงที่มีการเดินทางภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวน 62,368 คน

**POPULATION\*** 1.71 MN

**POP. AGED 18+\*** 1.43 MN

**AB UP OR INCOME US\$60K+/YRS.** 0.21 MN

**AB UP OR INCOME OF US\$60K+/YRS. TRAVELED ABROAD IN PAST 5 YRS.** 0.15 MN

**HIGH-VALUE TRAVELERS** 0.06 MN



0.30  
แสนคน

**YOUNG EXECUTIVES**

อายุระหว่าง 18-37 ปี



0.13  
แสนคน

**WOMENOMICS**

อายุระหว่าง 38-54 ปี



0.14  
แสนคน

**MIDDLE-TO-HIGH MANAGEMENT**

อายุระหว่าง 38-54 ปี



0.05  
แสนคน

**HIGH-SPENDING SENIORS**

อายุระหว่าง 55-70 ปี

**นักท่องเที่ยวคุณภาพสูง**  
**“ชาวโบโลญญา”**

\*ที่มา: Eurostat Database. Regional data, Population on 1 January by age group, sex and The Nomenclature of Territorial Units for Statistics 3 region.

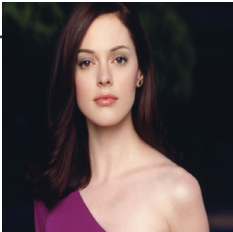
หมายเหตุ: ข้อมูลเฉพาะจำนวนประชากรระดับเมือง รวมถึงพื้นที่ในรัศมีการเดินทางด้วยรถยนต์ไม่เกิน 30 นาที

# คุณลักษณะที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวโบลญา



นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลญา :  
คุณลักษณะเฉพาะ

**B** Bologna      **N** Non-Bologna



มีแนวโน้มเป็นเพศหญิง

**B** 53.64%  
**N** 42.46%



ช่วงอายุ 31-40 ปี  
เป็นส่วนใหญ่

**B** 40.91%  
**N** 34.41%



สถานภาพแต่งงาน  
และมีบุตรแล้ว

**B** 25.45%  
**N** 19.08%

สถานภาพทางสังคม



จบการศึกษาระดับ  
ปริญญาตรีสูงกว่าเมืองอื่นๆ

**B** 26.36%  
**N** 19.36%



มีแนวโน้มเป็นผู้เชี่ยวชาญใน  
วิชาชีพต่างๆ

**B** 33.64%  
**N** 30.43%



รายได้ส่วนตัว ตั้งแต่ \$80,412  
ต่อปีขึ้นไป

**B** 52.73%  
**N** 56.89%

กลุ่มย่อยตามคุณลักษณะจิตวิทยาการดำรงชีวิต



53.21%

กลุ่ม Achievers  
กลุ่มที่มุ่งมั่นต่อความสำเร็จในชีวิต  
ปรารถนาความโดดเด่นที่เหนือกว่า  
และนิยมใช้ชีวิตที่ทันสมัยก้าวหน้าไกล



23.85%

กลุ่ม Thinkers  
กลุ่มที่รักการเรียนรู้ มีทัศนคติ  
ที่โดดเด่นด้านการอนุรักษ์  
ทั้งประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม  
และศิลปวัฒนธรรม

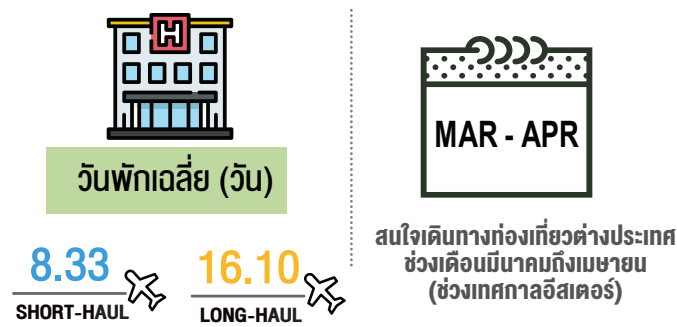


22.94%

กลุ่ม HV-Mainstream  
กลุ่มที่กระตือรือร้นต่อความสำเร็จ  
เพียงปานกลาง ไม่ต้องการความเด่นดัง  
นิยมใช้ชีวิตในรูปแบบที่คุ้นเคยมากกว่า  
การออกไปแสวงหาสิ่งใหม่ที่แตกต่าง

# Common Behaviors, How to find them.....

(▲+ / ▼-) ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลีญา เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงเมืองอื่นๆ  
การใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว (เหรียญสหรัฐ)

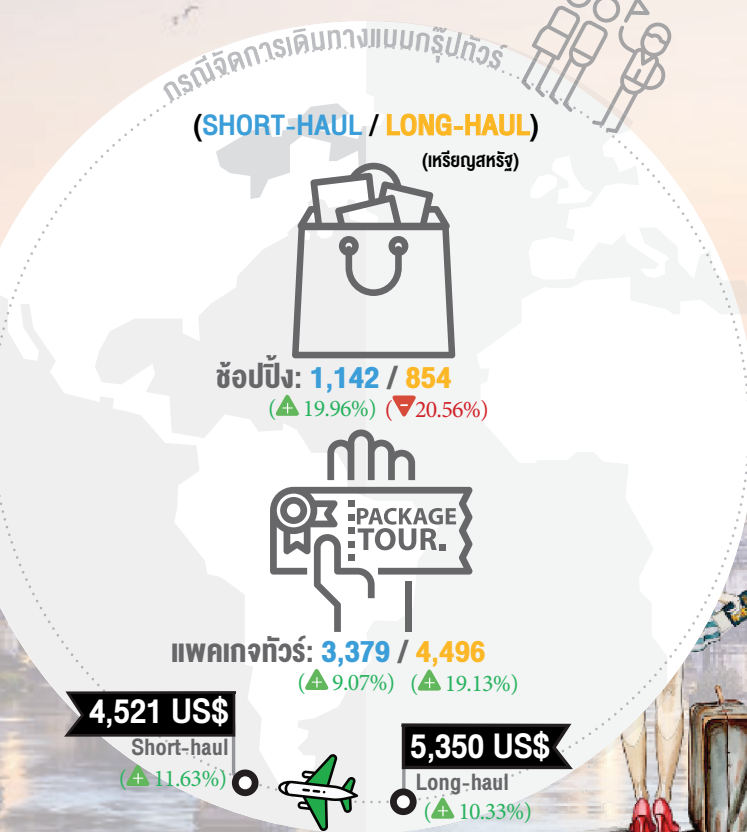
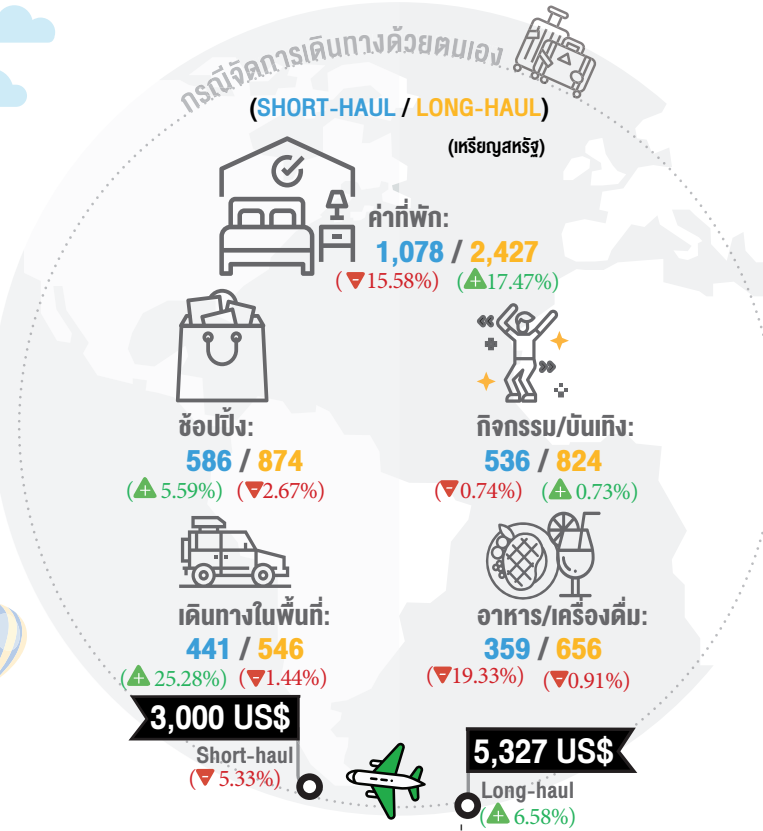


หมายเหตุ: จุดหมายท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short-haul) หมายถึงจุดหมายการเดินทางที่ใช้เวลาน้อยกว่า 7 ชั่วโมง และจุดหมายท่องเที่ยวระยะไกล (Long-haul) หมายถึงจุดหมายการเดินทางที่ใช้เวลานานกว่า 7 ชั่วโมง (รวมเวลาที่ใช้ระหว่างการเปลี่ยนเครื่อง/ต่อเที่ยวบินด้วย)

## ค่าใช้จ่าย การจัดการงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยว



แม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลีญา มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงเมืองอื่นๆ อยู่บ้าง อีกทั้งยังมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ต่ำกว่า แต่มีแนวโน้มใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศต่อครั้งมากกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงจากทั้งประเทศ ยกเว้นกรณีจัดการเดินทางด้วยตนเองในทวีประยะใกล้



o การเดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลีญา กรณีที่เป็นทวีประยะไกล จะมีการใช้จ่าย (เฉพาะค่าแพคเกจทัวร์และช้อปปิ้ง) 5,350 เหรียญสหรัฐต่อทริป แต่หากเป็นทวีประยะใกล้ จะใช้จ่าย 4,521 เหรียญสหรัฐต่อทริป

- สำหรับทวีประยะไกล นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มใช้จ่ายในหมวดค่าแพคเกจทัวร์มากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มคุณภาพสูงจากทั้งประเทศ แต่มีแนวโน้มใช้จ่ายในหมวดค่าช้อปปิ้งน้อยกว่า หากเป็นทวีประยะใกล้ จะมีการใช้จ่ายทั้งค่าแพคเกจทัวร์ และค่าช้อปปิ้งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มคุณภาพสูงจากทั้งประเทศ

o กรณีที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวโบลีญา กลุ่มนี้มีการใช้จ่ายรวม 5,327 เหรียญสหรัฐต่อทริป และ 3,000 เหรียญสหรัฐต่อทริป กรณีจุดหมายระยะไกล และจุดหมายระยะใกล้ ตามลำดับ

- สำหรับทวีประยะไกล นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มใช้จ่ายในหมวดค่าที่พักมากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มคุณภาพสูงจากทั้งประเทศ แต่หากเป็นทวีประยะใกล้ จะมีการใช้จ่ายในหมวดการเดินทางในพื้นที่ และค่าช้อปปิ้งมากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มคุณภาพสูงจากทั้งประเทศ

## Lifestyle ในเมือง Bologna

ร้านอาหารที่นิยมไปในโอกาสพิเศษ

### 1. Ristorarante Terre Alte Longiano 3.64%



Terre Alte, Via Olmadella, 47020 Budrio FC, Italy

สถานบันเทิง/คลับ ที่นิยมไปในโอกาสพิเศษ

### 1. Pineta Luxury Milano Marittima 13.46%



Viale Romagna 66,  
Milano Marittima, Emilia-Romagna, Italy

Photo : www.enjoytoz.it

### 2. Cocorico 5.77%



Via Chieti, 44, 47838 Riccione RN, Italia

lcservizi.com

### 3. Lions Club Intenational 5.77%



Via Giovanni Amendola, 13, 40121  
Bologna BO, Italy

ผู้มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ และมีการกล่าวถึงเป็นอย่างมาก

### 1. Cristiano Ronaldo 2.73%



Photo : Sky Sports

### 2. George Clooney 1.82%

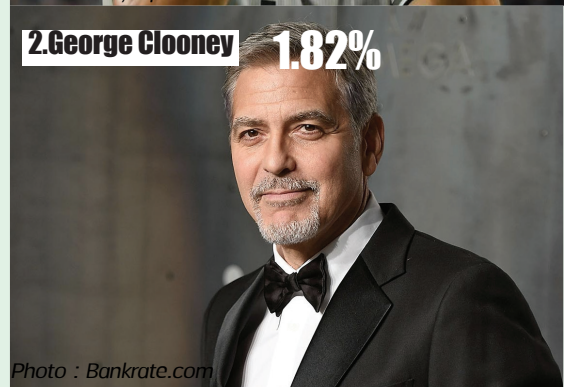


Photo : Bankrate.com

### 3. Belen Rodriguez 0.91%



Photo : Gossipblog.it



# THAILAND DESTINATION

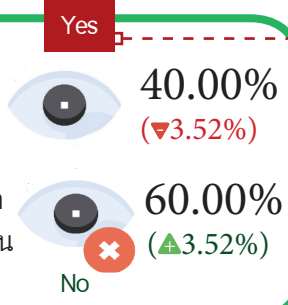
ความแตกต่างของการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลีญากับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงจากเมืองอื่นๆ (▲+ / ▼-) ข้อมูลนี้เกี่ยวข้องกับกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลีญญา เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงเมืองอื่นๆ

## HIGH-VALUE TRAVELER



เกินกว่าครึ่งหนึ่ง "ไม่เคยเห็น หรือได้ยิน"

โฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่เป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มที่เคยเห็นมีจำนวนไม่น้อยเช่นกัน



“โฆษณาออนไลน์ รายการ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ (อาทิ นิตยสาร)”

เป็นช่องทางที่เห็น หรือได้ยิน โฆษณาดังกล่าว



Online Ad



TV Programme



Print Ad



เคยเดินทางมาประเทศไทย



ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

22.73%

มีแผนในการเดินทางมาไทย

28.18%

มีแผนในการเดินทางมาไทย

ประมาณหนึ่งในสี่ มีแผนเดินทางมาไทยประเทศเดียว

ส่วนใหญ่ที่เลือกลเลือกเดินทางมาครั้งละหลายประเทศโดยเฉพาะการเดินทางร่วมกับสิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย



THA Only 23.21% (▲7.19%)



THA+ Singapore 19.64% (▲1.87%)



THA+ Indonesia 19.64% (▲3.37%)



THA+ Malaysia 19.64% (▲4.25%)

“ทะเล/ชายหาดที่สวยงาม ท้องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม/ประเพณี/ศาสนา”

เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการวางแผนเดินทางมาไทย



Beautiful sea & beach 60.71% (▲20.53%)



Nature tour/ Eco tour 50.00% (▲16.21%)



Culture/Tradition/ Religion 46.43% (▲16.52%)

ปัจจัยที่มีส่วนทำให้เลือกประเทศอื่นๆ

1. คนที่รู้จักคุ้นเคยแนะนำว่าดีกว่า น่าสนใจกว่า
2. คาดว่าจะไม่มีอุปสรรคด้านอาหาร/เครื่องดื่มต่างๆ
3. วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจกว่า

ปัจจัยทางอ้อมอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการเลือกประเทศไทย



1. บรรยายถึงความสัมพันธ์ของคนท้องถิ่นชาวไทยที่น่าสนใจกว่า

คนที่รู้จักคุ้นเคยแนะนำว่าดีกว่า น่าสนใจกว่า



2.



3.

มีกิจกรรม และ/หรืองานประเพณีที่น่าสนใจ

# CUSTOMER JOURNEY: BOLOGNA HIGH-VALUE TRAVELER

58.65% เลือกจุดหมายที่ไม่เคยเดินทางไปมาก่อน

50.91% ระบุว่าไม่มีแผนที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทย

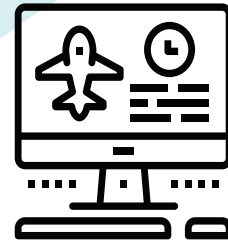


1

## การตัดสินใจเลือก จุดหมายท่องเที่ยว

### MAIN FACTORS

1. ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว 54.55%
2. เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 49.09%
3. ความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรม 44.55%
4. เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น 37.27%



## การจองทริปท่องเที่ยว

4

62.73% บริษัททัวร์ออนไลน์ (OTAs)  
(▲0.75%)

37.27% บริษัททัวร์  
(▼3.33%)

Booking.com  
trivago®  
Expedia®

alpitour  
vatur  
\*ยกเลิกกิจการ  
OEDEN VIAGGI

5

## การเลือกสายการบิน

- Direct flight available 57.14% (▲3.10%)
- Price 50.48% (▲6.46%)

Alitalia  
Lufthansa  
RYANAIR

6

## การพักค้าง

- โรงแรม 4 ดาว 23.64% (▼3.38%)
- โรงแรมทั่วไป 19.09% (▲4.95%)
- โรงแรม 5 ดาว 16.36% (▼0.91%)

MARRIOTT  
Hilton  
Holiday Inn

(▼▲%) ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงชาวโบลญญา เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงเมืองอื่นๆ





## 2 การแสวงหาข้อมูล

### MAIN FACTORS

1. บริษัททัวร์ออนไลน์ 50.91% (▲2.02%)
2. บริษัททัวร์ 42.73% (▼1.63%)
3. การนอกต่อ 30.91% (▲7.93%)

### OTAs ที่นิยมใช้ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว



## จุดหมายท่องเที่ยวที่ประทับใจ ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา

### SHORT-HAUL 48.89%



### LONG-HAUL 51.11%



### POTENTIAL NICHE MARKETS

- 31.82% AEC Connectivity
- 22.73% Green Tourism
- 8.19% Honeymoon & Wedding Tourism
- 4.55% Health & Wellness Tourism
- 0.91% Sport Tourism

## 7 กิจกรรม

### 1<sup>st</sup> MAIN ACTIVITIES

- กิจกรรมชายทะเล
- แสงสียามค่ำคืน
- ศิลปะและวัฒนธรรม
- ชิมอาหารท้องถิ่น

### สินค้าที่นิยม

- เสื้อผ้า
  - สินค้าหัตถกรรม
  - ผลิตภัณฑ์อาหาร
- 

### 2<sup>nd</sup> TIER ACTIVITIES

- ช็อปปิง
- วิถีชีวิตท้องถิ่น
- ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ