

ส่องพฤติกรรม นักท่องเที่ยวแต่ละสาย คุณเป็นสายไหน?



Contents

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	3
ส่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละสาย คุณเป็นสายไหน?	6
สายบุญ สายมูเตลู	08
สายคาเฟ่	11
สายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	14
สายแอดเวนเจอร์	17
สาย Workation	20
สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต วังमारathon	23
สายรักษัรธรรมชาติ	26
สายสุขภาพและเวลเนส	29
สายฟรีแลนซ์	32
สายลุยเดี่ยว เที่ยวคนเดียว	35
สายเที่ยววันเดียว X สายเที่ยวสั้น	38
X สายเที่ยวยาว	
Key points	42
Main takeaways	47





Executive summary

บทสรุปผู้บริหาร



เทรนด์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความหลากหลายมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่น่าจับตาและเป็นโอกาสทางธุรกิจสามารถแบ่งตามกิจกรรมหลักที่สนใจได้ 13 สาย ได้แก่ 1. สายบุญ สายมูเตลู 2. สายคาเฟ่ 3. สายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4. สายแอดเวนเจอร์ 5. สาย Workation 6. สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต วังमारathon 7. สายรักษ์ธรรมชาติ 8. สายสุขภาพและเวลเนส 9. สายฟรีแลนซ์ 10. สายลุยเดี่ยว 11.-13. สายเที่ยววันเดียว X สายเที่ยวสั้น X สายเที่ยวยาว ซึ่งไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละสายมีความแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวหลัก
สายบุญสายมู

**Gen X,
Baby boomer**

นักท่องเที่ยวหลัก
สายคาเฟ่

Gen Y



นักท่องเที่ยว Gen Z ถือเป็นสายทำกิจกรรมหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสายแอดเวนเจอร์ สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต สายรักษ์ธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวสายกิจกรรมส่วนใหญ่จะเดินทางคนเดียวหรือเดินทางเป็นคู่ ขณะที่ Gen Y เน้นเที่ยวแบบชิล เข้าร้านคาเฟ่ นวดสปา ส่วน Baby boomer เน้นทำบุญไหว้พระ เรียนรู้ วัฒนธรรม และเข้าถึงวิถีคนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวสายท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม

เที่ยว ≥4 วัน

นักท่องเที่ยว
สายแอดเวนเจอร์

**รายได้สูง
เที่ยวนาน**



โรงแรม 4-5 ดาวยังเป็นที่นิยมสูงของนักท่องเที่ยวในหลายสาย รองลงมาเป็นโรงแรม 2-3 ดาว ขณะที่พักที่มีรูปแบบเฉพาะจะมีกลุ่มเป้าหมายของตนเองชัดเจน เช่น อุทยาน ลานกางเต็นท์จะเป็นที่นิยมในกลุ่มสายแอดเวนเจอร์ สายรักษ์ธรรมชาติ สายงานเทศกาล เป็นต้น

นักท่องเที่ยวสาย
Workation

กลุ่มธุรกิจ

นักท่องเที่ยวสายงานเทศกาล
คอนเสิร์ต วังमारathon

กลุ่มคนรุ่นใหม่



นักท่องเที่ยวในสายคาเฟ่ สายแอดเวนเจอร์ สายสุขภาพและเวลเนส เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่น่าสนใจและภาคธุรกิจควรจับตามอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกว่าทั่วไป ใช้เวลาเที่ยวค่อนข้างนาน และทำกิจกรรมหลากหลาย อีกทั้งยังเป็นเทรนด์กิจกรรมที่กำลังนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวสายรักษ์ธรรมชาติ
พักที่พัก Eco-friendly

61%

นักท่องเที่ยวสายสุขภาพและเวลเนส
พักโรงแรม 4-5 ดาว

57%



การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคของ EIC (EIC Consumer survey) ผ่านช่องทางออนไลน์ SurveyMonkey

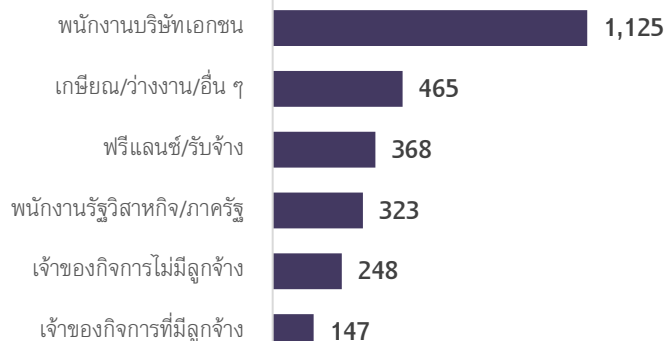
ระหว่างวันที่ 8 ถึง 22 กรกฎาคม 2022 มีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนทั้งสิ้น 2,676 คน



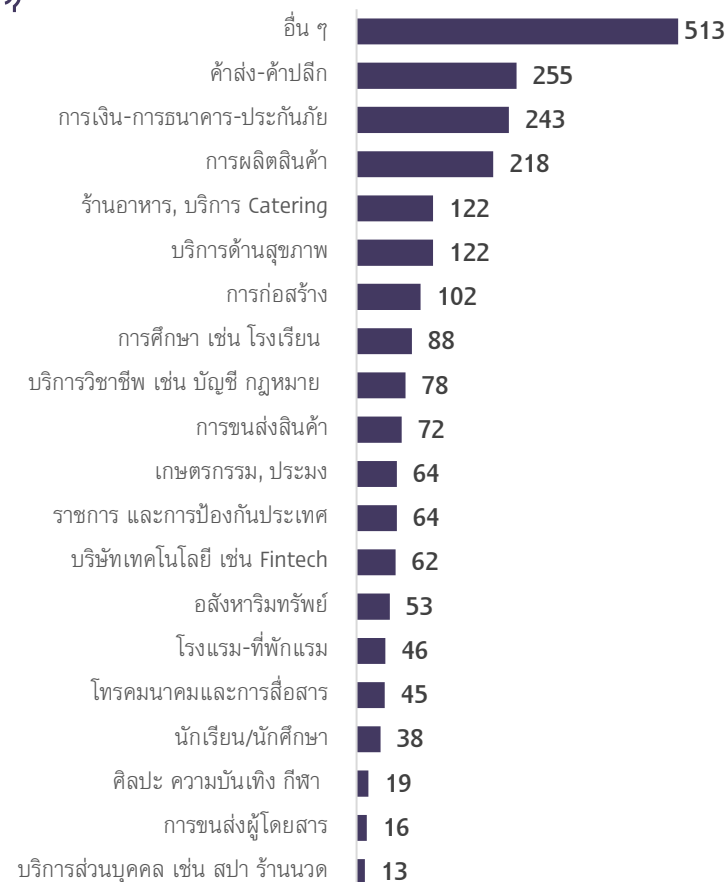
IWF



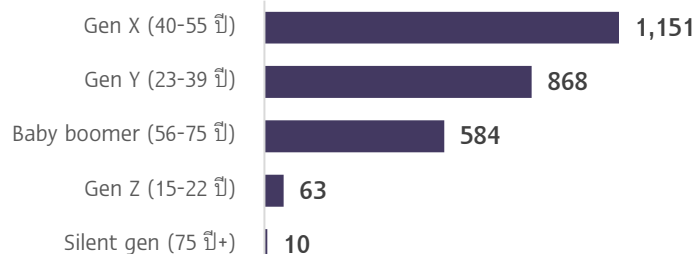
อาชีพปัจจุบัน



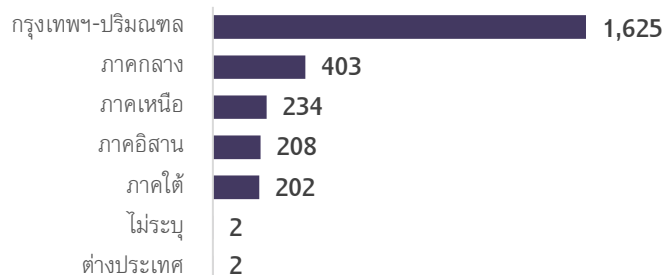
สาขาธุรกิจของอาชีพปัจจุบัน*



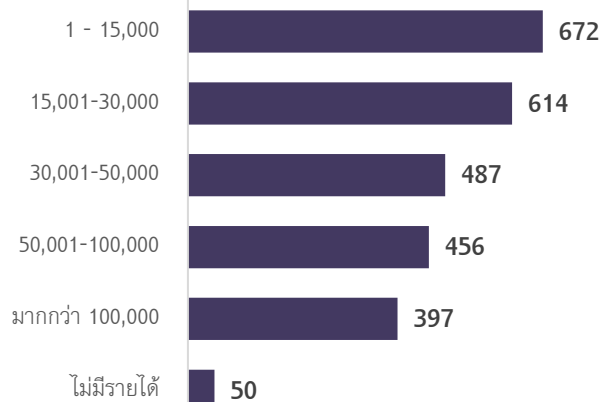
ช่วงอายุ



ที่อยู่อาศัย



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

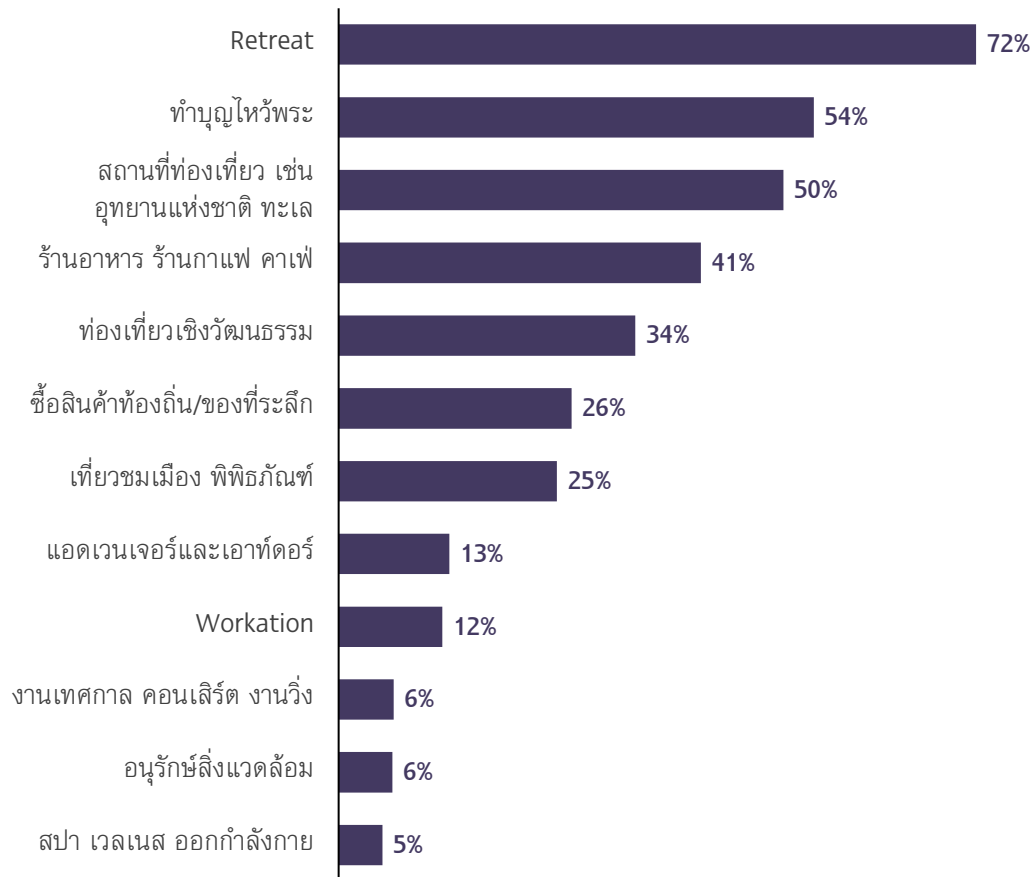


**ส่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละสาย
คุณเป็นสายไหน?**

จากการวิเคราะห์กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวในประเทศไทย EIC ประเมิน 13 สายนักท่องเที่ยวชาวไทย ยอดนิยมและเป็นที่น่าจับตามองต่อภาคการท่องเที่ยว

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร? (เลือกตอบได้ไม่เกิน 5 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)



13 สายนักท่องเที่ยวไทย คุณเป็นสายไหน?

<p>1</p> <p>ทำบุญ มูเตลู</p>	<p>2</p> <p>คาเฟ่</p>	<p>3</p> <p>ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</p>	<p>4</p> <p>แอดเวนเจอร์</p>
<p>5</p> <p>Workation</p>	<p>6</p> <p>เทศกาล คอนเสิร์ต วังमारathon</p>	<p>7</p> <p>รักษัธรรมชาติ</p>	<p>8</p> <p>สุขภาพ และเวลเนส</p>
<p>9</p> <p>ฟรีแลนซ์</p>	<p>10</p> <p>ลุยเดี่ยว เที่ยวคนเดียว</p>	<p>11 12 13</p> <p>เที่ยววันเดียว X สายเที่ยวสั้น X สายเที่ยวยาว</p>	



สายบุญ สายมูเตลู
ทำบุญไหว้พระขอพร
สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์



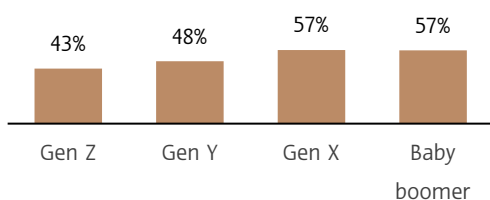
นักท่องเที่ยวสายบุญสายมูส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen X กับ Baby boomer มักเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน และใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน ส่วนกิจกรรมอื่นที่ชอบทำคือการพักผ่อน เที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารคาเฟ่ และเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

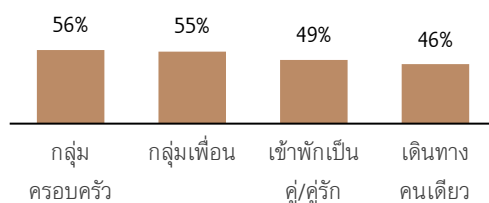
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มทำบุญไหว้พระกับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายบุญสายมูเตลู

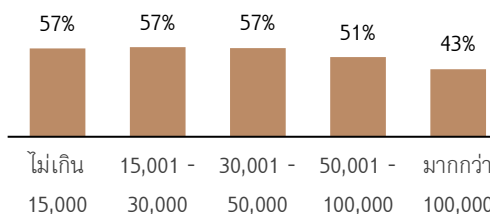
กลุ่ม Gen X และ Baby boomer
จะนิยมไปทำบุญไหว้พระสูงกว่า



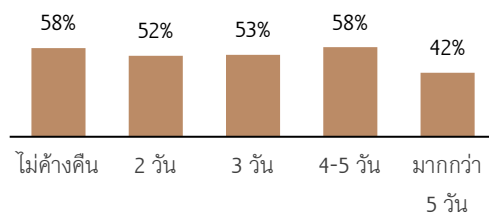
กลุ่มครอบครัวและเพื่อน มักนิยม
ไปทำบุญไหว้พระมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ



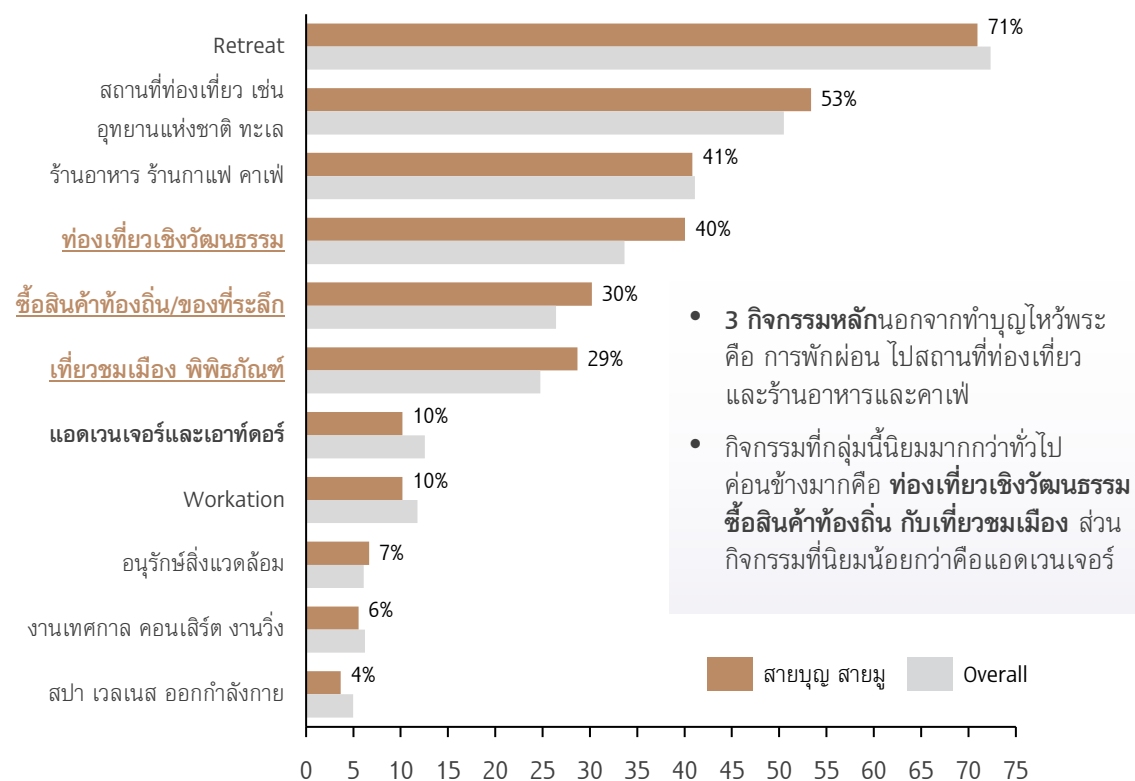
กลุ่มรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท
มีสัดส่วนการไปทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่น



กลุ่มที่นิยมไปทำบุญส่วนใหญ่ เป็นกลุ่ม
ที่ท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว



- 3 กิจกรรมหลักนอกจากทำบุญไหว้พระ คือ การพักผ่อน ไปสถานที่ท่องเที่ยว และร้านอาหารและคาเฟ่
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมากคือ **ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** **ซื้อสินค้าท้องถิ่น** กับ **เที่ยวชมเมือง** ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่าคือ **แอดเวนเจอร์**

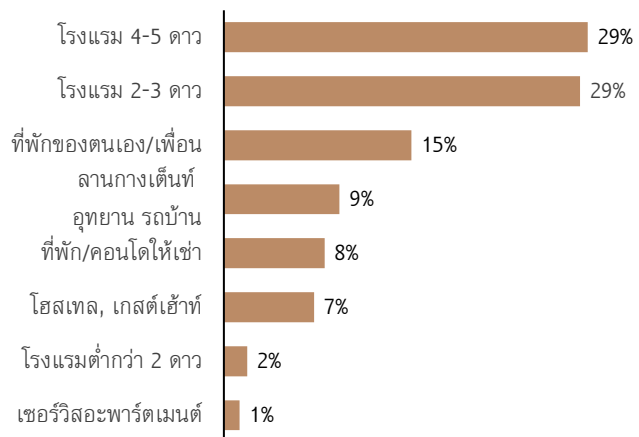




นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเข้าพักในโรงแรมตั้งแต่ 2 ดาวขึ้นไป และมีความสนใจใกล้เคียงกับกลุ่มทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นลักษณะที่พักใกล้ธรรมชาติ เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม มีอุปกรณ์ทันสมัย และตกแต่งสวย รวมถึงปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นความสะดวกและค่าใช้จ่ายเหมาะสม

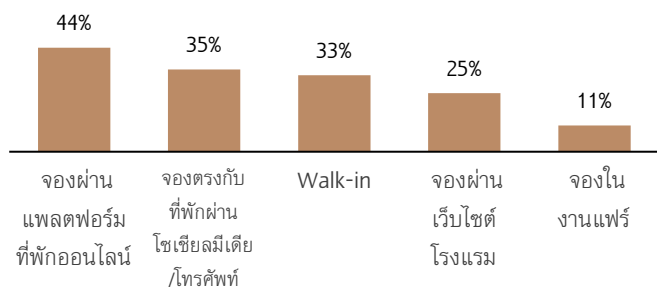
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มทำบุญไหว้พระ



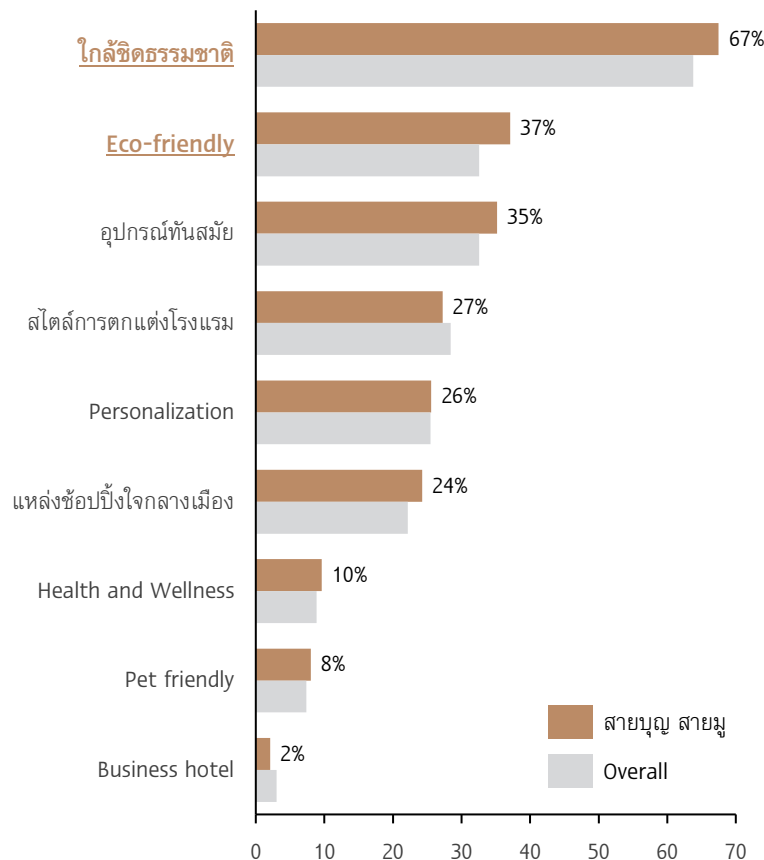
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มทำบุญไหว้พระ



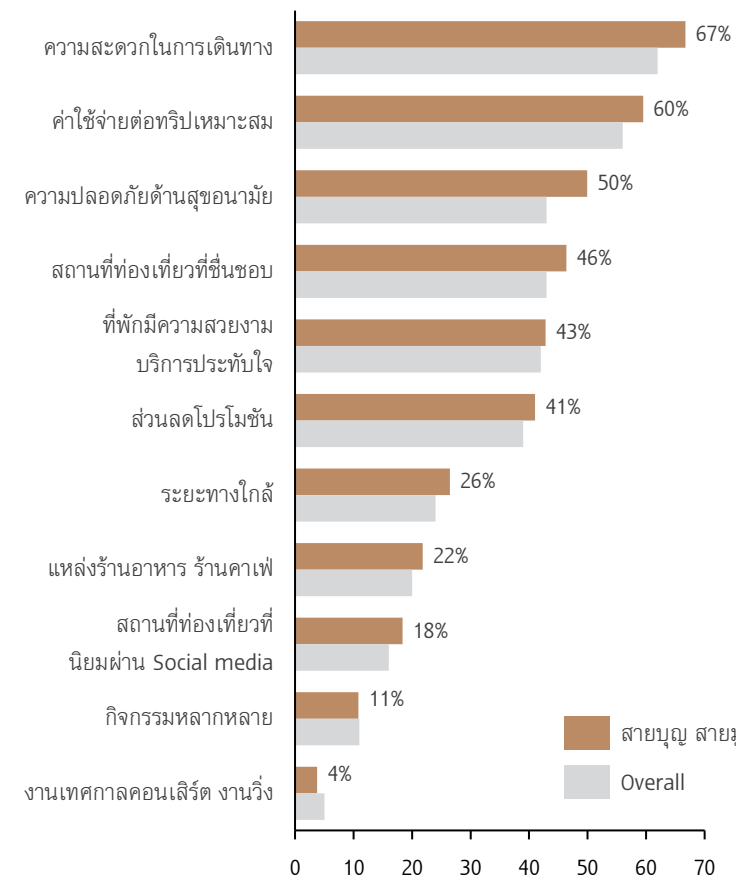
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มทำบุญไหว้พระกับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มทำบุญไหว้พระกับในกลุ่มทั่วไป





สายกาแฟ
จับกาแฟ อัปเดต
วิถี net idol

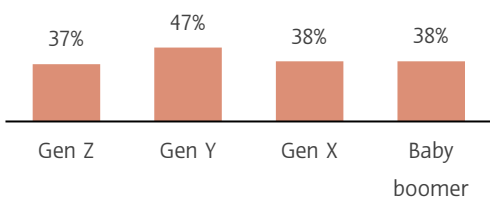
นักท่องเที่ยวสายกาแฟส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม Gen Y กลุ่มเดินทางเป็นคู่ กลุ่มผู้มีรายได้สูง ซึ่งส่วนใหญ่จะเที่ยวแบบพักค้างคืน โดยให้ความสำคัญกับการพักผ่อนเป็นหลัก

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

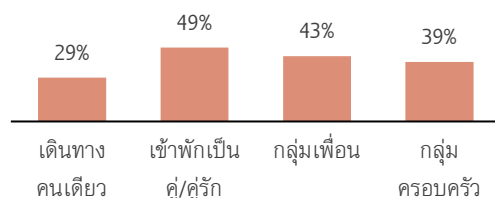
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มร้านอาหารกาแฟกับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายกาแฟ ร้านอาหาร

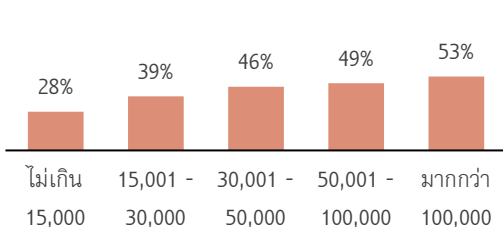
กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่นิยมเที่ยวคาเฟ่ร้านอาหาร สูงที่สุด



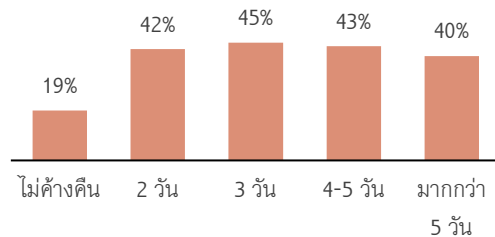
กลุ่มคู่รักและกลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มที่ไปเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ



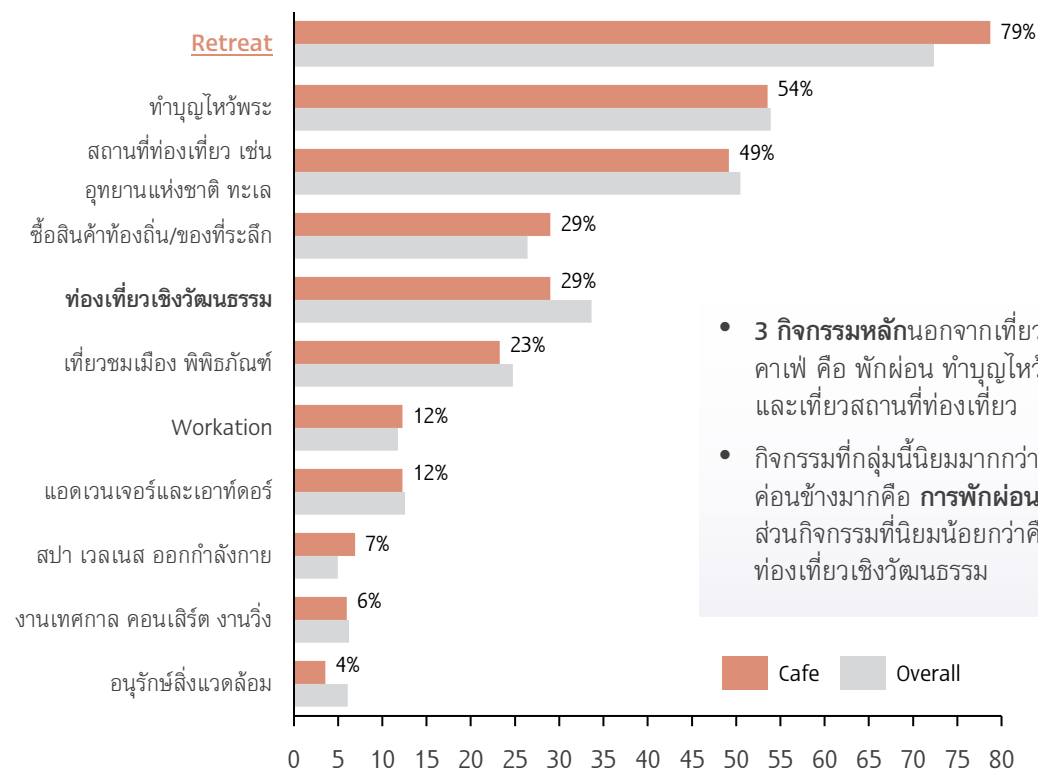
กลุ่มรายได้ที่สูงกว่าจะนิยมไปคาเฟ่มากขึ้น



กลุ่มพักค้างคืนมีแนวโน้มไปคาเฟ่มากกว่าไม่ค้างคืน



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว

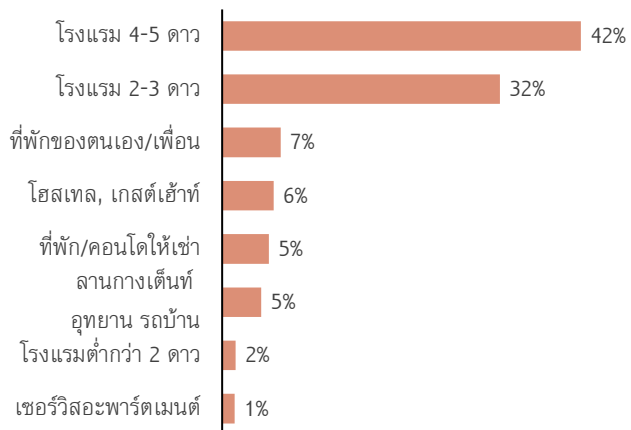


- 3 กิจกรรมหลักนอกจากเที่ยวคาเฟ่ คือ พักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมากคือ การพักผ่อน ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่าคือ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเข้าพักในโรงแรมตั้งแต่ 2 ดาวขึ้นไปที่ใกล้ธรรมชาติและอุปกรณ์ทันสมัย มีสไตล์การตกแต่ง และมีแหล่งช้อปปิ้ง โดยคำนึงถึงความสะดวก ค่าใช้จ่ายและโปรโมชั่น และความสวยงามที่พักรเป็นหลัก

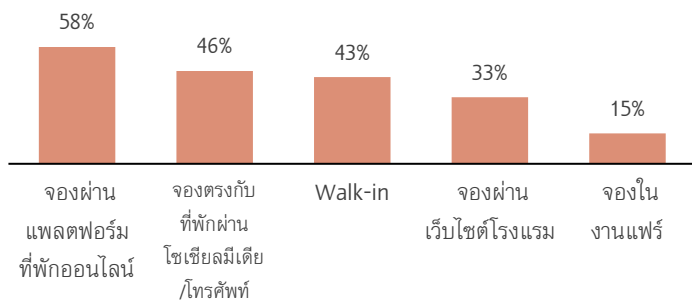
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่



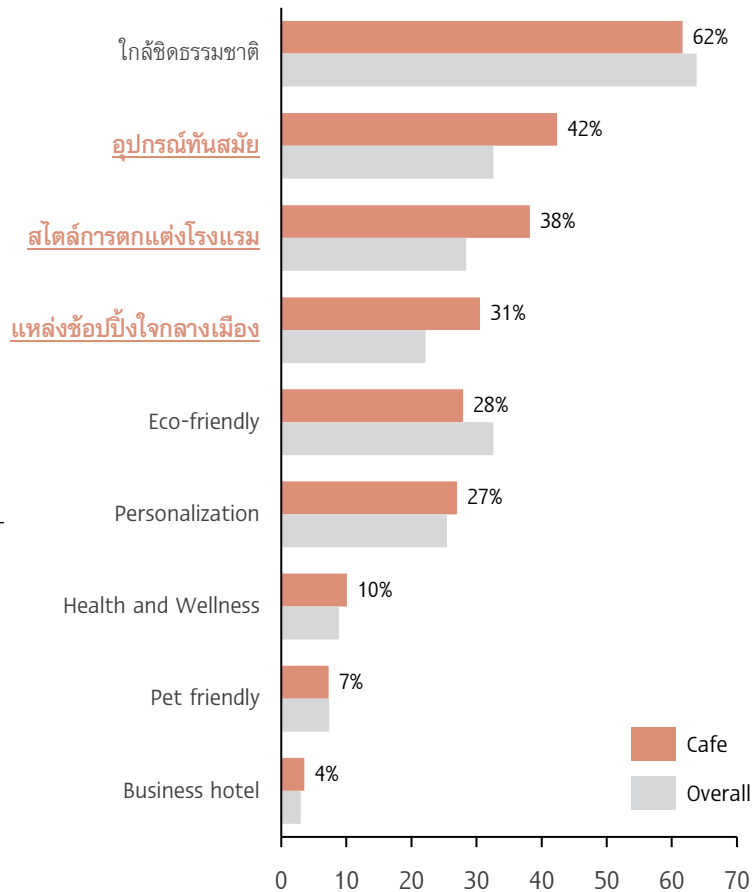
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่



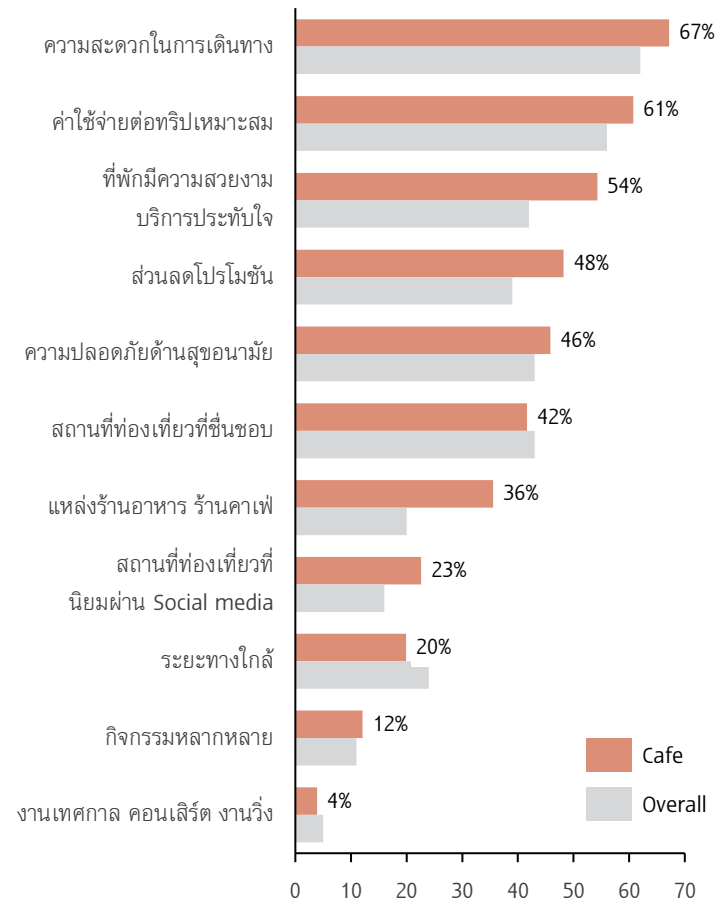
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่กับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่กับในกลุ่มทั่วไป





สายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เที่ยวโบราณสถาน ศึกษาประเพณีวัฒนธรรม

เรียนรู้ขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตท้องถิ่น



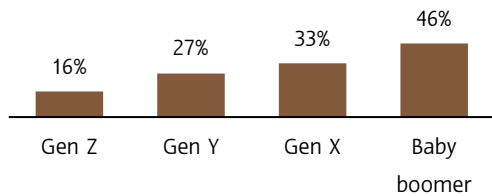
นักท่องเที่ยวสายวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่ม Baby boomer ท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และอยู่ในกลุ่มที่ใช้เวลาเที่ยวที่ค่อนข้างนานมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพื่อซึมซับประเพณีวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมหลักอื่นที่สนใจควบคู่กัน เช่น การพักผ่อน การทำบุญ และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

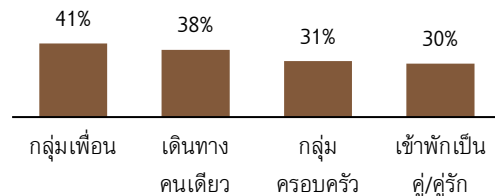
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

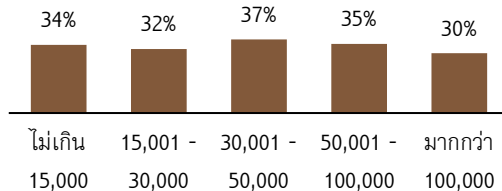
กลุ่ม Baby boomer เป็นกลุ่มที่นิยมเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูงที่สุด



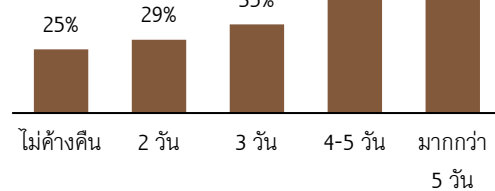
กลุ่มเพื่อนและกลุ่มเดินทางคนเดียวเป็นกลุ่มที่ไปเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ



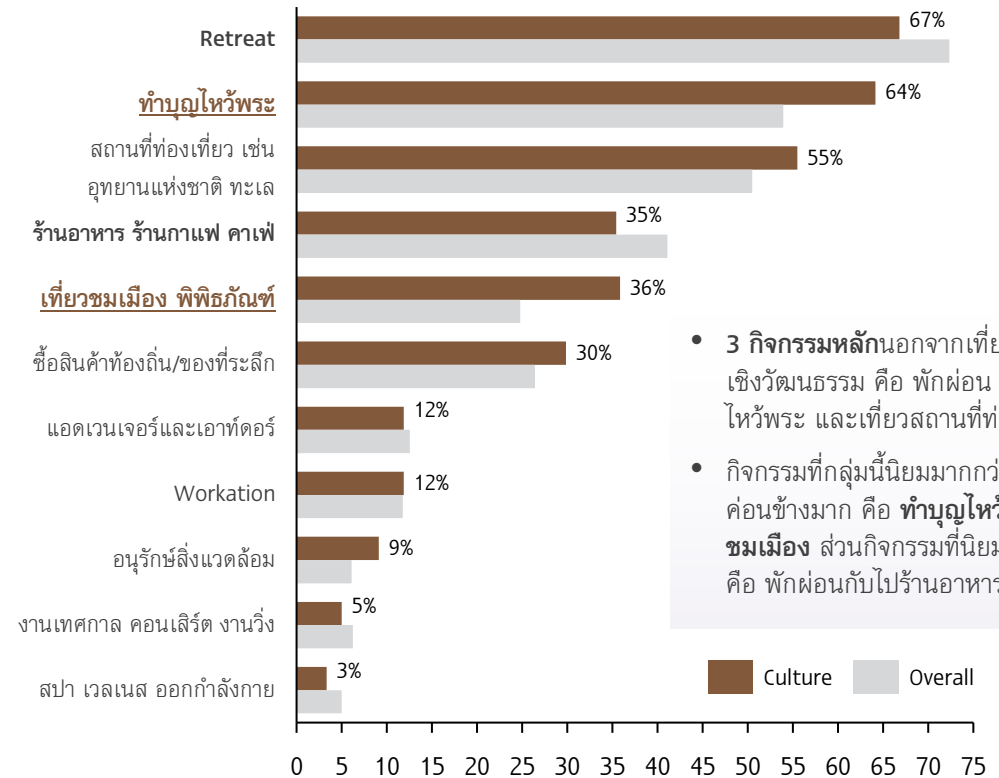
แต่ละกลุ่มรายได้เที่ยวไม่ต่างกันมากนัก



กลุ่มที่ท่องเที่ยวระยะยาวมากขึ้นมีแนวโน้มเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่น



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว



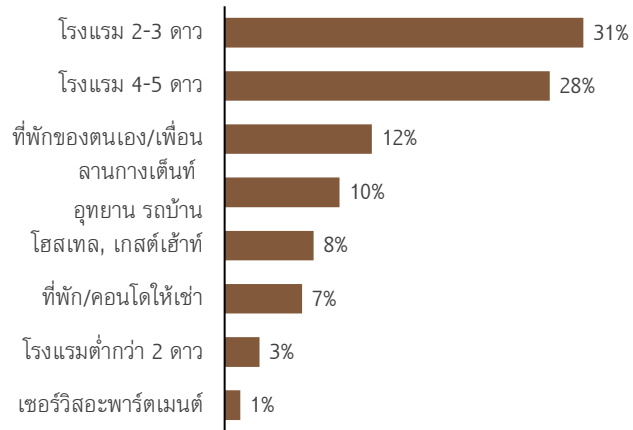
- 3 กิจกรรมหลักนอกจากเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ พักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมาก คือ **ทำบุญไหว้พระกับเที่ยวชมเมือง** ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่าคือ พักผ่อนกับไปร้านอาหาร คาเฟ่



ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ มีพฤติกรรมในการเลือกที่พัก ลักษณะที่พัก และปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกับกลุ่มทั่วไปและกลุ่มทำบุญไหว้พระ แต่จะต่างกันตรงใช้ระยะเวลาที่ยาวนานกว่า เน้นที่พักสวย ไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบและทำกิจกรรมหลากหลาย

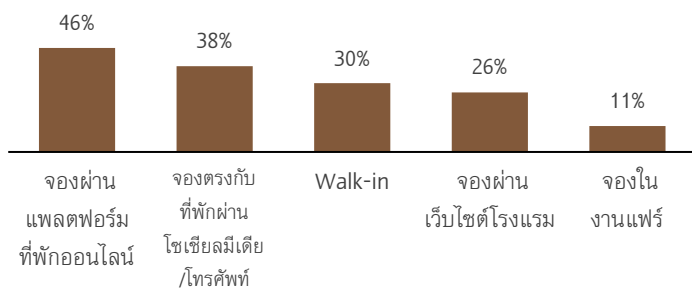
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



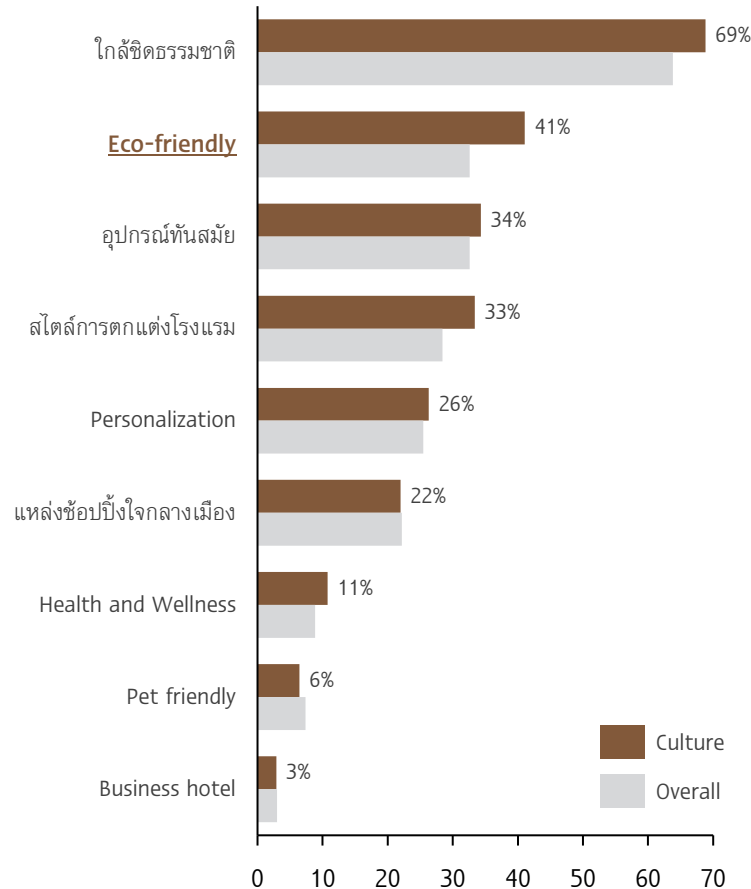
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



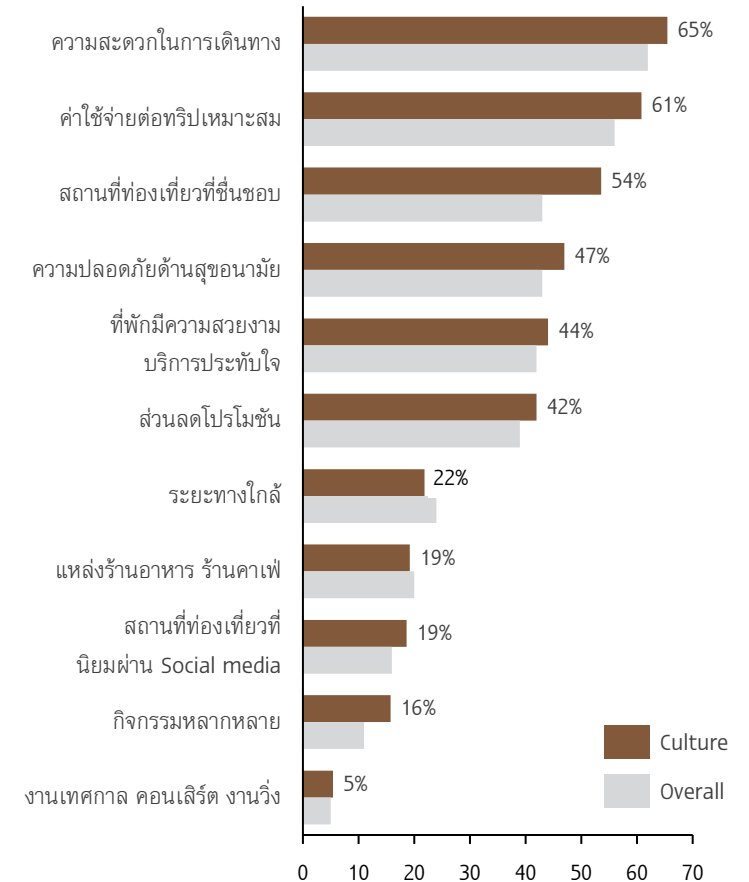
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับในกลุ่มทั่วไป





สายแอดเวนเจอร์ บุทตะลุยปีนป่า
พจญภัยเดินป่า ปีนผา กระโดดร่ม ดำน้ำ เล่นเซิร์ฟ



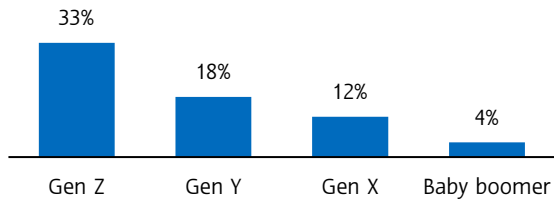
นักท่องเที่ยวสายแอดเวนเจอร์มีแนวโน้มอยู่ในกลุ่ม Gen Z กลุ่มเดินทางคนเดียว กลุ่มรายได้ค่อนข้างสูง และกลุ่มที่เที่ยว 4-5 วัน อีกทั้ง ยังชอบไปสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น อย่างไรก็ดี แม้นักท่องเที่ยวสายนี้จะนิยมพักผ่อนกับทำบุญ ไหว้พระค่อนข้างสูง แต่น้อยกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

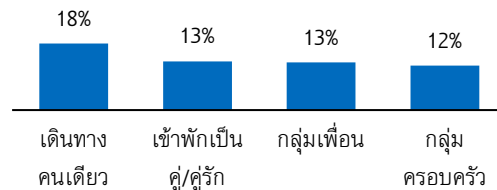
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มแอดเวนเจอร์กับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายแอดเวนเจอร์และเอากัดอร์

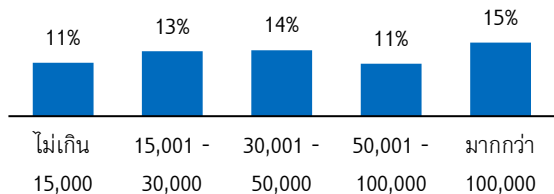
Gen Z เป็นกลุ่มที่นิยมกิจกรรมแอดเวนเจอร์



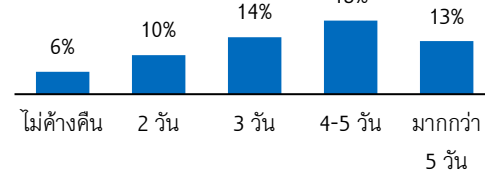
กลุ่มเดินทางคนเดียวเลือกทำกิจกรรมมากกว่ากลุ่มอื่น



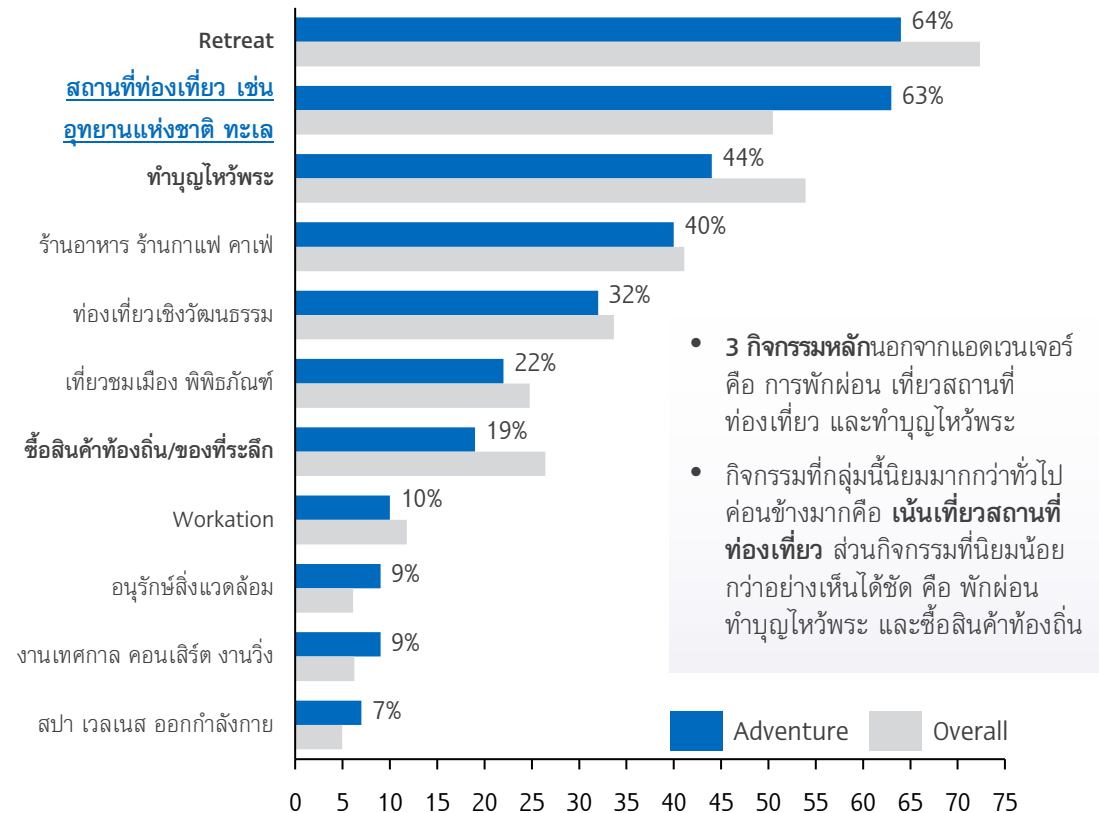
กลุ่มรายได้สูงมีแนวโน้มทำกิจกรรมสูงกว่ากลุ่มอื่น



กลุ่มที่ท่องเที่ยว 4-5 วัน มีแนวโน้มทำกิจกรรมสูงกว่ากลุ่มอื่น



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว



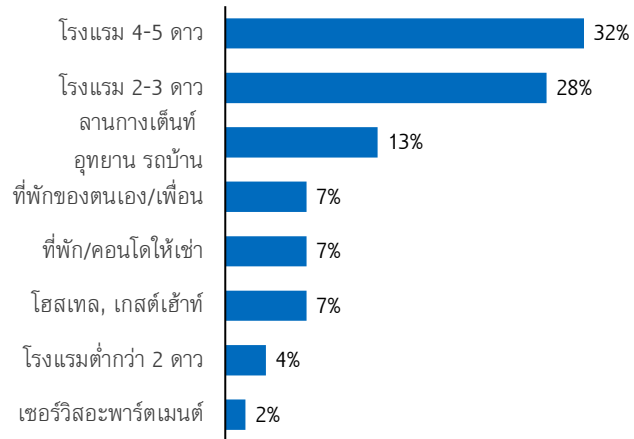
- 3 กิจกรรมหลักนอกจากแอดเวนเจอร์ คือ การพักผ่อน เที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว และทำบุญไหว้พระ
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมากคือ **เน้นเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว** ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัด คือ พักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และซื้อสินค้าท้องถิ่น



ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้นิยมเข้าพักโรงแรมตั้งแต่ 2 ดาวขึ้นไป ผ่านการจองกับผู้ให้บริการออนไลน์ โดยเน้นที่พักใกล้ธรรมชาติและตกแต่งสวยงาม และเป็นมิตรสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง หากอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และมีกิจกรรมหลากหลายจะสนใจมากขึ้น

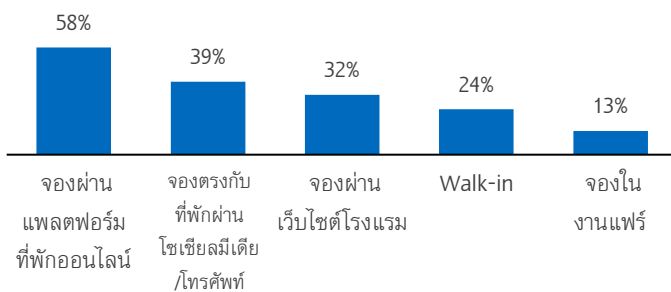
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มแอดเวนเจอร์



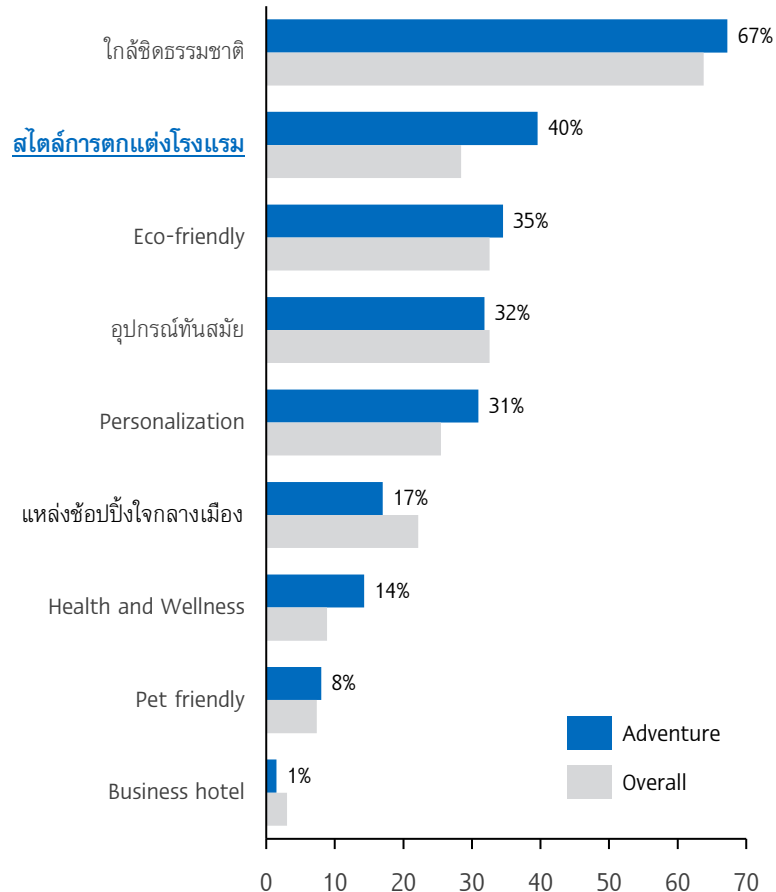
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มแอดเวนเจอร์



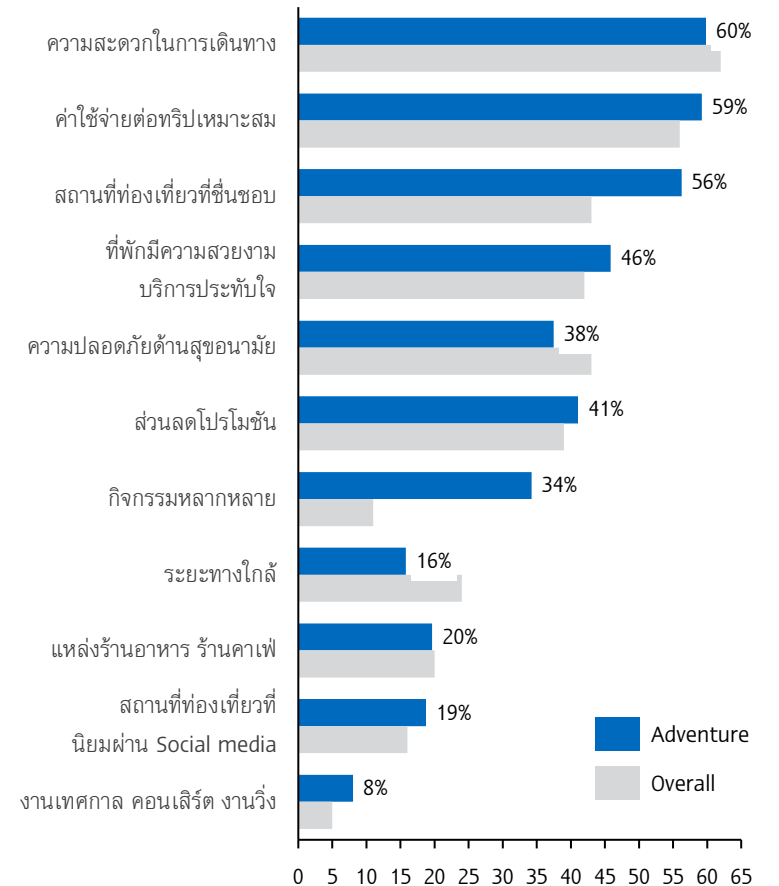
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มแอดเวนเจอร์กับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มแอดเวนเจอร์กับในกลุ่มทั่วไป





สายเที่ยวไปทำงานไป (Workation)
เที่ยวฉบับคนรักงาน อยู่ที่ไหนก็ทำงานได้

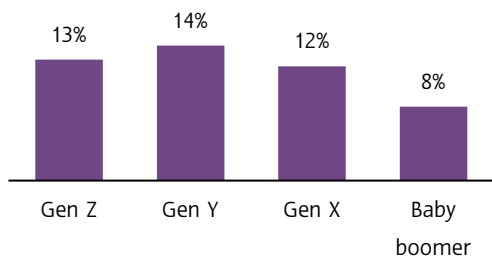
การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน/เรียนที่เน้นออนไลน์มากขึ้นทำให้กระแส Workation เป็นที่นิยมต่อเนื่องตั้งแต่ Gen Z ถึง Gen X และในกลุ่มธุรกิจโดยใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานกว่า 5 วัน โดยกิจกรรมหลักที่ทำระหว่าง Workation คือ การพักผ่อน การทำบุญไหว้พระ และไปร้านอาหาร/คาเฟ่

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

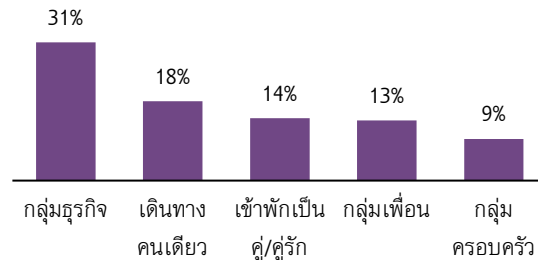
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Workation กับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายเที่ยวไปทำงานไป

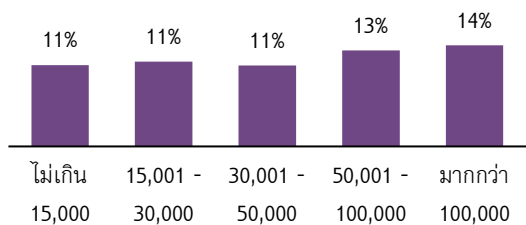
กลุ่ม Gen X, Gen Y และ Gen Z ซึ่งเป็นวัยทำงาน และวัยเรียนเป็นกลุ่มที่จะ Workation มากขึ้น



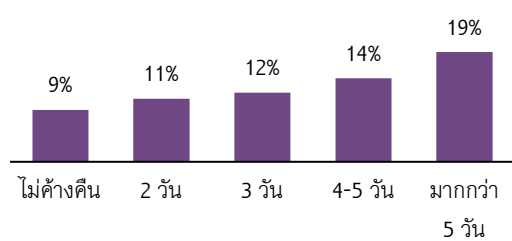
กลุ่มท่องเที่ยวแบบ Workation ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจ



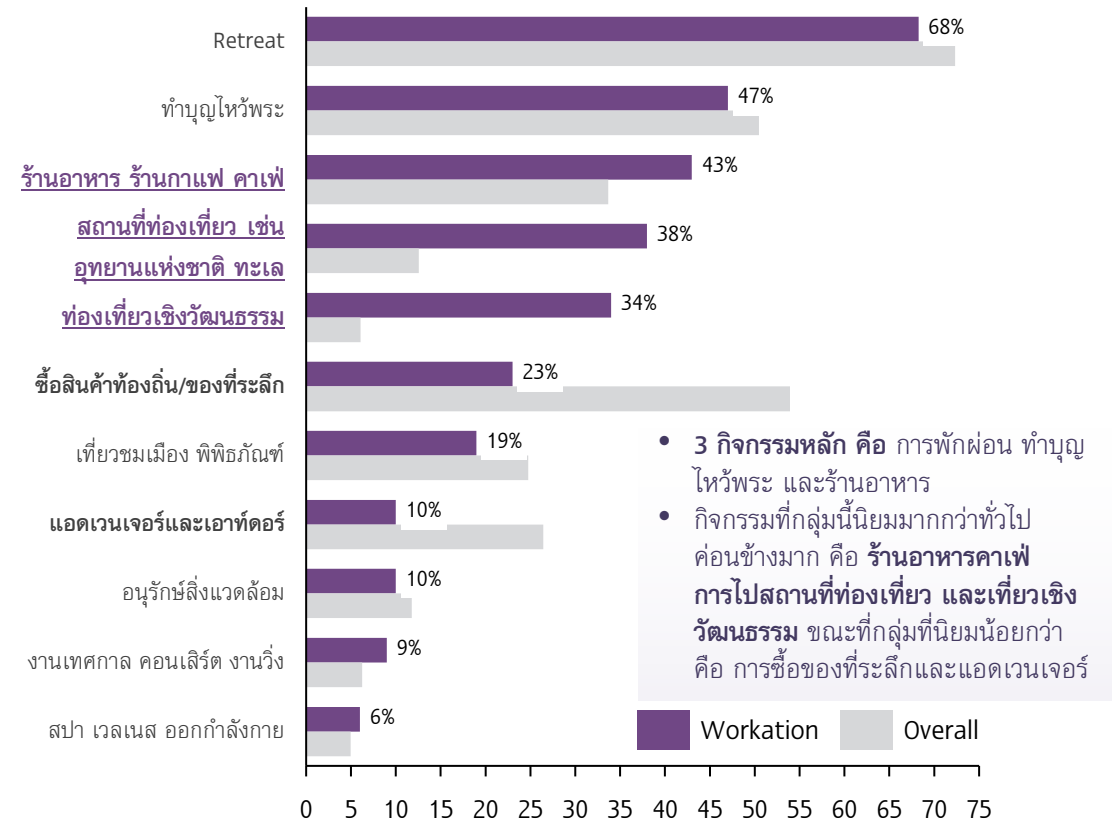
กลุ่มรายได้สูงมีแนวโน้มเลือก Workation มีมากกว่าทั่วไป



ส่วนใหญ่เที่ยวมากกว่า 5 วัน และมีอาชีพเป็นฟรีแลนซ์ กับเจ้าของกิจการที่มีลูกจ้าง



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว

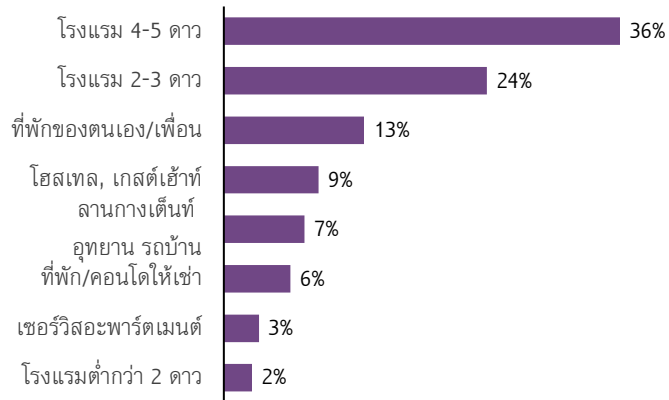


- 3 กิจกรรมหลัก คือ การพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และร้านอาหาร
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมาก คือ ร้านอาหารคาเฟ่ การไปสถานที่ท่องเที่ยว และเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่กลุ่มที่นิยมน้อยกว่าคือ การซื้อของที่ระลึกและแอดเวนเจอร์

ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวสายนี้เลือกพักในกลุ่มโรงแรม 4-5 ดาว เป็นหลัก โดยนอกจากเลือกที่พักใกล้ธรรมชาติแล้วยังมองหาที่พักที่มีอุปกรณ์ทันสมัยและบริการ Personalization มากกว่าทั่วไป อีกทั้ง ความสะดวกและค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

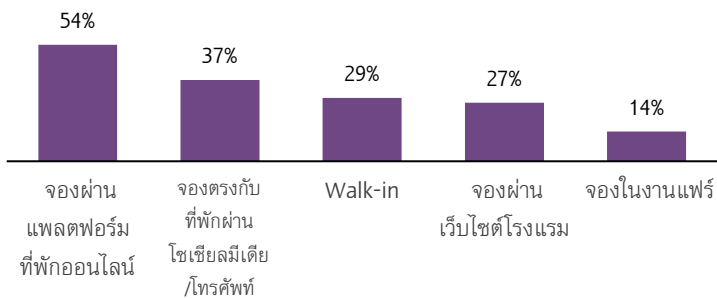
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Workation



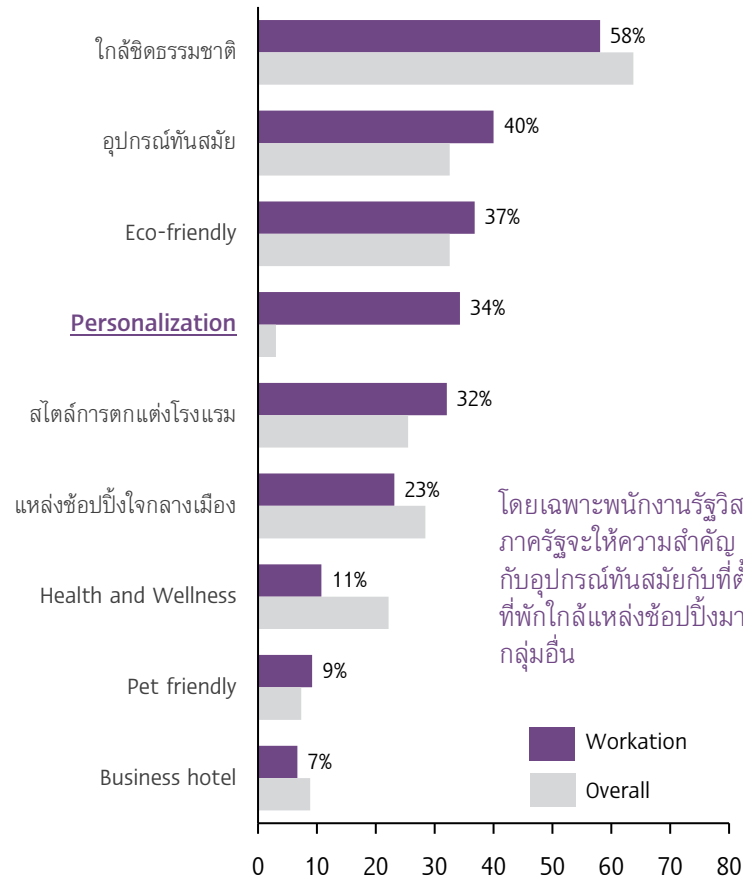
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Workation



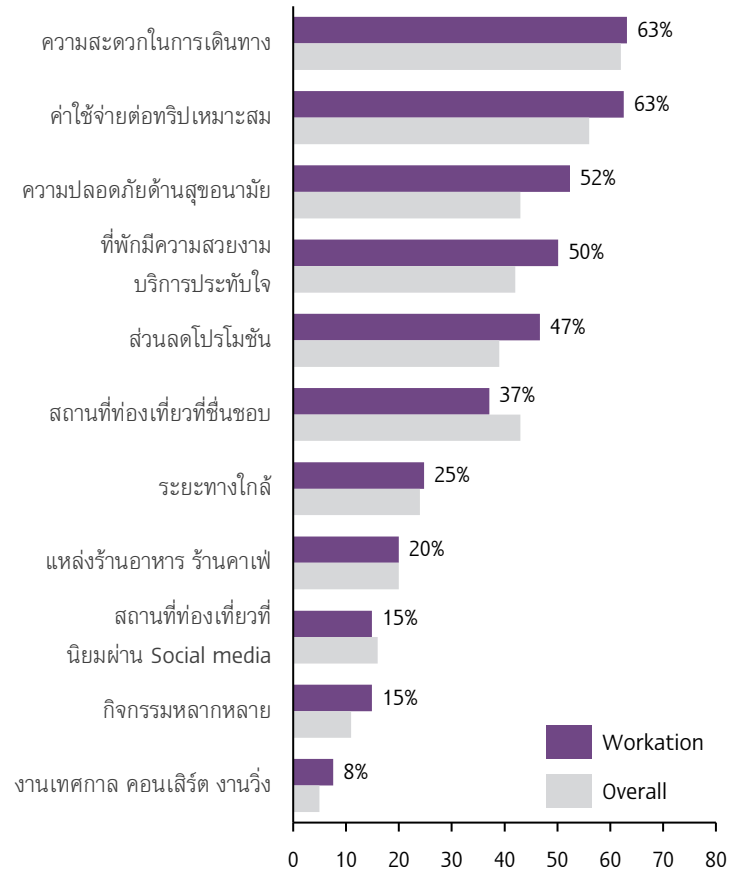
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Workation กับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Workation กับในกลุ่มทั่วไป





สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต มาราธอน
ไม่พลาดงานอีเวนต์ ทั้งดนตรีคอนเสิร์ต
วิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน



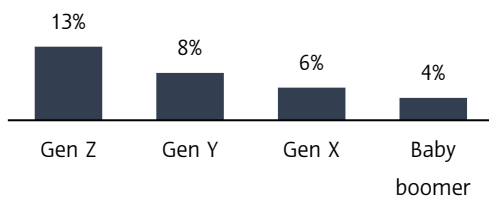
นักท่องเที่ยวสายงานเทศกาล คอนเสิร์ต มารารอนส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มใช้เวลาเที่ยวมากกว่า 3 วัน อีกทั้ง ยังชอบทำกิจกรรมที่หลากหลายทั้งแอดเวนเจอร์ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสปาและเวลเนสมากกว่ากลุ่มอื่นด้วย

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

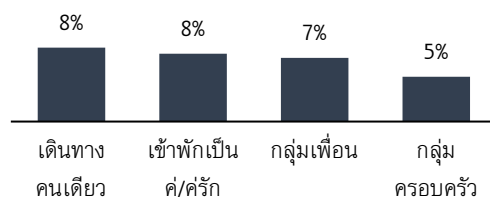
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเทศกาล คอนเสิร์ตกับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายงานเทศกาล คอนเสิร์ต

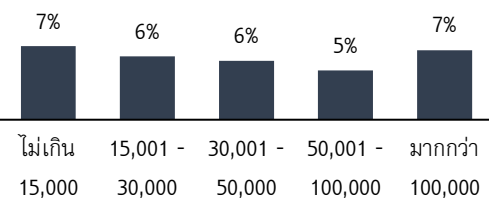
กลุ่มคนรุ่นใหม่ Gen Z Gen Y เป็นสายงานเทศกาลมากกว่ากลุ่มอื่น



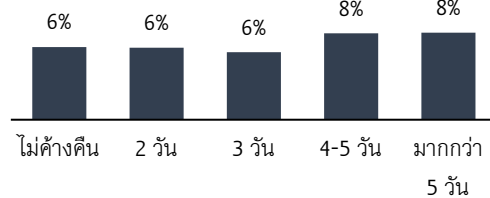
งานเทศกาลเป็นที่นิยมในทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มครอบครัวที่เข้าร่วมน้อยกว่า



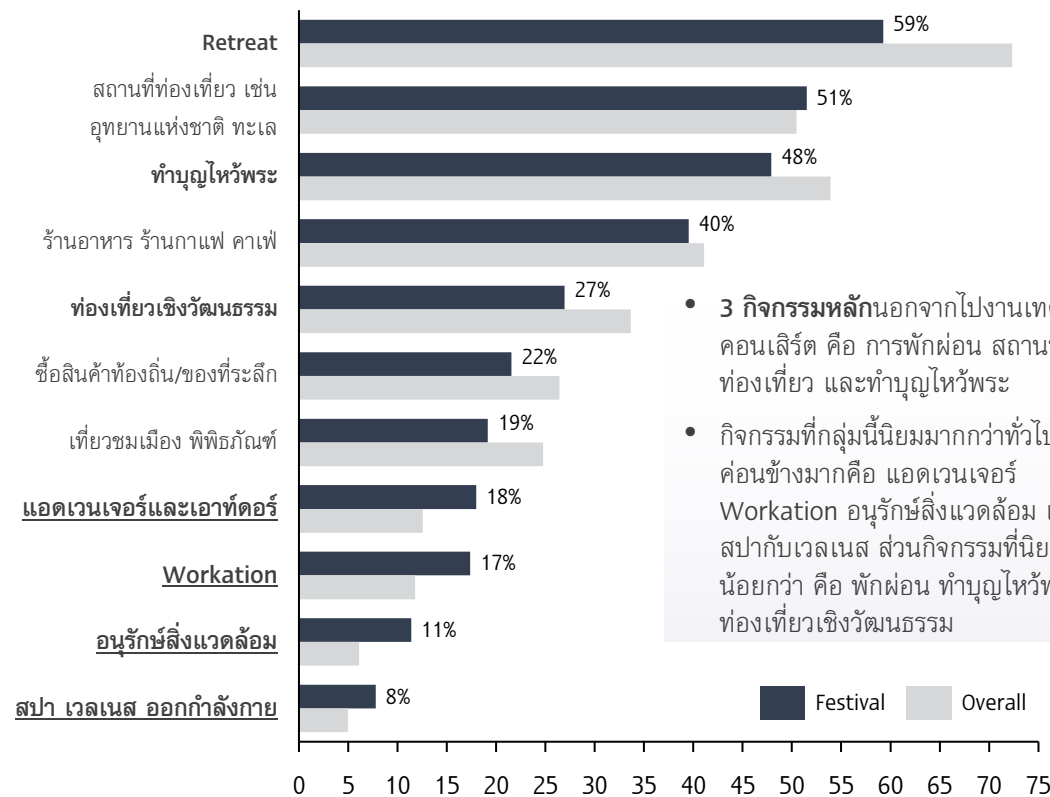
แต่ละกลุ่มรายได้เข้าร่วมงานเทศกาลไม่แตกต่างกันมากนัก



กลุ่มที่ไปงานเทศกาลจะเดินทาง 3 วันขึ้นไปมากกว่า



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว

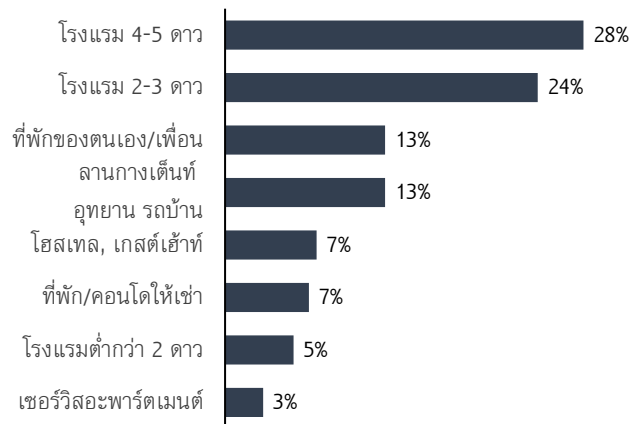


- 3 กิจกรรมหลักนอกจากไปงานเทศกาล คอนเสิร์ต คือ การพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยว และทำบุญไหว้พระ
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมากคือ แอดเวนเจอร์ Workation อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสปากับเวลเนส ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่า คือ พักผ่อน ทำบุญไหว้พระ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในการเลือกที่พักกับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะตัดสินใจจากการจัดงานเทศกาลเป็นสำคัญ นอกจากนั้นจะคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง ค่าใช้จ่าย และมักเลือกที่พักใกล้ธรรมชาติ เป็นมิตรสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการตกแต่งสวยงามและมีอุปกรณ์ทันสมัย

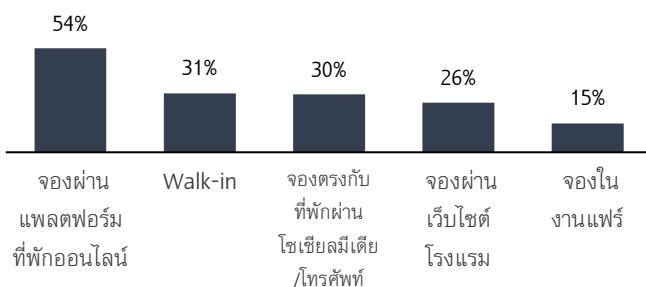
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มงานเทศกาล คอนเสิร์ต



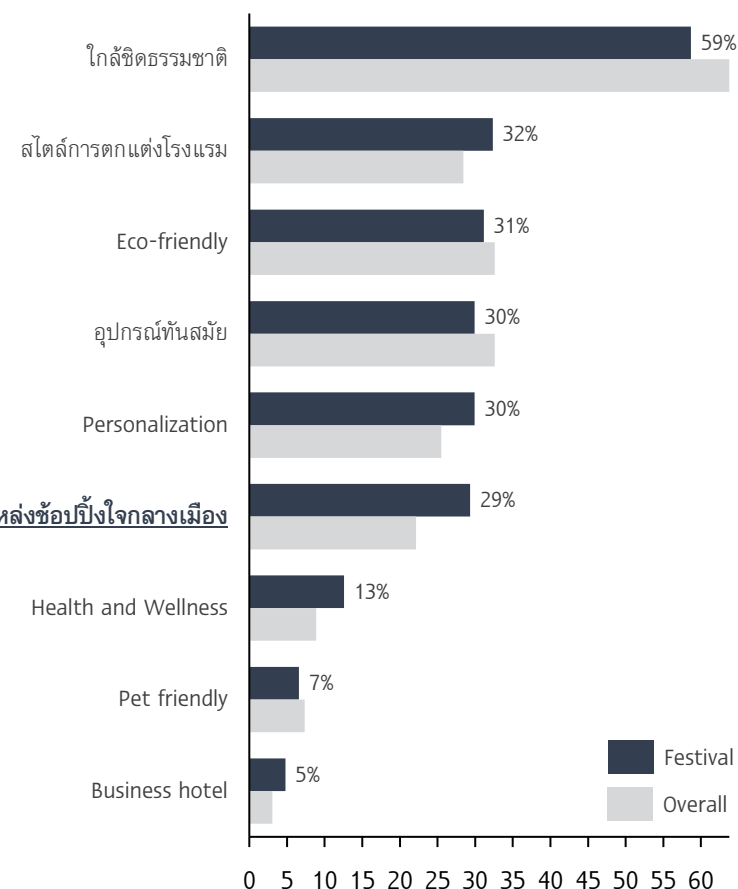
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มงานเทศกาล คอนเสิร์ต



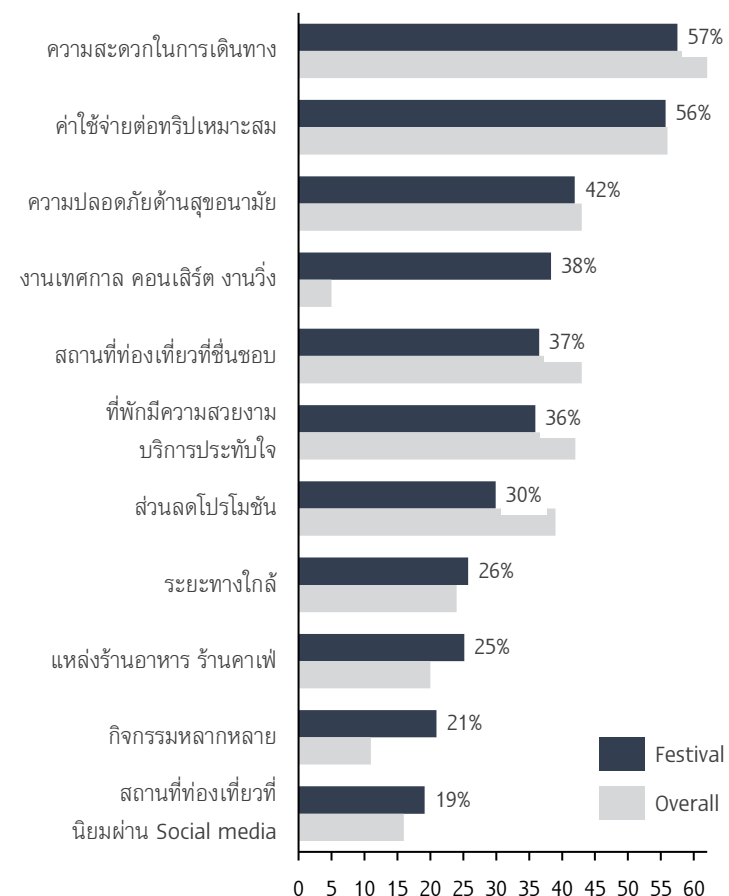
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มงานเทศกาล คอนเสิร์ตกับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มงานเทศกาล คอนเสิร์ตกับในกลุ่มทั่วไป





สายรักธรรมชาติ Go green

เที่ยวแบบยั่งยืนไม่ทำร้ายโลก ปลูกป่า เก็บขยะ อนุรักษ์สัตว์ป่า



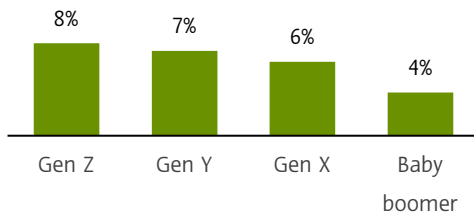
นักท่องเที่ยวสายกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม Gen Z กลุ่มเดินทางคนเดียว และเป็นการท่องเที่ยวระยะสั้นมากกว่า อีกทั้ง ยังชอบทำบุญไหว้พระ เที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว และมีกิจกรรมที่โดดเด่นต่างจากทั่วไป คือ การเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Workation และแอดเวนเจอร์

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

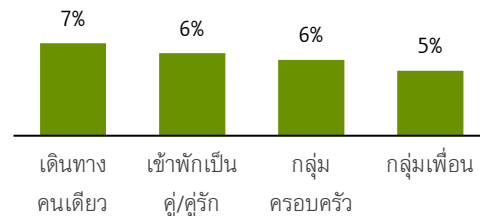
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเทียบกับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายทำกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

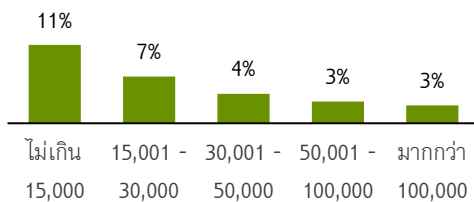
นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z มีแนวโน้มทำกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรวมถึงนิยมเลือกที่พักแบบ Eco-friendly



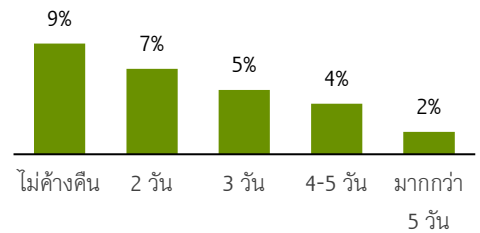
กลุ่มผู้เดินทางคนเดียวทำกิจกรรมมากกว่ากลุ่มอื่น



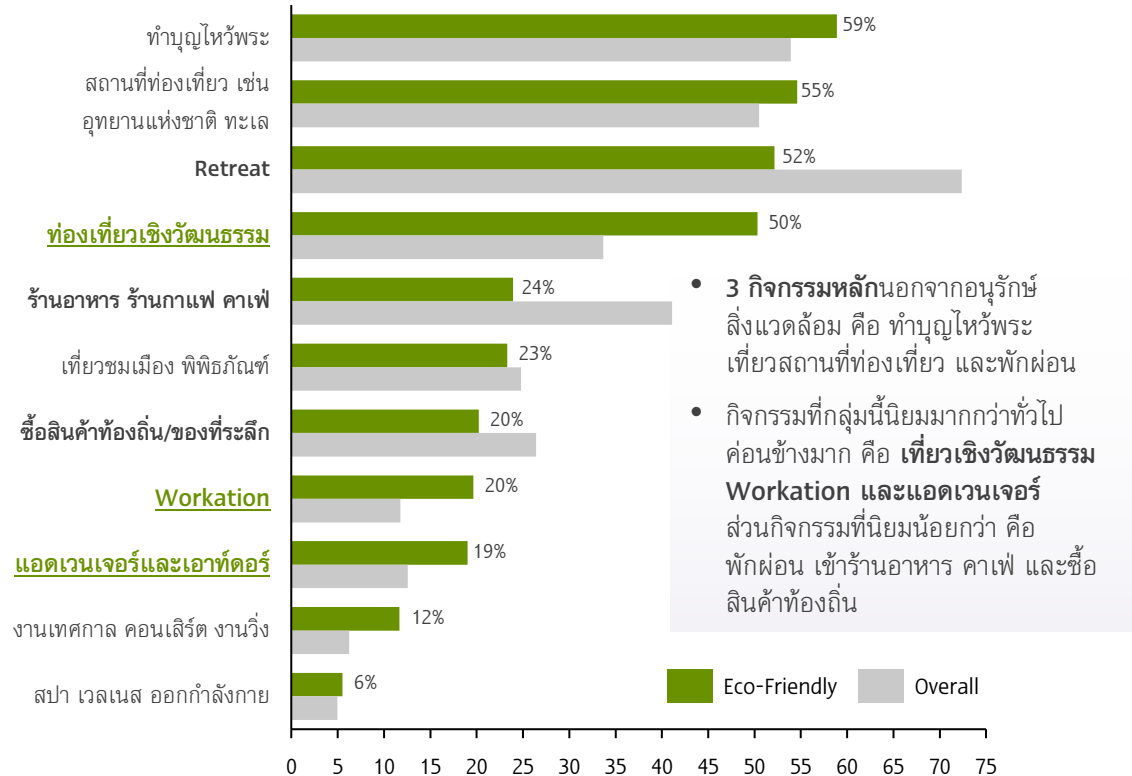
กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่ามีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่า



กลุ่มท่องเที่ยวในระยะสั้นนิยมสูงกว่า



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว



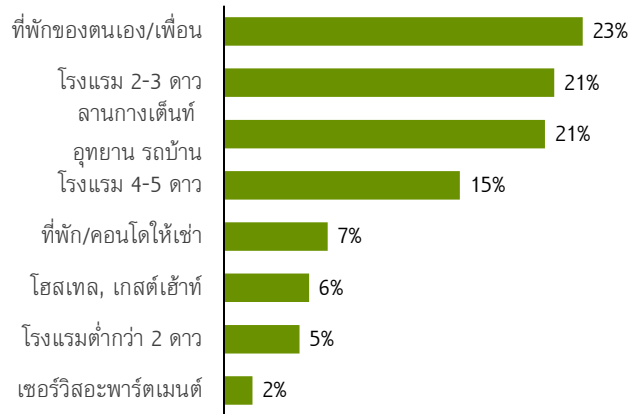
- 3 กิจกรรมหลักนอกจากอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คือ ทำบุญไหว้พระ เที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว และพักผ่อน
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมาก คือ **เที่ยวเชิงวัฒนธรรม Workation และแอดเวนเจอร์** ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่า คือ พักผ่อน เข้าร้านอาหาร คาเฟ่ และซื้อสินค้าท้องถิ่น



ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวสายรักษ์ธรรมชาตินิยมที่พักส่วนตัว โรงแรม 2-3 ดาว และที่พักในอุทยานหรือกางเต็นท์ โดยเน้นใกล้ธรรมชาติกับเป็นมิตรสิ่งแวดล้อม และส่วนใหญ่จะไม่ได้จองล่วงหน้า โดยมีปัจจัยสำคัญในการเลือก คือ ความสะดวก และความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

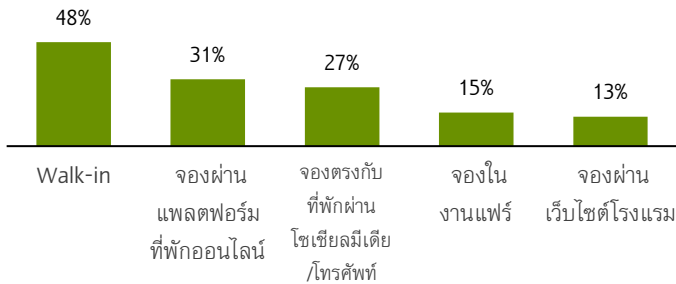
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



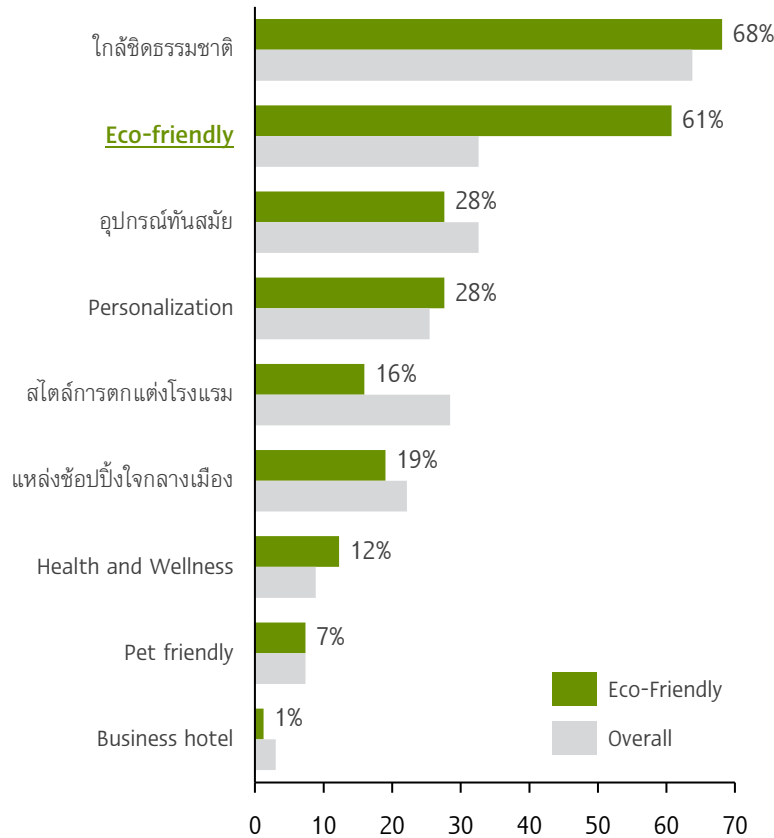
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



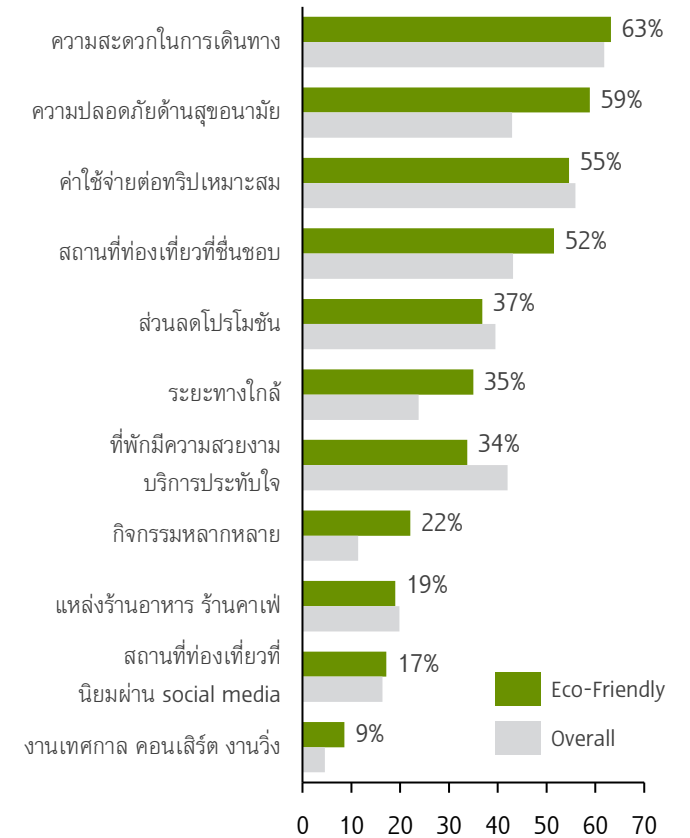
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับในกลุ่มทั่วไป





สายสุขภาพและเวลาเนส

พักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ อาหารดี ออกกำลังกาย โยคะ สปา



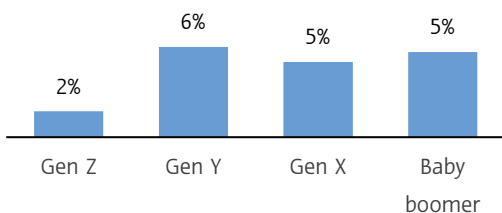
นักท่องเที่ยวสายสุขภาพและเวลเนสมีแนวโน้มอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้สูง และเข้าพักระยะยาวมากกว่ากลุ่มอื่น และนิยมพักผ่อนกับไปร้านอาหาร คาเฟ่ อย่างไรก็ดี แม้กลุ่มนี้จะชอบทำบุญไหว้พระ และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวค่อนข้างสูง แต่ยังคงต่ำกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

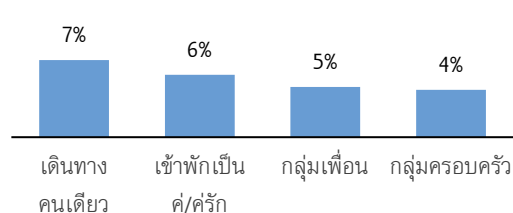
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Health and Wellness กับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายสุขภาพและเวลเนส

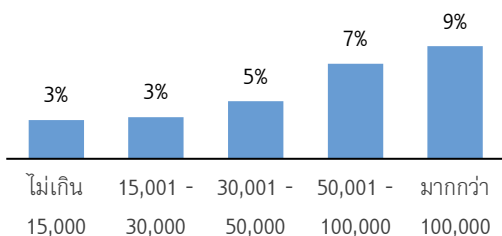
สปาและเวลเนสเป็นหนึ่งในกิจกรรมเป้าหมายของทุกกลุ่มยกเว้น Gen Z



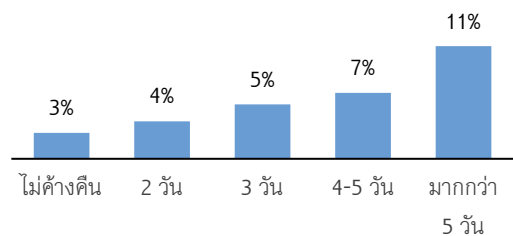
กลุ่มเดินทางคนเดียวและเป็นผู้เลือกใช้บริการมากกว่ากลุ่มอื่น



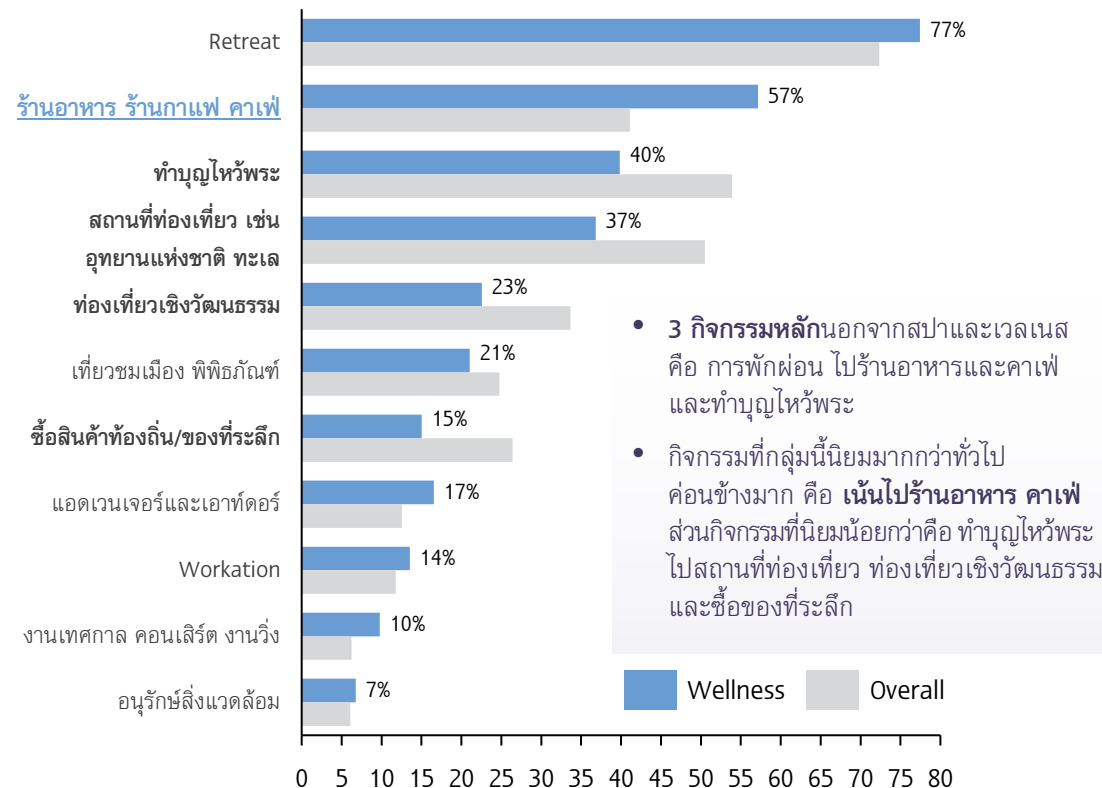
กลุ่มผู้มีรายได้สูงขึ้นไปมีแนวโน้มใช้บริการมากขึ้น



กลุ่มท่องเที่ยวระยะยาวมีแนวโน้มใช้บริการสูงกว่ากลุ่มอื่น



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว



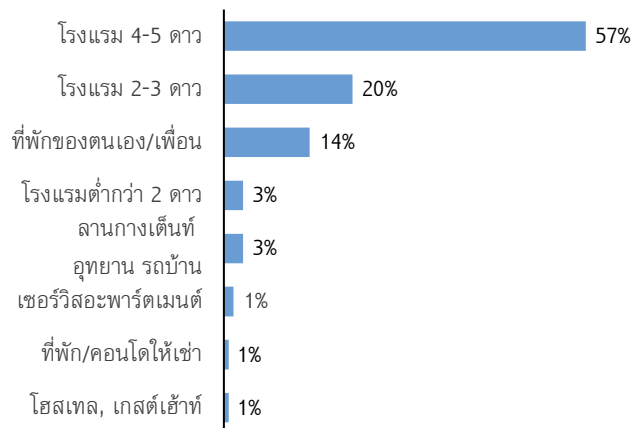
- 3 กิจกรรมหลักนอกจากสปาและเวลเนส คือ การพักผ่อน ไปร้านอาหารและคาเฟ่ และทำบุญไหว้พระ
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมาก คือ เน้นไปร้านอาหาร คาเฟ่ ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่าคือ ทำบุญไหว้พระ ไปสถานที่ท่องเที่ยว ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และซื้อของที่ระลึก



ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้นิยมโรงแรม 4-5 ดาวเป็นหลัก ซึ่งจะมีการให้บริการสปา ความใกล้เคียงธรรมชาติ และอุปกรณ์ทันสมัย โดยปัจจัยสำคัญในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือ ความสวยงามของที่พัก ความสะดวกในการเดินทาง และส่วนลดโปรโมชั่น

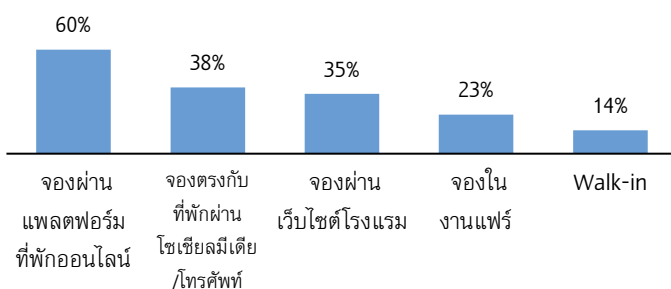
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Health & Wellness



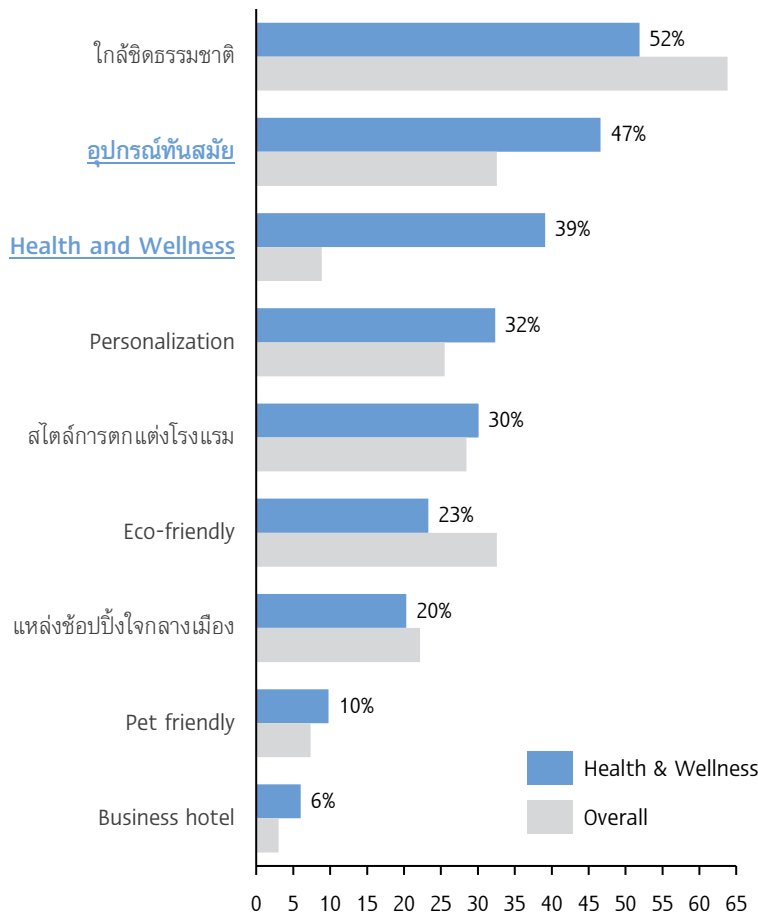
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Health & Wellness



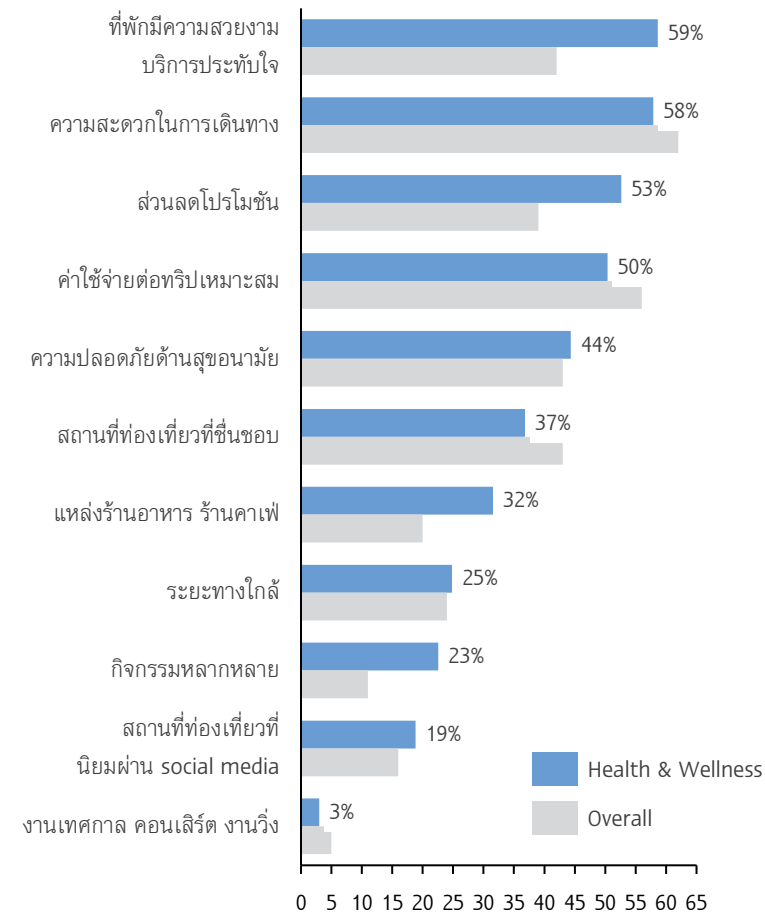
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

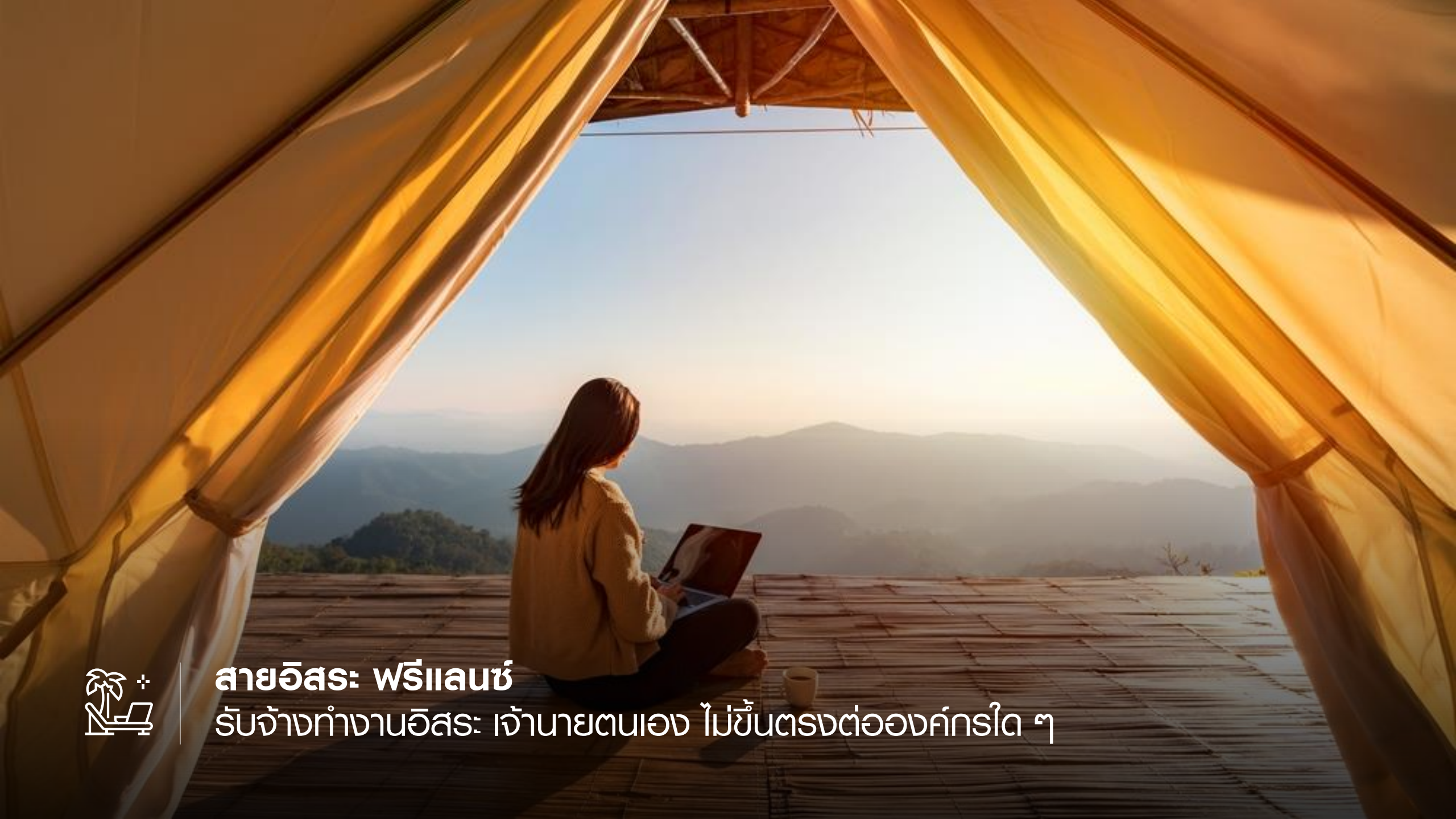
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Health & Wellness กับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม Health & Wellness กับในกลุ่มทั่วไป





สายอิสระ: ฟรีแลนซ์

รับจ้างทำงานอิสระ: เจ้านายตนเอง ไม่ขึ้นตรงต่อองค์กรใด ๆ

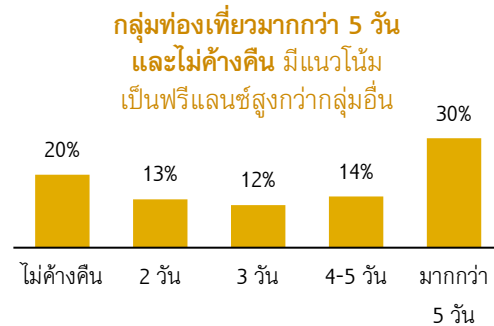
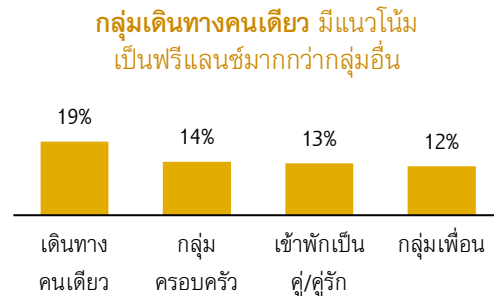
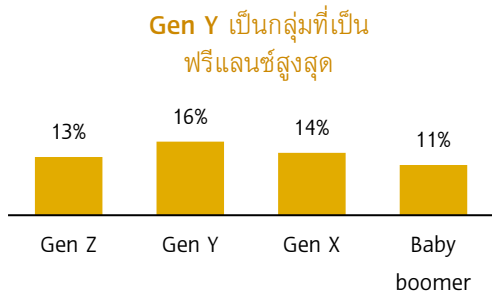


นักท่องเที่ยวสายอิสระ ฟรีแลนซ์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y กลุ่มเดินทางคนเดียว กลุ่มรายได้ไม่สูงนัก ซึ่งอยู่ทั้งในกลุ่มเที่ยววันเดียวกับเที่ยวยาว โดยกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว ได้แก่ พักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนั้นนิยม Workation มากกว่ากลุ่มอื่น

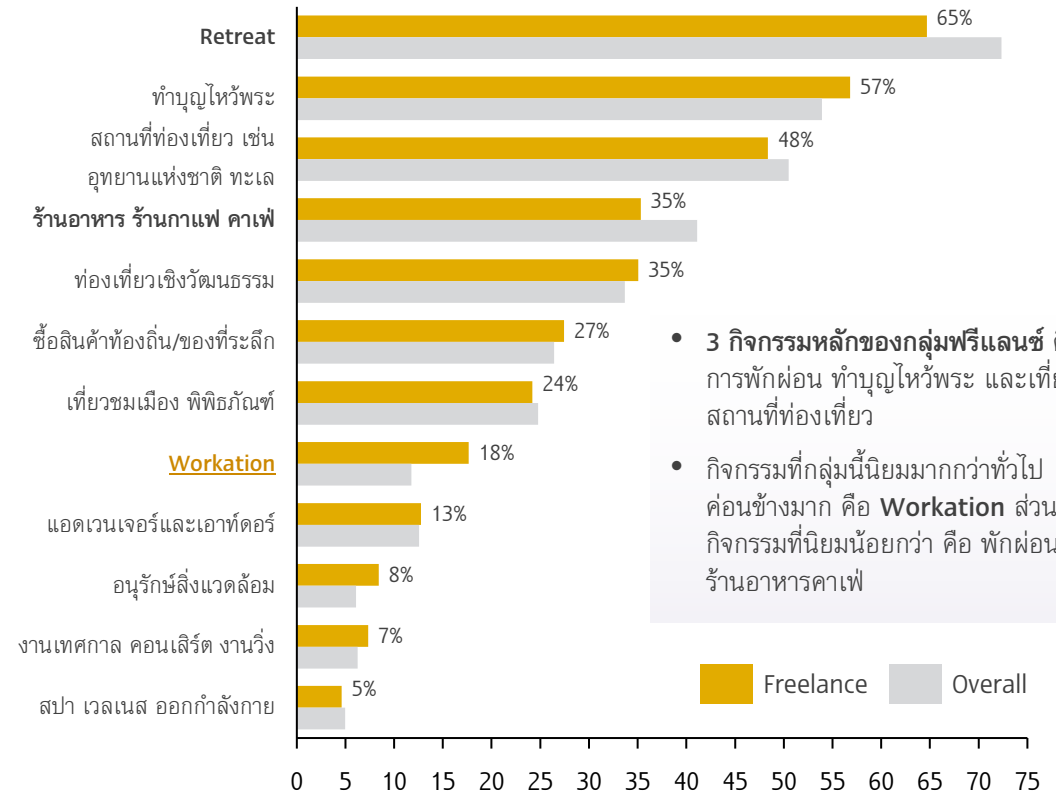
คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มฟรีแลนซ์กับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายฟรีแลนซ์



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว



- 3 กิจกรรมหลักของกลุ่มฟรีแลนซ์ คือ การพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมาก คือ **Workation** ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่า คือ พักผ่อน ร้านอาหารคาเฟ่

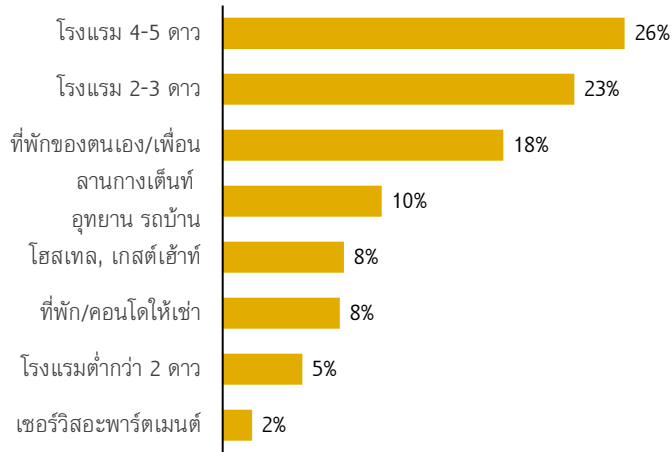


ในการเลือกที่พัก นักท่องเที่ยวฟรีแลนซ์จะเข้าพักโรงแรม 2 ดาวขึ้นไป รวมถึงมีอัตรา Walk-in เข้าที่พักสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

นอกจากนั้น นิยมที่พักใกล้ธรรมชาติ เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ปัจจัยด้านความสะดวกและค่าใช้จ่าย จะส่งผลต่อการเลือกที่เกี่ยว แต่จะต่ำกว่ากลุ่มอื่น

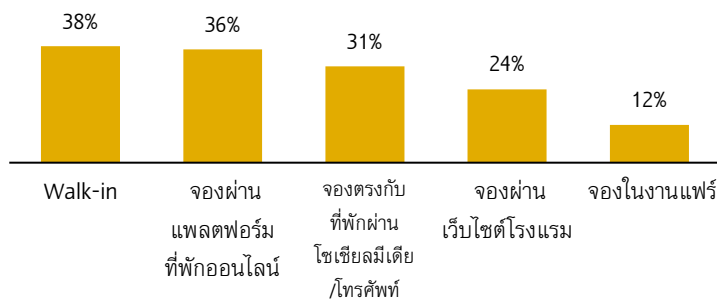
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มฟรีแลนซ์



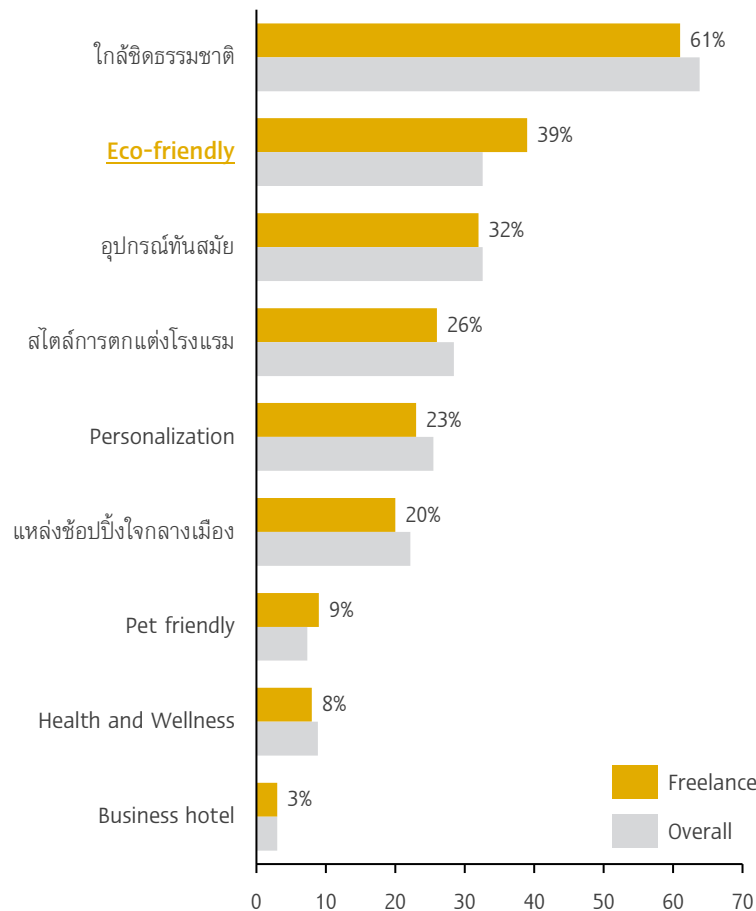
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มฟรีแลนซ์



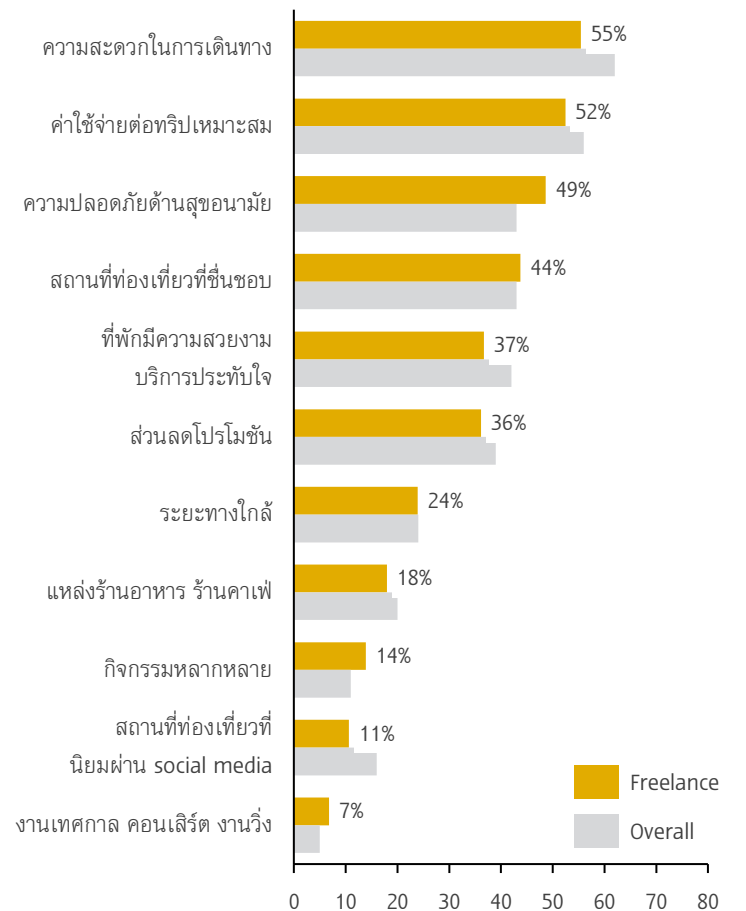
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มฟรีแลนซ์กับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มฟรีแลนซ์กับในกลุ่มทั่วไป





สายลุยเดี่ยวเที่ยวคนเดียว (Solo travel)
ลุยเดี่ยวไม่ต้องง้อใคร คนเดียวก็นเที่ยวได้

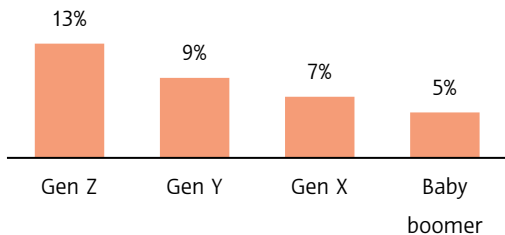
กลุ่มคนรุ่นใหม่อย่าง Gen Y, Gen Z และกลุ่มคนโสดมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้น โดยการพักผ่อนเป็นกิจกรรมหลักตามด้วยการทำบุญไหว้พระ และการไปสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสายนี้ยังสนใจกิจกรรมแอดเวนเจอร์ และ Workation ค่อนข้างสูง

คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

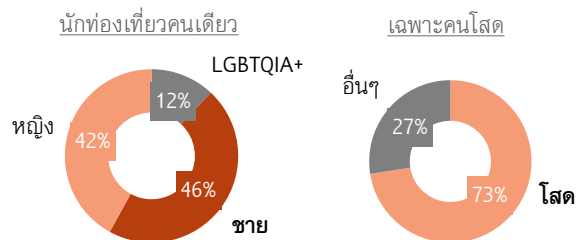
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนซ้าย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเดินทางคนเดียวกับในกลุ่มทั่วไป (แกนขวา)

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสายเที่ยวคนเดียว

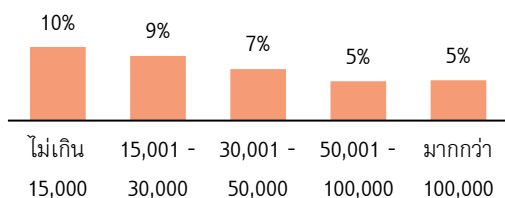
Gen Y และ Gen Z เป็นกลุ่มที่เดินทางไปท่องเที่ยวคนเดียวมากกว่ากลุ่มอื่น



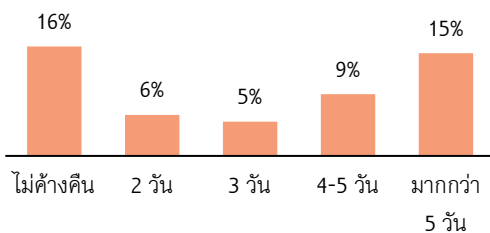
กลุ่มเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวเกือบครึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชายและกว่า 70% เป็นคนโสด



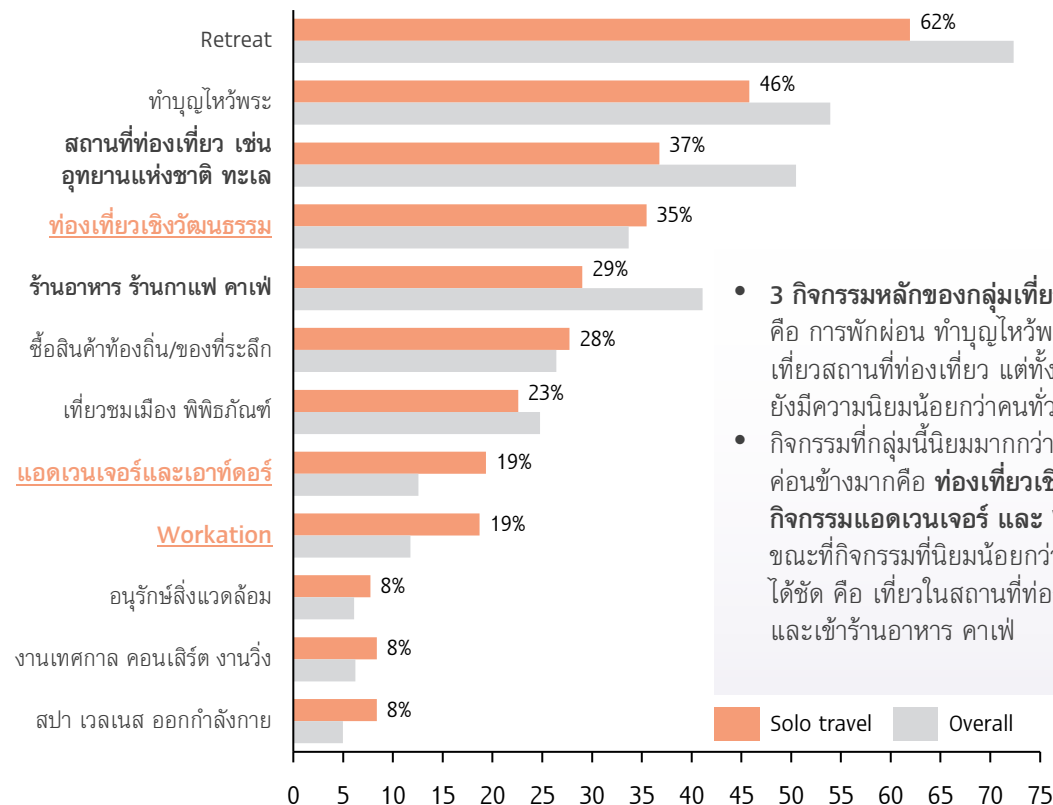
กลุ่มเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนมีรายได้ไม่น้อยกว่าทั่วไป



กลุ่มเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางไม่ค้างคืนกับเดินทางมากกว่า 5 วัน



ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการท่องเที่ยว

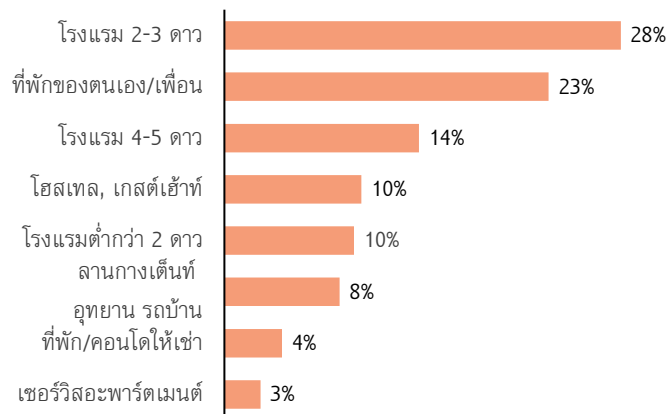


- 3 กิจกรรมหลักของกลุ่มเที่ยวคนเดียว คือ การพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และ เที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว แต่ทั้ง 3 กิจกรรมยังมีความนิยมน้อยกว่าคนทั่วไป
- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่าทั่วไปค่อนข้างมากคือ **ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** **กิจกรรมแอดเวนเจอร์** และ **Workation** ขณะที่กิจกรรมที่นิยมน้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัด คือ **เที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว** และ **เข้าร้านอาหาร คาเฟ่**

นักท่องเที่ยวสายนี้เลือกที่พักในกลุ่มโรงแรม 2-3 ดาวเป็นหลัก เน้นที่พักใกล้ธรรมชาติและ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และบริการที่ตอบโจทย์ Personalization โดยส่วนใหญ่จะเข้าพักโดยไม่ได้อจองล่วงหน้า อีกทั้ง ความสะดวก จบประมาณ และสุขอนามัยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่ท่องเที่ยว

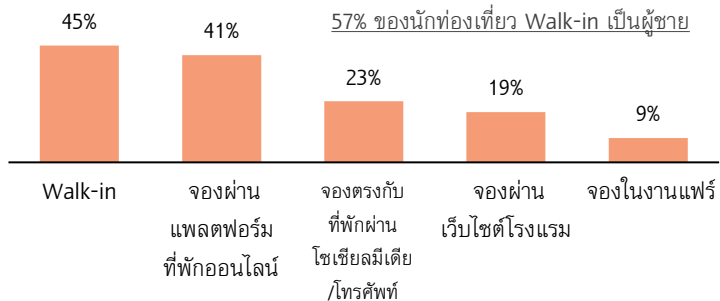
คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเดินทางคนเดียว



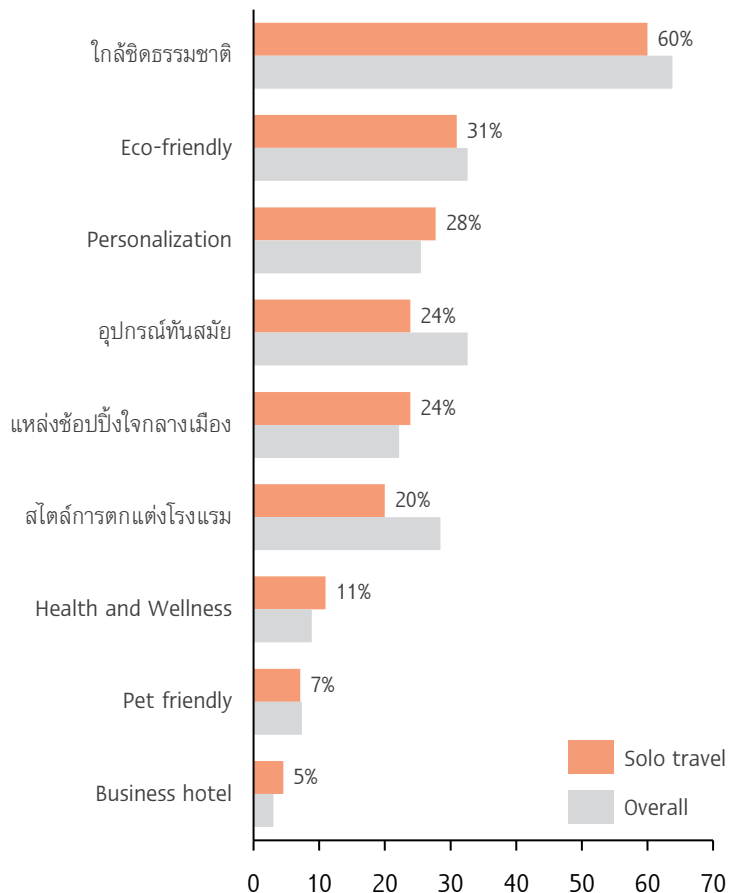
คำถาม : โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (เลือกไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเดินทางคนเดียว



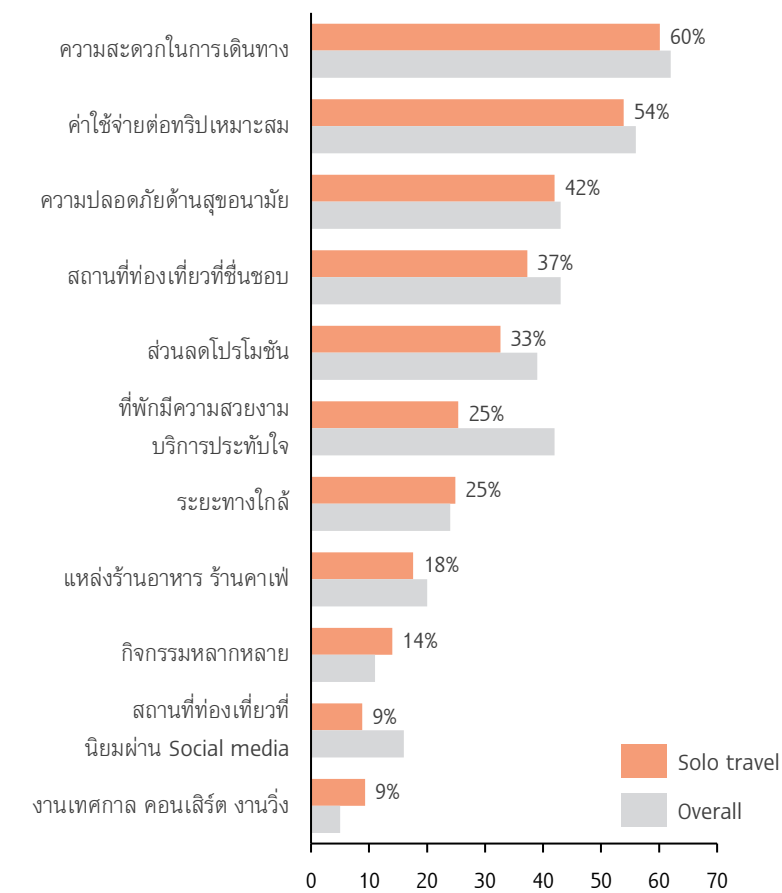
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเดินทางคนเดียวกับในกลุ่มทั่วไป



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเดินทางคนเดียวกับในกลุ่มทั่วไป





สายวันเดียวเที่ยวได้



X สายเวลาน้อยเที่ยวล้น



X สายเที่ยวยาวพำนักนาน

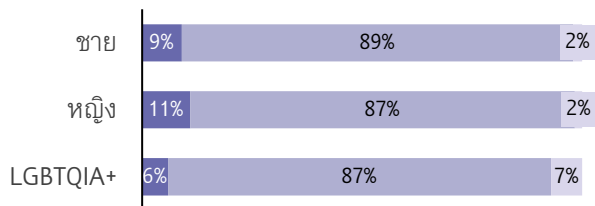
นักท่องเที่ยวต่างมีระยะเวลาเที่ยวที่แตกต่างกันทั้งสายเที่ยววันเดียว สายเที่ยวล้น และสายเที่ยวยาวขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น อายุ รายได้ อาชีพ และลักษณะการเดินทาง

คำถาม : คุณใช้เวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อทริปนานเท่าไร?

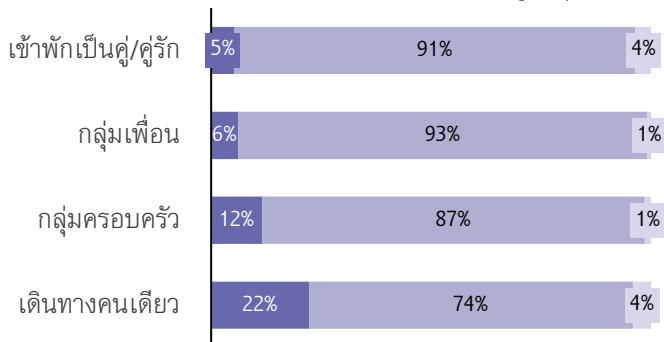
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม



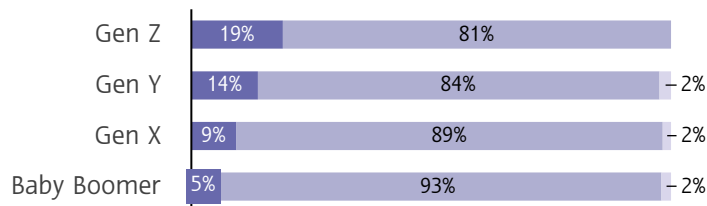
กลุ่ม LGBTQIA+
มีแนวโน้มเที่ยวระยะยาวสูงกว่า



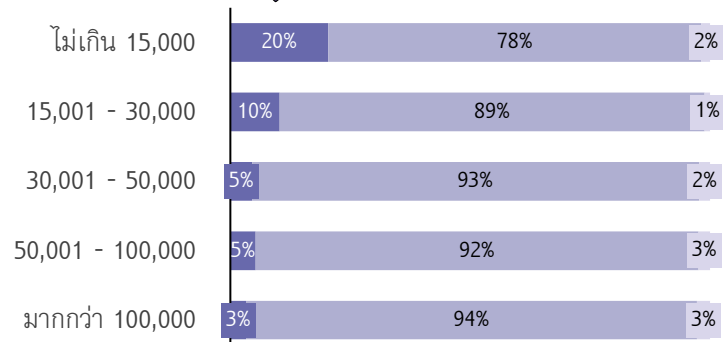
กลุ่มเดินทางคนเดียว
นิยมเที่ยวไม่ค้างคืนสูงที่สุด



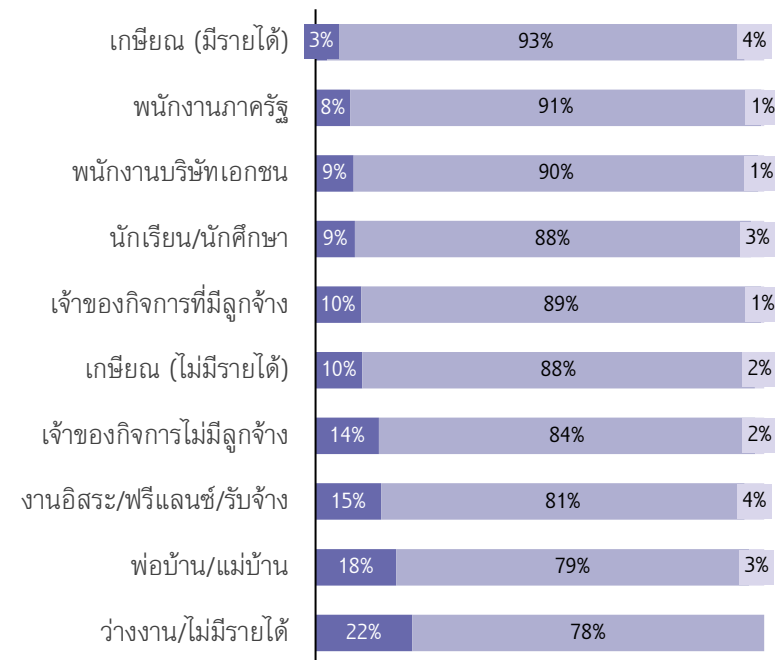
กลุ่ม Gen Z จะเป็นกลุ่มที่
เที่ยวไม่ค้างคืนสูงที่สุด



กลุ่มที่มีรายได้น้อยลงยังมี
แนวโน้มเที่ยวระยะสั้นมากขึ้น



กลุ่มเกษียณมีรายได้และกลุ่มฟรีแลนซ์ มีแนวโน้มเที่ยวระยะยาวสูงที่สุด
กลุ่มว่างงาน/ไม่มีรายได้ มีแนวโน้มเที่ยวแบบไม่ค้างคืนสูงที่สุด

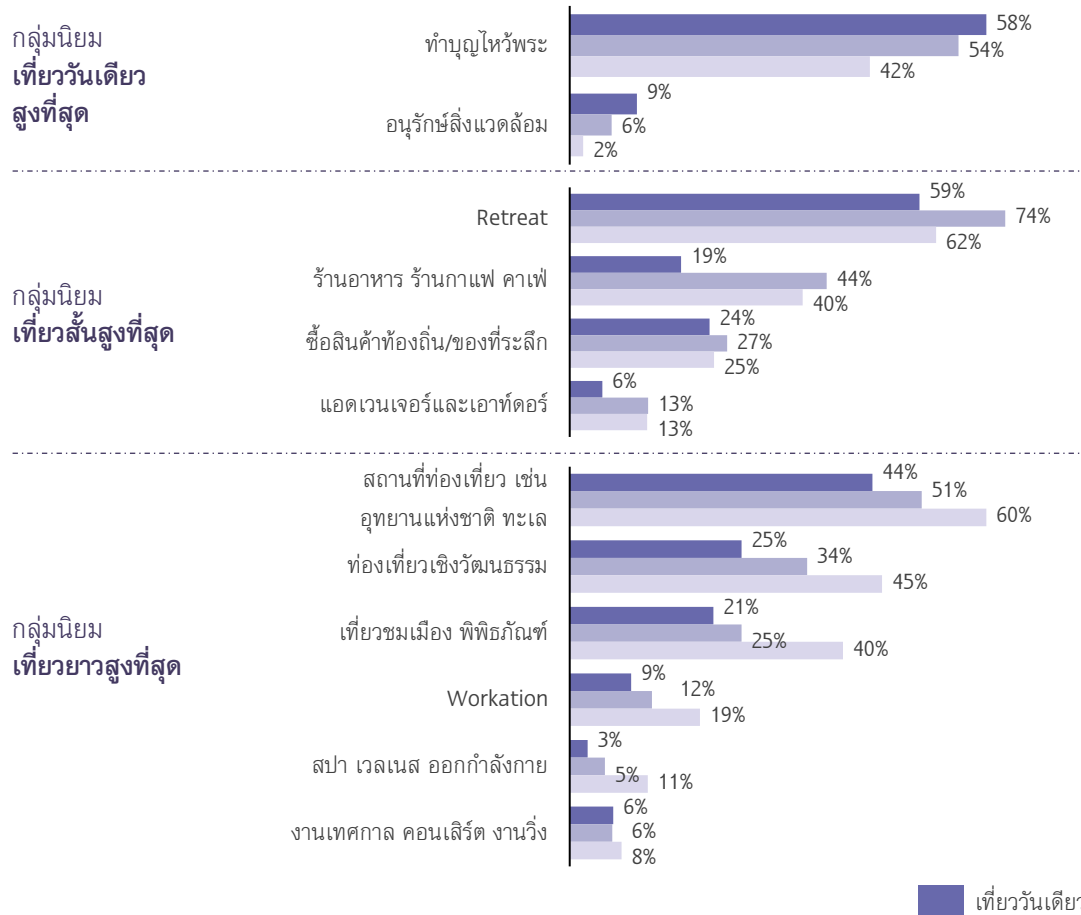


■ เที่ยววันเดียว ■ เที่ยวล้น (2-5 วัน) ■ เที่ยวยาว (มากกว่า 5 วัน)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสร้างความแตกต่างในการทำกิจกรรมและเลือกสถานที่ของนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มเที่ยววันเดียวจะนิยมทำกิจกรรมวันเดียวในระยะทางใกล้ ส่วนกลุ่มเที่ยวล้นเน้นพักผ่อน ไปร้านอาหารคาเฟ่ และกลุ่มเที่ยวยาวนิยมท่องเที่ยวหลายที่กับทำกิจกรรมหลากหลาย

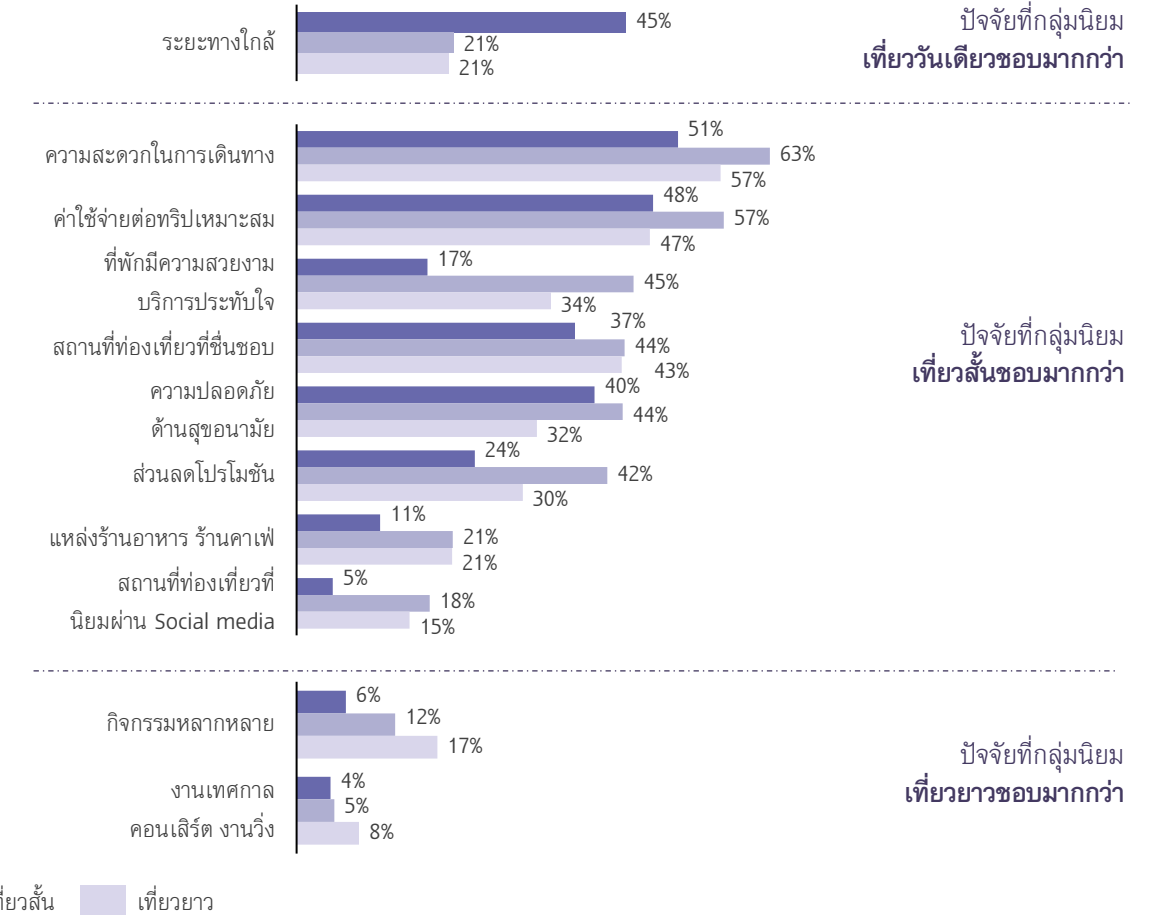
คำถาม : กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม



คำถาม : ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณ?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม



ปัจจัยที่กลุ่มนิยามเที่ยววันเดียวชอบมากกว่า

ปัจจัยที่กลุ่มนิยามเที่ยวล้นชอบมากกว่า

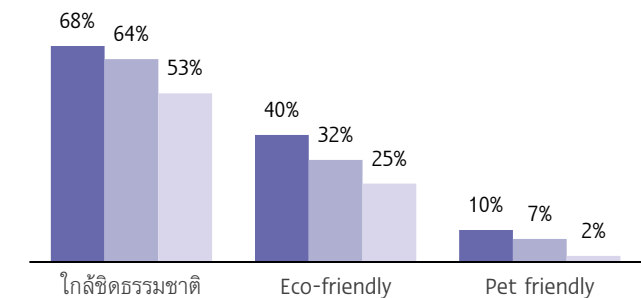
ปัจจัยที่กลุ่มนิยามเที่ยวยาวชอบมากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาเที่ยวต่างกันมีแนวโน้มเลือกที่พักต่างกันไปด้วย โดยกลุ่มนิยมเที่ยววันเดียวจะชอบที่พักใกล้ธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสัตว์เลี้ยงในราคาย่อมเยา ส่วนกลุ่มเที่ยวล้นจะเริ่มต้องการบริการมากขึ้นในที่พักราคาเหมาะสม และกลุ่มเที่ยวยาวจะต้องการความทันสมัยและโรงแรมกลางเมือง

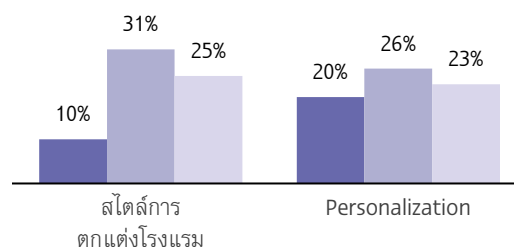
คำถาม : คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม

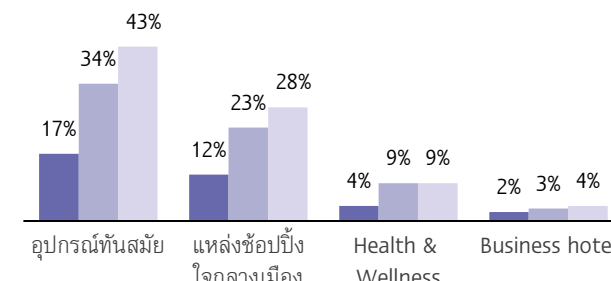
กลุ่มนิยม เที่ยววันเดียว สูงที่สุด*



กลุ่มนิยม เที่ยวล้น สูงที่สุด

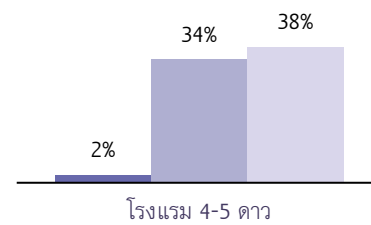
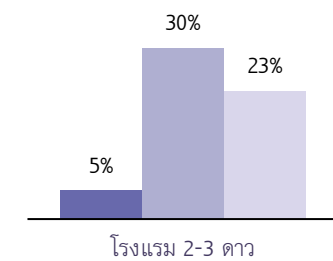
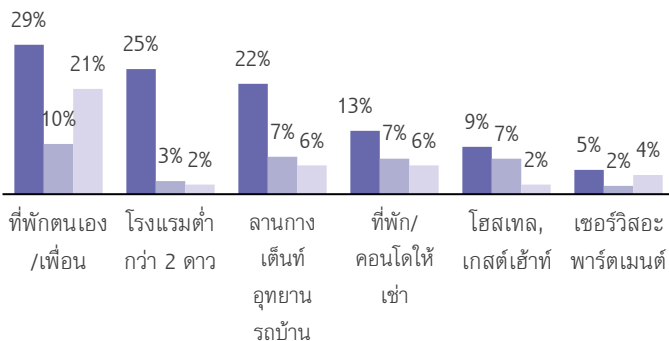


กลุ่มนิยม เที่ยวยาว สูงที่สุด



คำถาม : โดยส่วนใหญ่ คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม



■ เที่ยววันเดียว ■ เที่ยวล้น ■ เที่ยวยาว

หมายเหตุ : * ตัวอย่างการเลือกที่พักของกลุ่มนิยมเที่ยววันเดียว เช่น การเข้าพักโรงแรมแบบเช้า-เย็นกลับ หรือการเข้าพักในครั้งอื่นๆของกลุ่มที่นิยมเที่ยววันเดียว ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค (EIC Consumer survey) ระหว่างวันที่ 8-22 กรกฎาคม 2022 จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ 2,676 คน



Key points

จากข้อมูลนักท่องเที่ยวแต่ละสาย พบว่า นักท่องเที่ยว Gen Z ถือเป็นสายกิจกรรม ขณะที่ Gen Y เน้นเที่ยวแบบชิล เข้าคาเฟ่ ทำสปา และ Baby boomer เน้นทำบุญไหว้พระ เข้าถึงวิถีท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวสายกิจกรรมอย่างสายงานเทศกาล และสายแอดเวนเจอร์ส่วนใหญ่เดินทางคนเดียวหรือเดินทางเป็นคู่

Generations



Gen Z

- สายแอดเวนเจอร์
- สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต งานวิ่ง
- สายรักธรรมชาติ
- สายลุยเดี่ยว เที่ยวคนเดียว
- สายเที่ยววันเดียวไม่ค้างคืน

กิจกรรมหลากหลาย



Gen Y

- สายคาเฟ่
- สาย Workation
- สายสุขภาพและเวลเนส
- สายฟรีแลนซ์
- สายเที่ยวยาว

เที่ยวแบบชิล ๆ



Baby boomer

- สายบุญ สายมูเตลู
- สายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- สายเที่ยวสั้น

เข้าถึงวิถีคนท้องถิ่น

กลุ่มท่องเที่ยว

น้อยที่สุด -> มากที่สุด



กลุ่มครอบครัว



กลุ่มเพื่อน



กลุ่มเข้าพัก
เป็นคู่/คู่รัก



กลุ่มเดินทาง
คนเดียว

สายบุญ สายมูเตลู	Dark Purple	Light Purple	Lightest Purple	Lightest Purple
สายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	Lightest Purple	Dark Purple	Lightest Purple	Light Purple
สายเที่ยวสั้น	Lightest Purple	Dark Purple	Light Purple	Lightest Purple
สายคาเฟ่	Lightest Purple	Light Purple	Dark Purple	Lightest Purple
สายเที่ยวยาว	Lightest Purple	Lightest Purple	Dark Purple	Dark Purple
<u>สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต</u>	Lightest Purple	Light Purple	Dark Purple	Dark Purple
<u>สายแอดเวนเจอร์</u>	Lightest Purple	Light Purple	Lightest Purple	Dark Purple
<u>สายรักธรรมชาติ</u>	Dark Purple	Lightest Purple	Light Purple	Dark Purple
สายสุขภาพและเวลเนส	Lightest Purple	Lightest Purple	Light Purple	Dark Purple
สายฟรีแลนซ์	Light Purple	Lightest Purple	Lightest Purple	Dark Purple
สายเที่ยววันเดียว	Light Purple	Lightest Purple	Lightest Purple	Dark Purple



ในการเลือกที่พัก **โรงแรม 4-5 ดาวเป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวในหลายสาย** ขณะที่ ที่พักที่ระดับราคาถูกลงมาก็จะดึงดูดกลุ่มที่เน้นทำกิจกรรมนอกที่พักเป็นหลัก นอกจากนี้ ที่พักที่มีรูปแบบเฉพาะจะมีกลุ่มเป้าหมายของตนเองชัดเจน เช่น อุทยาน ลานกางเต็นท์จะเป็นที่นิยมในกลุ่มสายแอดเวนเจอร์ สายรักธรรมชาติ

ที่พักที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละสาย

น้อยที่สุด -> มากที่สุด



	สุขภาพและเวลเนส	คาเฟ่	เที่ยวสั้น	Workation	เที่ยวยาว	แอดเวนเจอร์	สายบุญสายมูเตลู	งานเทศกาล	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ฟรีแลนซ์	รักธรรมชาติ	ลุยเดี่ยว	เที่ยววันเดียว
โรงแรม 4-5 ดาว	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Purple	Dark Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple
โรงแรม 2-3 ดาว	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Dark Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple
ที่พักของตนเอง/ญาติ/เพื่อน	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple
อุทยาน ลานกางเต็นท์ รถบ้าน	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple
โรงแรมต่ำกว่า 2 ดาว	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple
โฮสเทล, เกสต์เฮ้าส์	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple
ที่พักตากอากาศ/คอนโดให้เช่า	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple	Light Purple



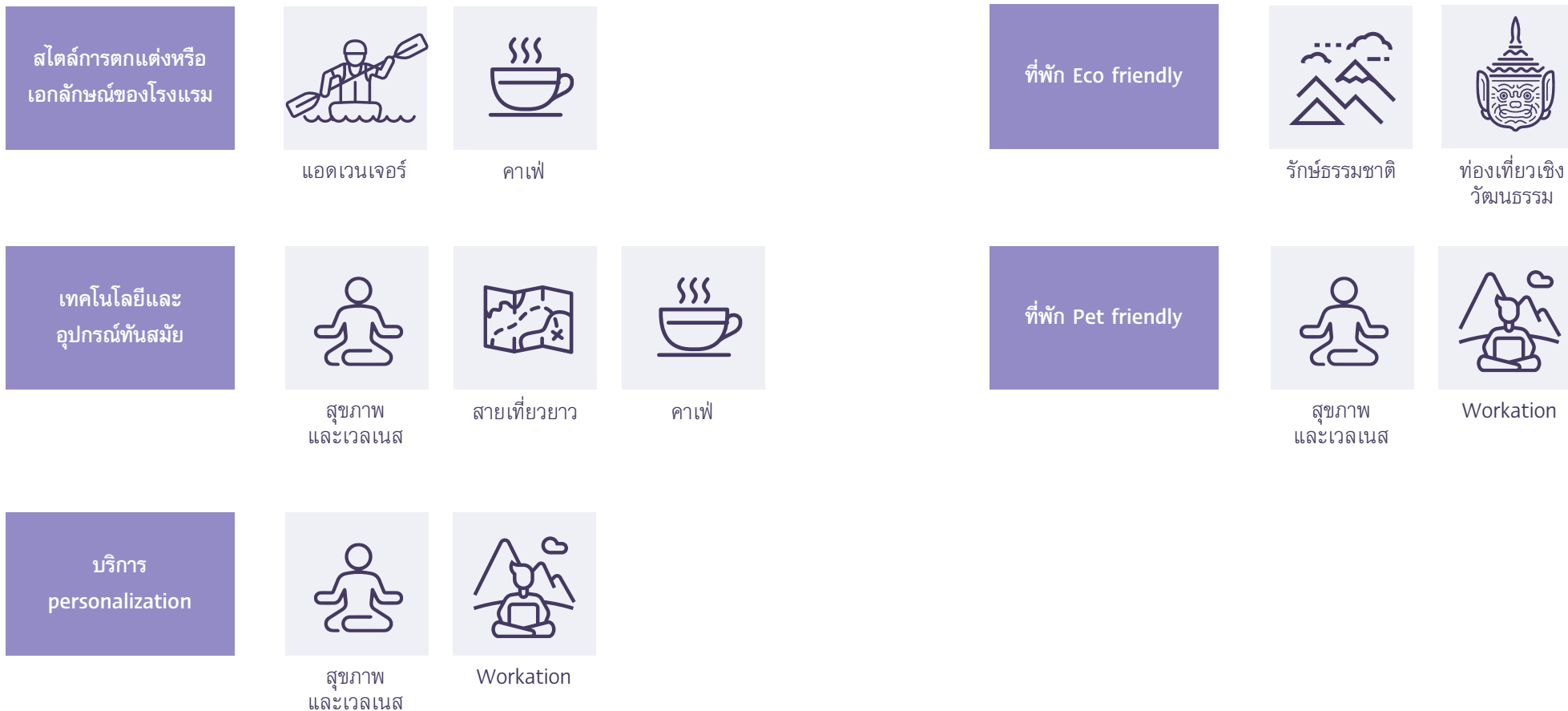
สำหรับภาคธุรกิจ นักท่องเที่ยวในสายกาแฟ สายแอดเวนเจอร์ สายสุขภาพและเวลเนส และสาย Workation เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมและจะเป็นเป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ในหลากหลายมิติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเป็นเป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านต่างๆ



สำหรับธุรกิจโรงแรม นักท่องเที่ยวแต่ละสายมีความต้องการบริการและสนใจที่พิกในลักษณะที่ต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งการนำเสนอ บริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ตรงจุดจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ลักษณะที่พิกแบบใดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวสายเหล่านี้





Main takeaways

Main takeaways

จากผลการสำรวจ
ผู้บริโภคของ EIC
พบข้อสรุปที่มีนัย
เชิงธุรกิจด้วยกัน
4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1

การเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละสายและจุดเด่นของธุรกิจตนเอง จะช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและโฟกัสได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละสายมีความแตกต่างกัน และให้ความสำคัญในแต่ละด้านไม่เท่ากัน ทำให้ภาคธุรกิจควรเร่งสร้างความเข้าใจต่อไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ตอบโจทย์และเหมาะสมกับธุรกิจตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะออนไลน์กับเสนอบริการที่ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้

2

การขยายบริการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรจะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งสร้างโอกาสให้กับภาคธุรกิจ เนื่องจากเทรนด์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เน้นใช้จ่ายเพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z ซึ่งจะเข้ามามีบทบาทในภาคการท่องเที่ยวในอนาคตส่วนใหญ่สนใจทำกิจกรรมที่หลากหลายระหว่างการท่องเที่ยว เช่น สายแอดเวนเจอร์ สายงานเทศกาล คอนเสิร์ต ดังนั้น การให้บริการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรทั้งที่พักและกิจกรรมภายใต้บริการที่ได้มาตรฐานและราคาเหมาะสมผ่านการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มคุณค่าการให้บริการและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

3

นักท่องเที่ยวสายคาเฟ่ สายสุขภาพและเวลเนส สายแอดเวนเจอร์ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเป็โอกาสแก่ภาคการท่องเที่ยวของไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เทียนาน ซึ่งจะมิงงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสูงตาม อีกทั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังได้รับผลกระทบจากเงินเฟ้อที่ไม่สูงนัก ซึ่งการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย การจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวที่มีบริการครอบคลุม ที่พักที่มีการตกแต่งที่ทันสมัยเป็นเอกลักษณ์ และการบริการระดับพรีเมียมจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้

4

เทรนด์การท่องเที่ยวยุคใหม่มีความหลากหลายมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องจับเทรนด์ใหม่ให้ทันและปรับตัวให้เร็ว สถานการณ์โควิดที่ผ่านมาและเมกะเทรนด์ที่เกิดขึ้น เช่น เทคโนโลยีดิสรักชัน กระแสต้านสิ่งแวดล้อม ได้ส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป และสร้างเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งถือเป็นความท้าทายที่ภาคธุรกิจต้องเผชิญ โดยธุรกิจที่สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วย่อมมีความได้เปรียบจากการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ได้ เช่น นักท่องเที่ยวสาย Workation ที่ต้องการที่พักที่มีอุปกรณ์ทันสมัย และบริการ Personalization มากกว่ากลุ่มอื่น อีกทั้ง ยังนิยมไปร้านอาหาร และเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวระหว่าง Workation ด้วย



คณะผู้จัดทำ



ดร.สมประวิณ มั่นประเสริฐ

รองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงาน Economic Intelligence Center (EIC)
และรองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงานกลยุทธ์องค์กร

✉ somprawin.manprasert@scb.co.th



ปราณิดา ศยามานนท์

ผู้อำนวยการฝ่าย Industry Analysis

✉ pranida.syamananda@scb.co.th



ดร.กมลมาลย์ แจ็งล้อม

นักวิเคราะห์อาวุโส

✉ kamomarn.jaenglom@scb.co.th



บุญญภพ ตันติปิฎก

นักวิเคราะห์

✉ punyapob.tantipidok@scb.co.th

SCBEIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



- WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

- LINE OFFICIAL ACCOUNT

Find us at : [@scbeic](https://www.facebook.com/scbeic)

- CONTACT US

E-mail: eic@scb.co.th

INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

SCB  | EIC