

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
MOTIVATION OF THAI GENERATION Y TOURISTS TOWARDS TRAVELLING TO
CHIANG RAI PROVINCE.

กุลธิดา คำวงศ์ษา* และวรรณัย สายประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยใช้กรอบแนวคิด ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงและแรงจูงใจการท่องเที่ยว ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ก่อนการเก็บแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 300 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบที

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 24 - 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 15,000 - 30,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์มาจังหวัดเชียงรายเพื่อการท่องเที่ยว มีการเดินทางร่วมกับเพื่อน เคยมาจังหวัดเชียงรายมากกว่า 3 ครั้ง เดินทางมาจังหวัดเชียงรายโดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พักอาศัยที่โรงแรม ตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตนเอง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งหมด นิยมเดินทางท่องเที่ยวตามที่ตนเองสะดวก

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย (ปัจจัยผลัก) และปัจจัยด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว (ปัจจัยดึง) มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ปัจจัย โดยด้านปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย (ปัจจัยผลัก) ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ และประสบการณ์ใหม่ ๆ ต้องการท่องเที่ยวและใช้เวลาร่วมกับเพื่อน หรือครอบครัว ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือเพื่อน และต้องการหาความสุขและการผจญภัย ส่วนด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว (ปัจจัยดึง) ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ความสวยงามของธรรมชาติ มีอากาศที่เย็นสบาย สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ มีแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง และเป็นที่ยูู้จัก

ABSTRACT

This study aims to examine the motivation of Thai Generation Y tourists towards travelling to Chiang Rai Province, through the conceptual frameworks on the push and pull theories model of tourism motivation. Data was collected by using questionnaires from a convenient sample of 300 Thai tourists who had traveled to Chiang Rai Province within a period of up to 1 year prior to the survey. The research is

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

analyzed with descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and inferential statistics, associated with Independent-sample t-test.

The findings of the research showed that the majority of respondents were female, aged between 24-28 years old, single, with a bachelor's degree, working at private companies, earning a monthly income ranging from 15,000 to 30,000 Baht. They are from the northern region and have an intention to visit Chiang Rai for tourism purposes. They traveled with friends and had visited Chiang Rai more than three times before. They traveled to Chiang Rai by private car and used the car for transportation within the province. They stayed at a hotel and made their own decisions about the tourist activities. They spent two days for the trip and the expenses ranged from 2,001 to 4,000 Baht. They preferred to travel conveniently according to their own preferences.

According to the study, both push and pull factors were found to be highly important to the respondents in their decision to travel to Chiang Rai province. Regarding the push factors, which are the reasons that motivate people to travel to Chiang Rai province (Push factors) the top five factors with the highest average importance are seeking recreation, desire to encounter new and unique things, spending time with friends or family, building relationships with friends or family and seeking fun and adventure. As for the pull factors, which are the attractive characteristics of Chiang Rai province that enticed the respondents to visit, the top five factors with the highest average importance are the natural beauty of the area, the pleasant and cool weather, unique tourist attractions, access to tourism information from the internet and the reputation and recognition of the tourist destinations.

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ รัฐบาลจึงสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยมีนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ ตามนโยบายลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงร่วมมือกับทุกกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยมาตรการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่เมืองรองมากขึ้น เช่น มาตรการภาษีและจذبกรมสัมมนาในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามที่ใช้จ่ายจริง สูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท (พรณิ ตั้งใจสถาปัตยกรรม, 2561)

จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ทั้งการลดหย่อนภาษีแก่นักท่องเที่ยว การยกเว้นภาษีกรณีจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดเมืองรอง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองรองต่าง ๆ ของรัฐบาล ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวไปในทุกจังหวัด ซึ่งจังหวัดเชียงรายเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายจังหวัดเมืองรองในภาคเหนือของนักท่องเที่ยว ด้วยความงดงามของธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ความมีอัตลักษณ์ตามวิถีล้านนา รวมทั้งการเป็นแหล่งกำเนิดงานศิลปหัตถกรรมสาขาที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสามารถเดินทางไปจังหวัดเชียงรายได้ทุกฤดูกาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย, 2561)

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่สร้างรายได้สูงสุดในกลุ่มเมืองรองของประเทศไทย จากผลการสำรวจจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง

77 จังหวัด ในช่วงเดือนมกราคม - สิงหาคม พ.ศ. 2562 อยู่ที่ 1.82 ล้านล้านบาท มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 4.15% ซึ่งจังหวัดเชียงรายสร้างรายได้ให้กับประเทศถึง 17,300 ล้านบาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 2,327,225 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดเชียงราย ได้ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม มีเป้าหมายให้จังหวัดเชียงรายเป็นต้นแบบเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยทำงาน อย่างเช่นกลุ่มคนที่อยู่ในเจนเนอเรชันวาย โดยเน้นนำเสนอรูปแบบสินค้าและบริการ รวมทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เน้นความมีอัตลักษณ์ตัวตนของผู้คน เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่คนในพื้นที่ สร้างโอกาสให้คนเชียงรายได้มีส่วนร่วมในการรักษาและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ได้พัฒนาคุณภาพชีวิตตนเอง และกระตุ้นจิตสำนึกให้ชุมชนพื้นถิ่นช่วยกันรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปลูกจิตสำนึกท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนในเวลาเดียวกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย, 2561)

กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนประชากรกว่า 18 ล้านคนทั่วประเทศ ที่มีศักยภาพการเดินทางท่องเที่ยวได้ถึง 7.7 ล้านคน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงมองว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นฐานนักท่องเที่ยวสำคัญ จึงให้ความสนใจขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดเจนเนอเรชันวายมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่สามารถสร้างกระแสการเดินทางตามรอยได้ง่ายกว่าตลาดของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่น ๆ และจากสถิติรายงาน ว่า กลุ่มนี้มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวได้ถึง 3 ครั้ง/ปี เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/ปี และเป็นกลุ่มที่สามารถปลูกจิตสำนึกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้ในระยะยาว (Smart SME, 2559)

จากความสำคัญดังกล่าว เป็นเหตุให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวาย ที่มีเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากการศึกษาดังกล่าวจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เทศบาลนครเชียงราย กรมทางหลวงจังหวัดเชียงราย ฯลฯ ในการพิจารณาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวได้ตรงเป้าวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

1) แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึง (Pull Factors) ซึ่งสองปัจจัยนี้เป็นแรงจูงใจหลักที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลขึ้น นอกจากนี้ยังอาจมีปัจจัยรองลงมาด้วย เช่น มูลเหตุจูงใจและประสบการณ์ (Pearce, Morrison, & Rutledge, 1998, อ้างถึงใน เมลดา ธนินนท์, 2660, น. 18)

1) ปัจจัยผลัก (Push Factors) คือ ความอยากจากภายในตัวบุคคล เป็นชนวนที่ทำให้เกิดความอยากที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- 1.1) ทางกายภาพ เช่น ร่างกายต้องการการพักผ่อน
- 1.2) การหลีกเลี่ยง เปลี่ยนบรรยากาศ คือการออกจากชีวิตที่จำเจ

1.3) ได้เจอสิ่งใหม่ ๆ เช่น พบเจอสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ที่ไม่เคยพบเจอ ได้ไปเยือนสถานที่ที่แตกต่างจากที่เคยพบเห็นมาก่อน

1.4) ความภูมิใจที่ได้ไปยังสถานที่ใหม่ ๆ

1.5) ความอยากไปเรียนรู้ ไปศึกษาวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่แตกต่าง

1.6) ได้ไปพบปะผู้คน ไปเข้าสังคม และรู้จักคนเพิ่มขึ้น

2) ปัจจัยดึง (Put Factors) คือ สิ่งดึงดูดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ ประกอบไปด้วยปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ช่วยในการตัดสินใจ หรือดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลงานสำคัญ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ค่าเดินทาง หรือราคาที่พิก เป็นต้น

3) มูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว คือ มูลเหตุที่มาจากทั้งแรงผลัก และแรงดึงดูด การหลีกเลี่ยงความจำเจ การไปสัมผัสภูมิอากาศที่แตกต่าง การแสวงหาความสดชื่นเพศ การจับจ่ายใช้สอย การผจญภัย ความสนุกสนาน ความอยากไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ ความสะดวกของการจองที่พักหรือการเดินทาง การจองผ่านบริษัทนำเที่ยว การไปร่วมกิจกรรมกีฬาหรือกิจกรรมทางดนตรี การไปศึกษา การประชุมสัมมนา เป็นต้น

4) ประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านบวก คือ ความพอใจ ความประทับใจ และด้านลบ คือ ส่วนที่ได้ประสบแล้วไม่พอใจ ต่างจากที่คาดไว้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) ได้อธิบายว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงภายในที่สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมส่วนบุคคลให้กระทำบางอย่าง เพื่อเติมเต็มความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้น สามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง ดังนี้

1. ปัจจัยผลัก (Push Factors หรือ Unmet Needs) คือปัจจัยที่เป็นความต้องการที่ผลักดันให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 ความต้องการตอบสนองการพักผ่อนของร่างกาย

1.2 ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือความเครียด

1.3 ความต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ในสถานที่ใหม่ ๆ

1.4 ความภาคภูมิใจในการได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ

1.5 ความต้องการศึกษาวัฒนธรรมชนชาติและการดำรงชีวิตที่แตกต่าง

1.6 ความต้องการทำใจจากเรื่องราว ๆ ที่ประสบ

1.7 ความต้องการหาโอกาสเข้าสังคมใหม่ หรือสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่

2. ปัจจัยดึง (Pull Factors) คือปัจจัยที่ดึงดูดให้ทำการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่นั้น ๆ เพื่อการตอบสนองความต้องการของแรงผลัก ได้แก่

2.1 ความเงียบสงบของสถานที่

2.2 ความมีชื่อเสียงของสถานที่

2.3 ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเงินเนอเรนเวย์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 300 ราย ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา เป็น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น วัตถุประสงค์ ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมา ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สถานที่พัก ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยหลัก และด้านปัจจัยดิ่ง โดยคำถามเป็นการวัดระดับความสำคัญในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่ง 5 หมายถึงสำคัญมากที่สุด และ 1 หมายถึงสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 24 – 28 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000 – 30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาจังหวัดเชียงรายเพื่อท่องเที่ยว ร่วมเดินทางมาจังหวัดเชียงรายกับเพื่อน เคยมาจังหวัดเชียงรายมากกว่า 3 ครั้ง ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นเวลา 2 วัน เดินทางมาจังหวัดเชียงรายโดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางในจังหวัดเชียงราย พักอาศัยที่โรงแรมตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งหมด และนิยมเดินทางท่องเที่ยวตามที่ตนเองสะดวก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย(ปัจจัยหลัก) และปัจจัยด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว(ปัจจัยดิ่ง) มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากถึง 2 ปัจจัย เมื่อพิจารณาแรงจูงใจย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสูงที่สุดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย คือ เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจนเนอเรชันวายของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาจังหวัดเชียงราย ได้แก่ มาครั้งแรก และเคยมามากกว่า 1 ครั้ง โดยด้านปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่าแรงจูงใจย่อยแตกต่างกันในด้าน ต้องการศึกษาวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ส่วนด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว พบว่าแรงจูงใจย่อยแตกต่างกันในด้าน สถาปัตยกรรมล้านนา สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ และสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

เมื่อจำแนกตามการตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ ตัดสินใจด้วยตนเอง และตัดสินใจโดยคำแนะนำของผู้อื่น โดยด้านปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่าแรงจูงใจย่อยแตกต่างกันในด้าน มีโอกาสพบปะผู้คนใหม่ ๆ หรือสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ เพื่อคุยงาน ทำงาน หรือติดต่อธุรกิจ ต้องการศึกษาวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ต้องการท่องเที่ยว และใช้เวลาร่วมกับเพื่อน หรือครอบครัว และต้องการสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือเพื่อน

ส่วนด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว พบว่าแรงจูงใจย่อยแตกต่างกันในด้าน ความมีไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

1) ด้านปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย หลายคนชื่นชอบการดื่มกาแฟ ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีชื่อเสียงด้านกาแฟ จึงเป็นอีกปัจจัยในการท่องเที่ยว และกระตุ้นการท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวนิยมไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีวัดที่มีชื่อเสียง เช่น วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น เป็นต้น

2) ด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีอากาศที่เย็นสบาย มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตกขุนกรณ์ และสถานที่ท่องเที่ยวบนเขาที่ได้รับความนิยม เช่น ดอยช้าง ดอยแม่สลอง ฯลฯ แต่สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมแต่ละที่อาจจะอยู่ห่างกัน ควรมีรถยนต์ส่วนตัว และรู้เส้นทาง เพราะจะทำให้การเดินทางสะดวกที่สุด ทั้งนี้ การเดินทางไปยังจังหวัดเชียงรายค่อนข้างลำบาก เนื่องจากมีการก่อสร้างทางในบางจุด ควรมีการจัดระเบียบการจราจรในช่วงเทศกาลให้ดีกว่านี้ มีการพัฒนาในด้านระบบคมนาคมที่มากขึ้น ควรมีรถประจำทาง เพื่อจะได้ไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น เช่น รถเมลล์ รถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง รถไฟฟ้า ฯลฯ และควรมีรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว และแนะนำเส้นทางลัดไปสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ด้านปัจจัยที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ต้องการมาสัมผัสธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติพุเตย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน

ด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสวยงามทางธรรมชาติ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสวยงามของสถานที่ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร มีความเป็นกันเอง

ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเมลดา ธนิตนนท์ (2560) และผลการศึกษาของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) เนื่องจากวรรณกรรมทั้ง 2 เรื่องนั้น เป็นการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการพักค้างคืน แต่ผลของการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) ที่ได้ศึกษาการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวแบบค้างคืน จึงสอดคล้องกับผลการศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของผู้ศึกษาในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ในสถานที่ใหม่ ๆ ต้องการใช้เวลากับผู้ต้องการท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่คนรัก เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือญาติพี่น้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาี้ โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบสนุกสนานและการผจญภัย ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

- ผู้ประกอบการที่พักแรมมีการสร้างและนำเสนอจุดเด่นของที่พัก ได้แก่ การจัดเตรียมที่พัก หรือบรรยากาศของที่พัก ในเชิงลักษณะการผจญภัยที่มีความสนุกสนาน โกลีซีธรรมชาติ พร้อมให้ผู้เข้ามาพักได้ทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน หรือครอบครัว เช่น ห้องพักที่มีบริเวณโกลีซีธรรมชาติ สามารถชมวิวความสวยงามของป่าเขา แม่น้ำ พระอาทิตย์ตก เป็นต้น มีที่พักแนวผจญภัยที่สามารถกางเต็นท์ตั้งแคมป์ พักแรมท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม ฯลฯ

- ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสนันทนาการ เพื่อเตรียมความพร้อมของสถานที่และรองรับการมาใช้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยกิจกรรมที่กำลังได้รับความนิยม ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบกิจกรรมกลางแจ้ง การเดินป่า การล่องแพ ฯลฯ

2. จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายมักเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายร่วมกับผู้อื่น โดยปัจจัยย่อยสำหรับด้านปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย คือ ต้องการท่องเที่ยว และใช้เวลาร่วมกับเพื่อน หรือครอบครัว ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

- ผู้ประกอบการที่พักแรม ได้แก่ การจัดเตรียมที่พัก หรือบ้านพัก สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นหมู่คณะ หรือเข้ามาพักแบบครอบครัวใหญ่ เช่น ห้องพักที่มีบริการเตียงเสริม บ้านพักที่มีหลายห้องนอน มีรถเข็นให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่เดินไม่สะดวก เป็นต้น

- ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการตกแต่งร้านอาหารให้มีบรรยากาศผ่อนคลาย และจัดเตรียมโต๊ะและที่นั่งเพื่อรับรองผู้มาใช้บริการร้านอาหารแบบเป็นกลุ่มจำนวนมาก

3. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะของจังหวัดเชียงรายที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว คือ จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นในเรื่องความสวยงามทางธรรมชาติ มีอากาศที่เย็นสบาย สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ ความมีไมตรีจิตของคนในท้องถิ่น จึงมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และผู้ประกอบการ ดังนี้

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางธรรมชาติต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสบรรยากาศ และเยี่ยมชมความสวยงามของธรรมชาติ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว ดอยผาตั้ง ดอยแม่สลอง ดอยช้าง ดอยผาฮี้ สวนแม่ฟ้าหลวง ฯลฯ

- สำนักจัดการและฟื้นฟูป่าอนุรักษ์ กรมป่าไม้ กรมอุทยานแห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการรณรงค์ให้มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การปลูกป่า และการเพิ่มพื้นที่ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ โดยมีการจัดกิจกรรมภายในชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์โดยจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้วย เป็นต้น

4. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักหาข้อมูลการท่องเที่ยวเองก่อนจากสื่อออนไลน์ ดังนั้น การมีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้ศึกษา มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และผู้ประกอบการ ดังนี้

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลการท่องเที่ยว และติดตามสถานที่เที่ยวโดยการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

- ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร โปรโมทที่ตั้งของตนเอง การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และแจ้งโปรโมชั่น และควรจะมีผลผสมผสานกับเรื่องราวอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายของจังหวัดเชียงรายโดยส่วนใหญ่มักจะกลับมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายซ้ำ ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์และอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวแล้วกลับมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายซ้ำอีกครั้ง และเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และเกิดการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวมาจังหวัดเชียงรายมากยิ่งขึ้น

6. จากผลการศึกษาในข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องของการคมนาคมในจังหวัดเชียงราย เช่น การเดินทางไปยังจังหวัดเชียงรายค่อนข้างลำบาก เพราะมีการก่อสร้างทางในบางจุด ควรมีรถยนต์ส่วนตัว และรู้เส้นทาง เพราะจะทำให้การเดินทางสะดวกที่สุด ต้องการให้มีการจัดระเบียบการจราจรในช่วงเทศกาลให้ดีขึ้น ควรมีการพัฒนาในด้านระบบคมนาคมที่มากขึ้น ต้องการให้มีรถประจำทาง เพื่อจะได้ไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น เช่น รถเมล์ รถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง รถไฟฟ้า ฯลฯ และมีแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น วิวสถานที่ท่องเที่ยว และแนะนำเส้นทางลัดไปสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังกล่าวของผู้ตอบแบบสอบถาม จึงมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ หน่วยงาน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ดังนี้

- กรมทางหลวงชนบท ควรเร่งสร้างถนนที่เป็นเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยว และสร้างถนนให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากที่สุด

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงทางลัดไปยังสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สำคัญต่าง ๆ ให้ง่ายขึ้น เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายได้สะดวกยิ่งขึ้น

- กองบังคับการตำรวจจราจร ช่วยจัดการจราจรของจังหวัดเชียงราย และรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ให้เข้มงวดมากขึ้น

- องค์การขนส่งมวลชน กระทรวงคมนาคม เข้ามารับผิดชอบในการจัดบริการรถขนส่งสาธารณะให้มีเส้นทางเดินรถที่หลากหลาย และครอบคลุมพื้นที่ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ให้มีความรวดเร็ว และมีความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงรายแก่นักท่องเที่ยว และผู้โดยสารทั่วไป

7. สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของจังหวัดเชียงรายในแต่ละที่มักจะมีอยู่ห่างกัน ซึ่งพาหนะที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเดินทางคือรถยนต์ นอกจากนี้ จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาจังหวัดเชียงรายโดยรถยนต์มากที่สุด รองลงมาคือเดินทางโดยเครื่องบิน และเดินทางต่อโดยรถสาธารณะหรือการเช่ารถยนต์ต่อเพื่อท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ หน่วยงาน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ดังนี้

- ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า จึงมีส่วนกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ให้การเคลื่อนไหวและเติบโตขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ควรกำหนดเรทราคาเช่าให้มีความเหมาะสม และมีความเป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

นอกจากนี้ จากผลการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายนิยมเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น การร่วมมือกับโรงแรมพันธมิตร เช่น การจัดแพ็คเกจโปรแกรมชั้นสุดคุ้ม สำหรับการจองรถเช่าพร้อมที่พัก มอบส่วนลดพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับสองธุรกิจ ทั้งธุรกิจรถเช่า และธุรกิจโรงแรมอีกด้วย

บรรณานุกรม

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *เมืองรองฮิต ติดเทรนด์เที่ยวปี 2020 ดันรายได้กระจายทั่วประเทศ*.

สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/news/5294/>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย. (2561). *เที่ยวเชียงราย แต่ 'แต่' เมืองต้นแบบอย่างยั่งยืน*.

สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/main/detail/9051>

เจนจิรา บรรจงนึก. (2555). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน*

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยาน*

แห่งชาติภูเตย จังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2558). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

พรรณี ตั้งใจสถาปัตย์. (2561). *นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง*. สืบค้นจาก

<https://shorturl.asia/pOmea>

เมลดดา ธนิตนนท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*

(การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Smart SME. (2559). *วัยเก๋หาย!! เปิดสถิติ"ขาใจ"ชอบท่องเที่ยวมากที่สุด by Smart SME*. สืบค้นจาก

<https://www.smartsme.co.th/content/10583>