

ปัจจัยในการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง

Factors for Choosing the Type of Transportation Among Tourists in Chiangmai
Using Transportation Network Applications

ศุภาณี ไชยลังกา¹ และ อนุภาค เสาร์เสาวภาคย์²

Supanee Chailangga¹ and Anuphak Saosaovaphak²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทำการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเลือกรูปแบบการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง และเพื่อศึกษาแนวโน้มรูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดเชียงใหม่โดยศึกษาจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Uber ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้บริการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชันทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง ตามสถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลอง Binary Logistic Regression

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสามารถในการใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน และการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเอง ขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง คือ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาล การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะภายนอกและภายในของยานพาหนะ ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น และความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดเชียงใหม่จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มในการใช้รูปแบบการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น การศึกษาในครั้งนี้ยังได้มีข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน โดยภาคเอกชนควรเตรียมตัวรับมือกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ด้านปัญหาการปฏิเสธผู้โดยสารควรมีการกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจน สำหรับภาครัฐ สิ่งที่ภาครัฐต้องเข้ามากำกับดูแล คือ การ

สอบใบอนุญาตขับขี่สาธารณะเพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร รัฐบาลควรเปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เข้ามาให้บริการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชัน และควบคุมราคาให้เป็นมาตรฐาน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว รูปแบบการขนส่ง แอปพลิเคชัน เครือข่ายการขนส่ง อุเบอร์ แกร็บ แท็กซี่

ABSTRACT

This research is to study the factors for choosing the type of transportation among tourists in Chiangmai using transportation network applications. The main purposes are 1) to study the factors which affect the demand for choosing the type of transportation via application 2) to analyze the order of magnitude factors affecting for choosing the type of transportation, and 3) to predict the trend of transportation in Chiangmai. The data used in this study is the primary data obtained from samples of passenger who travel by using transport application, the amounting of the sample is 400. The economics model for this study is binary logistic regression analysis.

The most importance factors are using mobile application for travelling and enable to specify the location. In addition, the factors which affect the demand for choosing the type of transportation via application are age, nationality, education duration, exchange rate, traffic jam, passenger refusal, promotion, exterior and interior of the vehicles, reservation via application, and ability to specify the location. Furthermore, the trend of transportation via application will be increased .This study also provides recommendations for the private sector and government. The private should concern and follow new technology information. Moreover, it should impose the standard for prohibition passenger refusal. For government sector, it should legislate for forcing drivers to have public driver's license and control fares to be optimal level for local transport company.

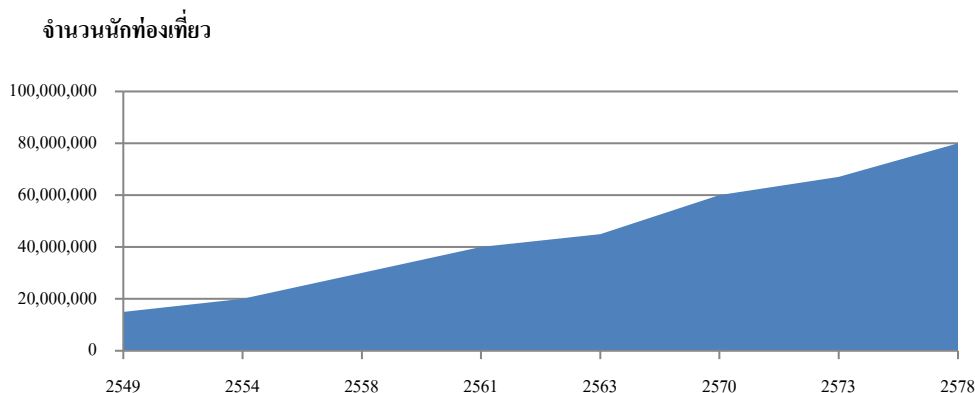
Key word: Travelling, Type of Transportation, Application, Transportation Network, Uber, Grab Taxi

ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เริ่มแพร่หลายเมื่อปี พ.ศ.2503 โดยได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การภาครัฐได้ดำเนินการออกนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวและให้การสนับสนุนในภาคของการท่องเที่ยว ภาครัฐ

โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีโครงการที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อกระจายรายได้ไปยังส่วนภูมิภาคของประเทศ (กวี วรกวิน, 2547)

การคาดการณ์ในอนาคตจากกรมการท่องเที่ยว ประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นถึง 45 ล้านคน ในปีพ.ศ.2573 จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นถึง 67 ล้านคน และในปีพ.ศ.2578 คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 80 ล้านคน สาเหตุมาจากการกระตุ้นจากนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (กรมการท่องเที่ยว, 2558)



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2558)

ภาพที่ 1 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศไทยในปีพ.ศ.2549-2578

ภาครัฐบาลได้มีการผลักดันและพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยวตามภูมิภาคของประเทศไทยเพื่อกระจายรายได้ ในช่วงปีพ.ศ.2554 ถึงปีพ.ศ.2557 จังหวัดที่ได้รับความนิยมในการมาท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี และเชียงใหม่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางในหลากหลายด้านของภาคเหนือ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านอารยธรรมล้านนา และด้านการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ มีแหล่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง ที่จะดึงดูดให้ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2559)

ตารางที่ 1 ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปีพ.ศ.2556-2558

ปีพ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่าย (บาท/คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)
2556	7,089,792	3,373.74	58,550.50	47.23
2557	8,773,486	3,469.06	74,789.67	62.34
2558	9,286,307	3,364.56	82,570.24	66.34

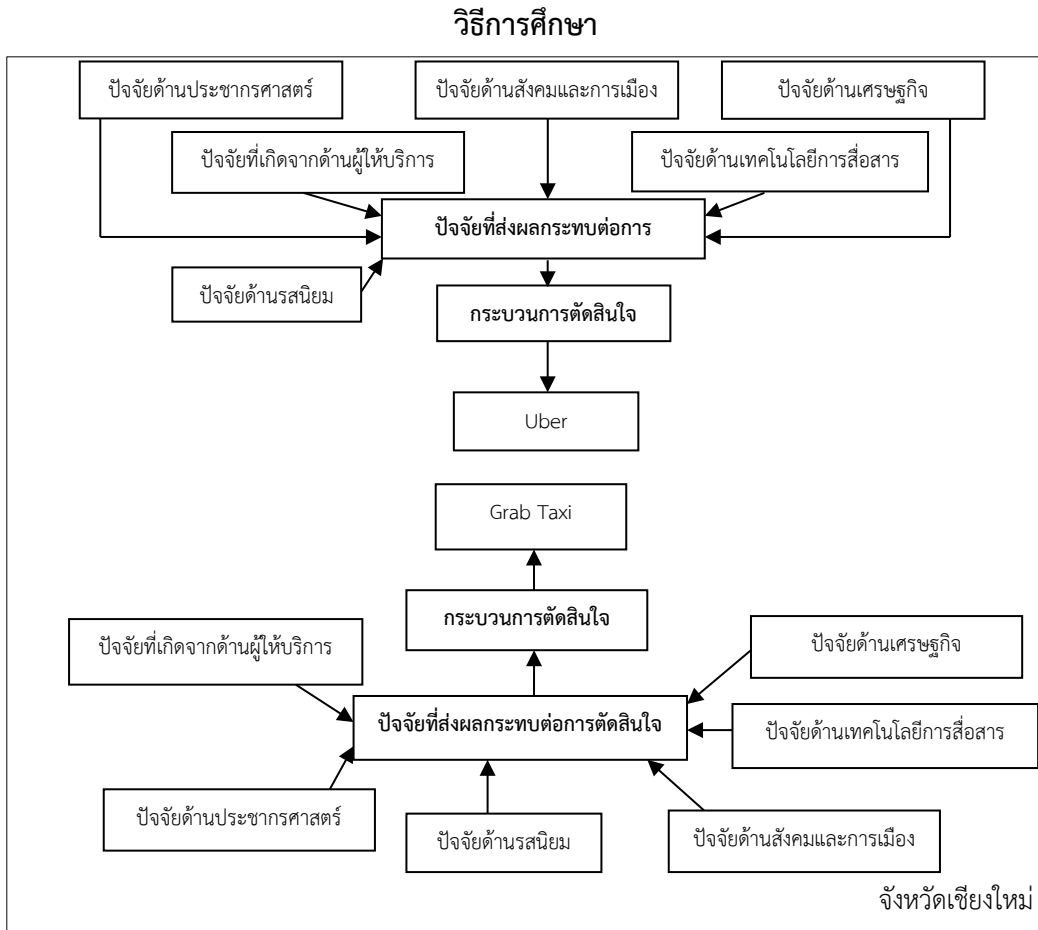
ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ (2559)

Transport Network Application เป็นรูปแบบการขนส่งรูปแบบใหม่ หรือที่รู้จักกันในนามของ “Uber” และ “Grab Taxi” กล่าวได้ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับระบบการขนส่งผู้โดยสาร โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้ อีกทั้งก่อนการเดินทางสามารถนัดหมายเวลาได้ รวมไปถึงทราบค่าโดยสารก่อนการเดินทาง

จากที่กล่าวมาในข้างต้น จึงเป็นเหตุผลสำคัญในการศึกษาปัจจัยการเลือกใช้ขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชัน เนื่องด้วยการคาดการณ์ในอนาคตว่าประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการขนส่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญในเลือกมาท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาอุปสงค์จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านศักยภาพด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมไปถึงรูปแบบการขนส่งที่เหมาะสมย่อมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้อยู่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเลือกรูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มรูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่งประกอบไปด้วย 6 ปัจจัยหลัก ซึ่งแต่ละปัจจัยประกอบไปด้วยตัวแปรต่าง ๆ

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง

ปัจจัยหลัก	ตัวแปรต่าง ๆ		
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	x_1	คือ	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม
	x_2	คือ	อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา: จากการศึกษา

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง (ต่อ)

ปัจจัยหลัก	ตัวแปรต่าง ๆ
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	X_3 คือ สัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม X_4 คือ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม X_5 คือ ช่วงเวลาในการศึกษา X_6 คือ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม X_7 คือ รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	X_8 คือ ภาวะทางเศรษฐกิจ (เงินเฟ้อ เงินฝืด) X_9 คือ เงินเดือนของผู้โดยสาร X_{10} คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ X_{11} คือ สภาพคล่องทางการเงิน X_{12} คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้โดยสาร
ปัจจัยด้านสังคมและการเมือง	X_{13} คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน X_{14} คือ การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาล X_{15} คือ สมาชิกในครอบครัวรวมไปถึงเพื่อน X_{16} คือ การเป็นชนชั้นกลางของสังคม X_{17} คือ ดาราหรือผู้มีชื่อเสียง X_{18} คือ ขวัญเสียหายของการขนส่งรูปแบบอื่น
ปัจจัยด้านที่เกิดจากผู้ให้บริการขนส่ง	X_{19} คือ การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ X_{20} คือ การส่งเสริมการตลาด X_{21} คือ ลักษณะภายนอกภายในของยานพาหนะ X_{22} คือ ราคาค่าโดยสาร X_{23} คือ การแจ้งราคาล่วงหน้า
ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร	X_{24} คือ ความสามารถในการเลือกใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน X_{25} คือ ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่านทางเครือข่ายออนไลน์

ที่มา: จากการศึกษา

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง (ต่อ)

ปัจจัยหลัก	ตัวแปรต่าง ๆ
ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร	X_{26} คือ ความสามารถในการเลือกผู้ให้บริการได้ X_{27} คือ ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น X_{28} คือ ความสามารถในการกำหนดสถานที่มารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน
ปัจจัยด้านรสนิยม	ปัจจัยด้านรสนิยมแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ -นักท่องเที่ยวชอบใช้ Uber -นักท่องเที่ยวชอบใช้ Grab Taxi

ที่มา: จากการศึกษา

วิธีการศึกษาทำการใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง ในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ.2560 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2560 จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง (โดยจำนวนตัวอย่างได้มาจากการคำนวณของทาร์โยยามานะ)

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์คะแนนระดับอิทธิพลตามเทคนิคการวัดทัศนคติตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแบ่งระดับอิทธิพลออกเป็น 5 ระดับ การแปลความหมายของคะแนน ใช้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของคะแนนความพอใจเป็นเกณฑ์ในการแปลผล

การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง โดยใช้แบบจำลอง Binary Logistics Regression Model

$$P_i = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X}}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X)}}$$

เมื่อ $Z_i = \alpha + \beta x_i$ จากสมการข้างต้น สามารถเขียนสมการใหม่ได้เป็น

$$P_i = \frac{e^{Z_i}}{1 + e^{-Z_i}}$$

คูณทั้งสองข้างของสมการ ด้วย $1 + e^{-Z_i}$ ก็จะได้ และหารทั้งสองข้างของสมการ ด้วย P_i ก็จะได้

$$e^{Z_i} = \frac{P_i}{1 - P_i}$$

ค่า $\frac{P_i}{1-P_i}$ คือ อัตราส่วนระหว่างความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่สนใจต่อความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่ไม่สนใจ เรียกสัดส่วนนี้ว่า สัดส่วนของสิ่งที่สนใจ (Odd Ratio) ค่า Odds แสดงถึงอัตราส่วนของโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ เป็นที่เท่าของโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์

$$Z_i = \log \frac{P_i}{1-P_i}$$

จากสมการ เป็นค่า logarithm ของอัตราส่วนความน่าจะเป็น จึงเรียกแบบจำลองนี้ว่า Logistic Model

เมื่อได้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ต้องทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์เหล่านั้นให้อยู่ในรูป ผลกระทบส่วนเพิ่ม หรือ Marginal Effect แบบจำลองโลจิสต์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของการเลือกใช้ รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวผ่านทางแอปพลิเคชัน เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ซึ่งสามารถนำ แบบจำลองโลจิสต์ มาใช้ในการวิเคราะห์ตามแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ดังต่อไปนี้

$$Y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_{26})$$

รูปแบบจำลองโลจิสต์

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_{26}x_{26} + \varepsilon_i$$

การทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การถดถอยโลจิสติกของตัวแปรทำนายแต่ละตัว ทดสอบด้วยสถิติ ทดสอบของวอลด์ (Wald Statistic)

ผลการศึกษา

1. ประเภทแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่งที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ในการเดินทาง

ผลการวิเคราะห์ประเภทแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่งที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ในการเดินทางพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้ Uber จำนวน 191 ราย เลือกใช้ Grab Taxi จำนวน 209 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.75 และร้อยละ 52.25 ตามลำดับ

2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมาเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ด้านการศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด รองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นชาวไทยทั้งหมด 129 คน ที่เหลือเป็นชาวต่างชาติจำนวน 271 คน และเมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 1,000 ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป รองลงมาคือมีรายได้ในช่วง 201-400 ดอลลาร์สหรัฐ

3. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ

ลำดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ความสามารถในการใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน	4.39	มากที่สุด
2	การกำหนดสถานที่ในการมารับและกำหนดสถานที่ปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน	4.35	มากที่สุด
3	ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น	4.17	มาก
4	ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.15	มาก
5	ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่านทางเครือข่ายออนไลน์	4.08	มาก
6	การส่งเสริมการตลาด	4.04	มาก
7	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค	4.01	มาก
8	ราคาค่าโดยสาร	3.99	มาก
9	ข้อเสียหายของการขนส่งรูปแบบอื่น	3.98	มาก
10	การแจ้งราคาล่วงหน้า	3.93	มาก
11	ภาวะทางเศรษฐกิจ	3.92	มาก
12	การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ	3.92	มาก
13	เงินเดือนของผู้โดยสาร	3.86	มาก
14	การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาล	3.81	มาก
15	สภาพคล่องทางการเงิน	3.74	มาก
16	ลักษณะภายนอกและภายในของยานพาหนะ	3.67	มาก
17	ความสามารถในการเลือกผู้ให้บริการได้	3.67	มาก
18	สมาชิกในครอบครัว รวมไปถึงเพื่อน	3.66	มาก
19	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.52	มาก
20	การเป็นชนชั้นกลางของสังคม	3.33	ปานกลาง
21	ดารารหรือผู้มีชื่อเสียง	2.88	ปานกลาง

ที่มา: จากการคำนวณ

4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายการขนส่ง

1) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชัน Uber โดยปัจจัยที่มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้น ได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับ

การศึกษา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ การจราจรที่ติดขัดช่วงเทศกาล การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะภายนอกและภายในของยานพาหนะ ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น ความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม พบว่าถ้าอายุเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.97 ถ้าสัญชาติเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.93 ถ้าระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.29 ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber เพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.76 การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาลเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber ลดลง ร้อยละ 3.04 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber เพิ่มขึ้น ร้อยละ 15.08 การส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber ลดลง ร้อยละ 13.90 ลักษณะภายนอกและภายในของยานพาหนะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber ลดลง ร้อยละ 12.02 ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่นเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber เพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.87 ความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Uber ลดลง ร้อยละ 10.24

ตารางที่ 4 สรุปการประมาณค่าแบบจำลองที่ดีที่สุดและผลกระทบส่วนเพิ่มปัจจัยที่มีโอกาสความน่าจะเป็นในการเลือกใช้ออปพลิเคชันUber

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชัน	การประมาณค่าแบบจำลองที่ดีที่สุด		ผลกระทบส่วนเพิ่ม	
	Coeff.	Prob.	dy/dx	P-Value
อายุ	.0511945	0.004	.0097565	0.003
สัญชาติ	.1540216	0.006	.0293529	0.005
ระดับการศึกษา	.1726488	0.001	.0329028	0.001
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ	.4076346	0.001	.0776855	0.001
การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาล	-.1597271	0.152	-.0304402	0.149
การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ	.7916187	0.0000	.1508638	0.0000
การส่งเสริมการตลาด	-.7294032	0.0000	-.139007	0.0000

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4 สรุปการประมาณค่าแบบจำลองที่ดีที่สุดและผลกระทบส่วนเพิ่มปัจจัยที่มีโอกาสความน่าจะเป็นในการเลือกใช้แอปพลิเคชันUber (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน	การประมาณค่าแบบจำลองที่ดีที่สุด		ผลกระทบส่วนเพิ่ม	
	Coeff.	Prob.	dy/dx	P-Value
ลักษณะภายนอกภายในของยานพาหนะ	-0.6309963	0.0000	-0.120253	0.0000
ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น	0.6230012	0.001	0.1187293	0.0000
ความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน	-0.5373971	0.011	-0.1024152	0.009

ที่มา : จากการคำนวณ

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชัน Grab Taxi โดยปัจจัยที่มีโอกาสความน่าจะเป็น ได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ การจราจรที่ติดขัดช่วงเทศกาล การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะภายนอกและภายในของยานพาหนะ ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น ความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม พบว่า ถ้าอายุเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi ลดลง ร้อยละ 0.96 ถ้าสัญชาติเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi ลดลง ร้อยละ 2.95 ถ้าระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi ลดลง ร้อยละ 3.25 ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi ลดลง ร้อยละ 7.81 การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาลเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.13 การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi ลดลง ร้อยละ 15.30 การส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.95 ลักษณะภายนอกและภายในของยานพาหนะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi เพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.82 ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่นเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi ลดลง ร้อยละ 12

ความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือก Grab Taxi เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.26

ตารางที่ 5 สรุปการประมาณค่าแบบจำลองที่ดีที่สุดและผลกระทบส่วนเพิ่มปัจจัยที่มีโอกาสความน่าจะเป็นในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน Grab Taxi

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชัน	การประมาณค่าแบบจำลองที่ดีที่สุด		ผลกระทบส่วนเพิ่ม	
	Coeff.	Prob.	dy/dx	P-Value
อายุ	-.0503405	0.004	-.0096209	0.003
สัญชาติ	-.154798	0.006	-.0295845	0.004
ระดับการศึกษา	-.1701706	0.002	-.0325224	0.001
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ	-.4091568	0.001	-.0781967	0.001
การจราจรที่ติดขัดในช่วงเทศกาล	.1640896	0.141	.0313602	0.137
การปฏิเสธผู้โดยสารของผู้ให้บริการ	-.8007487	0.000	-.1530364	0.0000
การส่งเสริมการตลาด	.7300243	0.000	.1395197	0.0000
ลักษณะภายนอกภายในของยานพาหนะ	.6187346	0.000	.1182504	0.0000
ความสามารถในการจองผู้ให้บริการล่วงหน้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการอื่น	-.6280887	0.001	-.1200382	0.0000
ความสามารถในการกำหนดสถานที่ในการมารับและปลายทางได้ด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน	.5366715	0.011	.1025688	0.009

ที่มา : จากการคำนวณ

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สำหรับภาคเอกชน

จากการสัมภาษณ์ผู้โดยสารพบว่าการใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันในอนาคตมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากใช้งานง่ายและสะดวก ดังนั้นภาคเอกชนท้องถิ่นควรเตรียมตัวรับมือกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาความสามารถในการจองการให้บริการที่สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถติดต่อสื่อสารได้หลากหลายภาษา นอกจากนี้อาจพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาเพื่อแข่งขันกับแอปพลิเคชัน Uber และ Grab Taxi หรืออาจเป็นการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับแอปพลิเคชันทั้งสอง

ในกรณีของแอปพลิเคชัน Uber ควรแก้ไขในเรื่องของราคาที่สูงกว่ารูปแบบการขนส่งประเภทอื่นโดยเฉพาะ

อย่างยิ่งในช่วงเทศกาลที่มีการจราจรติดขัด อัตราค่าบริการค่อนข้างสูง ทำให้ผู้โดยสารเลือกใช้การเดินทางแบบอื่น ด้านการส่งเสริมการตลาดของ Uber ควรมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้

ในกรณีของแอปพลิเคชัน Grab Taxi ควรพัฒนารูปแบบการจองผ่านทางแอปพลิเคชันให้สามารถกำหนดวันและเวลาในการมารับ และควรมีนโยบายในการจำกัดการปฏิเสธผู้โดยสารไม่เกิน 5 รายต่อวัน

2. สำหรับภาครัฐ

สิ่งที่ภาครัฐต้องเข้ามากำกับดูแล คือ การสอบใบอนุญาตขับขี่สาธารณะ จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลเท่านั้น ดังนั้นภาครัฐต้องออกมาตรการบังคับให้ผู้ขับขี่ทุกรายที่ให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันต้องมีใบอนุญาตขับขี่สาธารณะ ผู้ใดฝ่าฝืนสามารถลงโทษได้ เพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร เนื่องด้วยแนวโน้มการใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น รัฐบาลควรเปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เข้ามาใช้บริการขนส่งผ่านทางแอปพลิเคชัน และควบคุมราคาให้เป็นมาตรฐานให้ไม่ต่ำจนส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการขนส่งในท้องถิ่นเพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันและผู้ให้บริการท้องถิ่นทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว.(2558). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2560, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/25515>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2560, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

กวี กรกวิน.(2547). แผนที่ความรู้ท้องถิ่นไทย.กรุงเทพฯ: พัฒนาคุณภาพวิชาการ

กรรณา บุญมาเรือน. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กัลยา วานิชย์บัญชา.(2546). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ:ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คมสัน สุริยะ. (2552). แบบจำลองโลจิสติก : ทฤษฎีการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์.สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2560, จาก <http://www.tourismlogistics.com>

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2550). การจัดการขนส่ง. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชชิง

ฉันทัท วรณณอม.(2552). การวางแผนและการจัดการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ:บริษัท วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

นิศา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัทวี.พรินท์ (1991) จำกัด.

- นิตานาด เสรีพงศ์ และอนุภาคเสาศาเสาว์ภาค. (2555). การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รัฐวัชร พัฒนะจิระรุจน์. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค.สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2560, จาก<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- ชริณญา สุวรรณ. (2555). อุปสงค์การใช้บริการรถโดยสารประจำทางระหว่างกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชุติมา อู่ประเสริฐ. (2556). การศึกษาแบบจำลองสมการโครงสร้างของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคเหนือของประเทศไทย.การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ไชยยศ ไชยมั่นคง และ มยุขพันธ์ ไชยมั่นคง. (2552). กลยุทธ์การขนส่ง. บริษัทดวงกลมสมัย จำกัด.
- เบญจมาศ อุทกสิริ.(2549).ความหมายของนักท่องเที่ยว.สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2560, จาก http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/samutprakan/benjamas_u/tongteaw/sec03p02.htm
- ประจักษ์ ศกุนตะลักษณ์.(2529).เศรษฐศาสตร์การขนส่ง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชด ไกรเนตร และ บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา.(2521).การขนส่งเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ผู้จัดการออนไลน์.(2559). “Uber”รุกเชียงใหม่ เมืองที่2ในไทย. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.manager.co.th/south/viewnews.aspx?NewsID=9590000114357>
- พิชญภา ชูสอน. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในจังหวัดอุดรธานี.วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ไพฑูรย์ พงสะบุตร และวิลาสวงค์ พงสะบุตร.(2542).คู่มืออบรมมัคคุเทศก์.กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์และโครงการศึกษาต่อเนื่อง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสารคาม.(2556). ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2560, จาก <http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/312/content>
- วรรณ วังวานิช.(2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิชาญ เอกกรินทรากุล.(2534).ลักษณะการเดินทางโดนระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร.วิศวกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิล โทมตะ. (2547). ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศุภร เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เออาร์ บีซีเนส เพรส.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.(2557).คุณลักษณะของรูปแบบการขนส่ง.
สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.fti.or.th..>

สวัสดีชัย ศรีพนมธนากร.(2548).การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2560, จาก
<http://www.thairenu.com/logistic.htm>

สนณรงค์ สุอังกะ. (2547). การใช้บริการรถโดยสารประจำทางในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา./วิศวกรรมศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าธนบุรี.

สิทธา เจนศิริศักดิ์ และ สมพงษ์ ปักษาสวรรค์ .(2553). ระบบขนส่งสาธารณะระหว่างเมืองในประเทศไทย ปัจจุบัน
และอนาคต.

สมชาย ปฐมศิริ. (2553). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขนส่ง.สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2560, จาก
[http://www.logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1732:
2010-03-13-02-31-29&catid=36:transportation&Itemid=90](http://www.logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1732:2010-03-13-02-31-29&catid=36:transportation&Itemid=90)

สุธิดา จัดสม. (2557). อุปสงค์การเลือกใช้รูปแบบการขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). ความหมายของการท่องเที่ยว.สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2559, จาก
<http://tourismatbuu.wordpress.com>

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2557). ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.สืบค้นเมื่อ
29 มีนาคม 2560, จาก <http://www.cm-mots.com/news/view/1417592284.html>

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2557). สรุปข้อมูลเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยว
แยกสัญชาติ 2003-2013. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2560, จาก [http://www.cm-
mots.com/news/view/1417592284.html](http://www.cm-mots.com/news/view/1417592284.html)

องค์การท่องเที่ยวโลก. (2557). ความหมายของการท่องเที่ยว.สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2560, จาก
<http://www2.unwto.org/>

อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2550). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว
ชาวยุโรป. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

อรจนา จันทรประยูร.(2555). ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2560, จาก
<https://onjanachantraprayoon.wordpress.com/2012/06/28/td-233-พฤติกรรมนักท่องเที่ยว/>

อรรถณัฐ วันทนะสมบัติ.(2560). รถแดง-แท็กซี่-อูเบอร์-แกร็บ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร ใครไป-ใคร
อยู่.สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2560, จาก<http://www.tcijthai.com/news/2017/15/scoop/6833>

Coyle, J.J., Edward J., et al. (2005). Transportation .

Emile, Q., V. Roger, et al. (2005). Principles of Transport Economics. Edward Elgar Publishing Limited.

Jeremy, M., W. Thoms, et al.(2010). “Assessing Demand for Rural Intercity Transportation in a Change Environment”

Schiffman. L. G.(2006). Consumer Behavior. Prentice Hall; 9 edition

Small, K. and E. Verhoef. (2007). The Economics of Urban Transportation, Routledge; 2 edition