

พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย
หลังจากมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
Tourism Behaviors in Lamphun Province of Thai Visitors
after Amazing Thailand Go Local Project

คณิสันท์ บุญมาตัน กันต์สินี กันทะวงศ์วาร และ ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์
Kanatsanan Boonmatan Kansinee Guntawongwan and Piyaluk Buddhawongsa

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน และเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลัก และจุดหมายรอง รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลัก โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีการเลือกแบบบังเอิญ จำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองแบบโลจิท (Logit Model) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดลำพูนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีบุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง ใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถจักรยานยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง และเคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนมาก่อน โดยในการท่องเที่ยวครั้งนี้ตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ มีจำนวนวันในการท่องเที่ยวประมาณ 1-2 วัน และทั้งสองกลุ่มตัวอย่างไม่ใช้สิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีจากการท่องเที่ยวเมืองรอง ส่วนด้านความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน พบว่าอยู่ในระดับมาก ทั้งกลุ่มที่มาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักและจุดหมายรอง และจากการวิเคราะห์ด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลัก คือ การประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ การมีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป การมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ การจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง การได้รับข้อมูลท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ และความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ (5 คำ) : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ การท่องเที่ยวเมืองรอง มาตรการลดหย่อนภาษี จังหวัดลำพูน

ABSTRACT

This research aimed to examine behavior and satisfaction of Thai visitors traveling in Lamphun Province, compare personal characteristics and travel behavior of Thai visitors traveling to Lamphun Province as a main destination and a secondary destination, and analyze factors affecting decisions to travel to Lamphun Province as a main destination. Questionnaires were used in data collection from samples of 400 respondents selected by accidental sampling. Collected data were analyzed by using descriptive statistics and logit model. The study found that travel behaviors of Thai visitors in both sample groups were similar to each other. Most samples traveled to Lamphun Province for relaxation. Travel management was performed by themselves. Persons accompanying in the trip were family or relatives. Personal cars or motorcycles were used in traveling, and the samples have traveled to Lamphun Province before. For this trip, most samples searched for travel information from friends or relatives and had travel duration of approximately 1-2 days. Both sample groups did not use tax deduction benefits for traveling in secondary cities. Satisfaction with tourist attractions in Lamphun Province was high for both sample groups traveling to Lamphun Province as a main destination and a secondary destination. Furthermore, logistic regression analysis indicated that factors affecting decisions to travel to Lamphun Province as a main destination included personal business occupations, government officials or employees, educational background of bachelor's degree or higher, hometown in the northern region, travel management by themselves, travel information from friends or relatives, and satisfaction with marketing promotion.

Keywords (5 words): Travel Behavior, Satisfaction, Traveling in Secondary Cities, Tax Deduction Measures, Lamphun Province

ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวของไทยเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่จะผลักดันให้เกิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งในปัจจุบันการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมาก (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ก่อให้เกิดการลงทุน การผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะ使人ในท้องถิ่นมีงานทำ สร้างรายได้ สร้างอาชีพ จากสถิติที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตในอัตราค่อนข้างสูงและต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวใน

ไทยจะมากขึ้นแต่ยังคงพบปัญหาในเรื่องการกระจุกตัวของรายได้ในบางพื้นที่จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพียงเมืองหลักของประเทศไทย จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาปี 2562 ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้รายงานสถานการณ์รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศแยกเป็นรายจังหวัดในปี 2562 พบว่า จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี ซึ่ง 3 เมืองหลักนี้มีรายได้รวมกันสูงถึงร้อยละ 65 ของรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในขณะที่จังหวัดอื่นๆ ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวน้อยมาก ซึ่งการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางพื้นที่จนเกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวในหลายด้าน เช่น โครงสร้างพื้นฐานมีไม่เพียงพอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับความเสียหาย ทั้งนี้รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาการกระจุกตัวของทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงได้กำหนดนโยบายและให้ความสำคัญเป็นพิเศษในเรื่องดังกล่าว โดยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้นำแนวนโยบายดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติในโครงการสร้างสรรค์กิจกรรมและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นไทยภายใต้เป้าหมาย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต “Amazing Thailand Go Local” เพื่อกระจายโอกาสในเชิงพื้นที่จากเมืองหลักสู่เมืองรอง และให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีหรือมาตรการลดหย่อนภาษีจากการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรองในช่วงระหว่าง วันที่ 30 เมษายน – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2562 อีกด้วย

ในส่วนของภาคเหนือ จะเห็นได้ว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นเพียงจังหวัดเดียวในภาคเหนือเท่านั้นที่ ททท. กำหนดให้เป็นเมืองหลัก ในขณะที่หากมองจากลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดเชียงใหม่จะพบว่า มีเขตติดต่อกับเมืองรองถึง 5 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงราย จังหวัดตาก จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน โดยจังหวัดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดของรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศน้อยที่สุด คือ จังหวัดลำพูน ทั้งที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับจังหวัดเชียงใหม่ได้สะดวกและยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่กลับพบว่าสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูนยังคงค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาว่านโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองดังกล่าวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองรองได้หรือไม่ และนักท่องเที่ยวประเภทที่ตั้งใจมาเที่ยวจังหวัดลำพูนหรือมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวจังหวัดอื่นแต่แวะเที่ยวจังหวัดลำพูนเพราะมองว่าเป็นจุดแวะพักหรือทางผ่าน มีลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยเฉพาะกลุ่มที่ตั้งใจมาเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ดังนั้นในงานศึกษานี้จึงต้องการศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน เพราะการเข้าใจถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกจังหวัดลำพูน (เมืองรอง)

เป็นจุดหมายหลัก ถือเป็นสิ่งที่สำคัญ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักให้มากขึ้นและเพื่อเป็นการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมายังเมืองรองตามนโยบายของ ททท.

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักและกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายรอง
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลัก

วิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดลำพูน จะทำการรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยตรงจากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2562 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม ได้แก่ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลัก และผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่ ลำพูนเป็นจุดหมายรอง จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน ในขณะที่การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทั่วไปและพฤติกรรม การท่องเที่ยวระหว่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักและผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลำพูนเป็นจุดหมาย รอง ทดสอบด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) และ t-test ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มี จังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลัก ใช้แบบจำลองโลจิส (Logit Model) ในการวิเคราะห์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร วารสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สารสนเทศออนไลน์ และข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูล จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดลำพูนจากสำนักงานจังหวัดลำพูน สำนักงานสถิติจังหวัดลำพูน เป็นต้น

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยเมื่อพิจารณาจากกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองมีสัดส่วนของเพศชายมากกว่าเล็กน้อย ซึ่งกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักและกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองทั้งสองกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี โดยกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองจะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และทั้งสองกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ

สำหรับพฤติกรรมก่อนการท่องเที่ยว พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่ในทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีการจัดการการท่องเที่ยวในครั้งนี้ด้วยตนเอง มีเพื่อน/ญาติเป็นผู้แนะนำ ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนมาก่อน

สำหรับพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง โดยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถจักรยานยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน และมีงบประมาณเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) อยู่ในช่วง 1,000 - 3,000 บาท โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนครั้งนี้ 1-2 วัน และกว่าร้อยละ 99.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม ไม่ได้ใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี หรือการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง ระหว่างวันที่ 30 เมษายน - 30 มิถุนายน 2562

ด้านความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ทั้งกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลัก และกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรอง ซึ่งหากพิจารณารายด้านพบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนในด้านราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในราคาอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเหมาะสมมากกว่าเรื่องอื่น ส่วนด้านสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักมีความพึงพอใจในสถานที่จอดรถที่มีเพียงพอและสะดวกสบายมากกว่าด้านอื่น ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ มากที่สุด และในด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักพึงพอใจในช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ มากกว่าด้านอื่น ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองมีความพึงพอใจในเรื่องส่วนลด

หรือราคาพิเศษสำหรับกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าเรื่องอื่น ส่วนด้านผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในจำนวนโรงแรมที่พักเพียงพอต่อการให้บริการมากกว่าด้านอื่นๆ

ในขณะที่ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวตามลักษณะส่วนบุคคล โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) พบว่ามีลักษณะส่วนบุคคล 3 ลักษณะ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ทำให้การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคืออายุของกลุ่มตัวอย่างกับการเลือกจุดหมายหลักในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน โดยกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรอง ลำดับรองลงมาจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพ พบว่า การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวไม่เป็นอิสระจากอาชีพ หมายความว่า อาชีพกับการเลือกจุดหมายหลักในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองมีสัดส่วนของนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างกับการเลือกจุดหมายหลักในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกลำพูนเป็นจุดหมายหลักและจุดหมายรองแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ในด้านผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชม โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) พบว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยว 3 ลักษณะ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การจัดการท่องเที่ยว และแหล่งที่ใช้ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว ที่ทำให้การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวสัมพันธ์กัน กล่าวคือ การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักและกลุ่มตัวอย่างที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน และทัศนศึกษา/การศึกษา ตามลำดับ และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว พบว่า การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มกว่าร้อยละ 90 มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งที่ใช้ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว พบว่า การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแหล่งที่ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลักส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ รองลงมาคือ ประสบการณ์ท่องเที่ยวลำพูนครั้งก่อน ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากเพื่อน/ญาติเช่นเดียวกันแต่รองลงมาคือข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

ในส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยว 2 ลักษณะ ได้แก่ บุคคลที่ร่วมเดินทาง และงบประมาณที่เตรียมไว้ท่องเที่ยวในครั้งนี้ ที่ทำให้การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวสัมพันธ์กัน กล่าวคือ การเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่วนใหญ่ทั้งสองกลุ่มตัวอย่างเดินทางร่วมกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง รองลงมาคือเดินทางกับกลุ่มเพื่อน และเดินทางคนเดียว ตามลำดับ ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับงบประมาณเฉลี่ยที่เตรียมไว้ท่องเที่ยวครั้งนี้ โดยใช้สถิติ t-test พบว่า งบประมาณเฉลี่ยที่เตรียมไว้ท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกลำพูนเป็นจุดหมายหลัก และจุดหมายรองมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลัก มีการจัดเตรียมงบประมาณไว้สำหรับการท่องเที่ยวในครั้งนี้โดยเฉลี่ยประมาณ 2,642 บาท/คน/ทริป ในขณะที่กลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรองมีการจัดเตรียมงบประมาณไว้สำหรับการท่องเที่ยวในครั้งนี้โดยเฉลี่ยประมาณ 1,767 บาท/คน/ทริป

สำหรับผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักของกลุ่มผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย โดยการทดสอบด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model) ในรูปแบบสมการถดถอยเชิงโลจิสติก (Logistic Regression) พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ กลุ่มที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ มีความสัมพันธ์เชิงลบ นั่นคือ คนที่มีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีโอกาสเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักลดลง 0.243 เท่าของการที่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางหลัก เมื่อเทียบกับคนที่ไม่ได้ประกอบอาชีพดังกล่าว เช่นเดียวกับกลุ่มที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ ซึ่งก็มีโอกาสเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักลดลง 0.433 เท่าของการที่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางหลัก เมื่อเทียบกับคนที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ ในส่วนของปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่หาข้อมูลท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ มีความสัมพันธ์เชิงบวก นั่นคือ กลุ่มที่หาแหล่งข้อมูลได้จากเพื่อน/ญาติมีโอกาสที่จะเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักเพิ่มขึ้น 2.003 เท่าของการที่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางหลัก เมื่อเทียบกับคนที่หาข้อมูลจากแหล่งอื่น ในขณะที่กลุ่มที่มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีความสัมพันธ์เชิงลบ นั่นคือ กลุ่มที่มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมีโอกาสเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักลดลง 0.298 เท่าของการที่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางหลัก เมื่อเทียบกับคนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว และผลการศึกษาในด้านปัจจัยความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์เชิงบวก นั่นคือ หากมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นมีโอกาสที่ผู้เยี่ยมชมเยือนจะเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักเพิ่มขึ้น เช่น ช่องทางประชาสัมพันธ์ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และส่วนลดหรือราคาพิเศษสำหรับกิจกรรมในการท่องเที่ยว

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวในกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายหลัก และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาในกลุ่มที่มีลำพูนเป็นจุดหมายรอง โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,000-20,000 บาท และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ

สำหรับพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีการจัดการท่องเที่ยวในครั้งนี้ด้วยตนเอง มีการหาข้อมูลท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ และเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนมาก่อนโดยการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ไม่ใช่ครั้งแรก ในส่วนของพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถจักรยานยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน มีงบประมาณเฉลี่ยที่เตรียมไว้ท่องเที่ยว 1,000-3,000 บาท/คน/ทริป และมีระยะเวลาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน 1-2 วัน/คน/ทริป ซึ่งส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 99.5 ไม่มีการใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี หรือการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง และปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผู้ให้บริการ

สำหรับผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พบว่า การเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน มีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจุดหมายในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า การเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวครั้งนี้ บุคคลที่ร่วมเดินทาง แหล่งที่ใช้ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว และงบประมาณที่เตรียมไว้ท่องเที่ยวในครั้งนี้

ในส่วนของผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักของกลุ่มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย พบว่า กลุ่มที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ กลุ่มที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ และกลุ่มที่มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีโอกาสเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักลดลง ในขณะที่กลุ่มที่หาข้อมูลท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ และกลุ่มที่มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด มีโอกาสเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายปลายทางหลักเพิ่มขึ้น

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนไม่มีการใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี หรือการลดหย่อนภาษีในโครงการท่องเที่ยวเมืองรองลดหย่อนภาษีสูงสุดไม่เกิน 20,000 บาท ระหว่างวันที่ 30 เมษายน - 30 มิถุนายน 2562 ตามนโยบายของภาครัฐ เนื่องจากนโยบายที่รัฐใช้ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นนโยบายที่มีระยะเวลาสั้นรวมไปถึงข้อจำกัดในการใช้สิทธิ์ลดหย่อนภาษีได้เฉพาะค่าที่พัก ค่าโรงแรม

โสมสเตย์ โดยต้องมีการจดทะเบียนตามกฎหมายเท่านั้น และบริการท่องเที่ยว หรือแพคเกจทัวร์จากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งข้อจำกัดต่าง ๆ ที่กล่าวมาส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สะดวกที่จะใช้สิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีดังกล่าว ทำให้นโยบายของรัฐอาจจะไม่สัมฤทธิ์ผล และในด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เดินทางมาจังหวัดลำพูนมาก่อน และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากญาติหรือเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ หมายความว่า การสร้างความประทับใจจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำจากการบอกต่อ ซึ่งทำให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ รวมถึงช่องทาง Social media จึงมีความสำคัญมาก ดังนั้นจังหวัดลำพูนควรจัดให้มีช่องทางการแบ่งปันข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์เชิญชวนกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดลำพูนผ่านสื่อต่างๆ ทาง Social media ให้หลากหลาย เพื่อให้ข้อมูลท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูนเผยแพร่ไปอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น และในส่วนของความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูนพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลักอย่างมีนัยสำคัญ เช่น ช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงส่วนลดและราคาพิเศษในกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นจังหวัดลำพูนควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงเพื่อแนะนำแบ่งปันแหล่งท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมสำหรับส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องรวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ประชาชนและผู้ประกอบการรับรู้และเข้าใจเพื่อเตรียมความพร้อมที่จะนำไปสู่ความสามารถในการใช้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความประทับใจต่อการท่องเที่ยวและเลือกจังหวัดลำพูนเป็นจุดหมายหลัก

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ อติชาติ. (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย พ.ศ.2551-2559**. สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2561, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). **สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นรายจังหวัด พ.ศ.2552-2560**. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2562, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7**. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2561, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404

- คมสัน สุริยะ. (2552).**แบบจำลองโลจิสติก: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์**. เชียงใหม่: ศูนย์การวิเคราะห์เชิงปริมาณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรภัทร บุญรักษา. (2553).**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546).**การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงกมล เจริญกุล. (2553).**พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2561).**วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในหัวข้อ “Overtourism ไทยจะรับมืออย่างไร”**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://thaipublica.org/2018/07/eic-scb-overtourism/>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548).**การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- พัชรมณ แซ่จิว. (2556).**พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- พิพัฒน์ เหลืองนฤมิตชัย. (2561).**การท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจไทย**. แหล่งที่มา: <https://www.the101.world/tourism-and-thai-economy/> (1 พฤศจิกายน 2561)
- ภาณี ทิพย์วงศ์. (2558).**การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อันทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ, และ นุกูล เครือฟู. (2556).**เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552).**พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิพรรณ ชูธรรม. (2559).**พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังจากมีการใช้นโยบายมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและจัดอบรมสัมมนา**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548).**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังน่านานาวิทยา.
- สวรรยา วัฒนศิริเสรีกุล. (2554).**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545).**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สินารณ สรรพกิจ. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.