

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย

TRAVEL MOTIVATIONS FOR VISITING ECOTOURISM DESTINATIONS IN BORDER AREAS OF CHIANG RAI

ธรรณชนก เพชรานนท์*

Thanchanok Bejrananda*

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสังคมและเศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Assistant Professor, Deputy Director of Institute for Social and Economic Studies (ISES),
Dhurakij Pundit University

* Email: thanchanok.kha@dpu.ac.th

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน
ภาคเหนือเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานวิจัยและส่งเสริมวิชาการ
การเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประจำปีงบประมาณ 2558

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่ชายแดนของจังหวัดเชียงราย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่จันแบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเองถูกนำมาใช้ในการเก็บข้อมูล โดยให้นักท่องเที่ยวระบุปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประเด็นแรงจูงใจด้านผลักดันและดึงดูดถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้กรอบแนวคิดแรงผลักดัน-แรงดึงดูดในการท่องเที่ยว วิธีการวิเคราะห์หาค่าประกอบถูกนำมาใช้ในการสกัดองค์ประกอบด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดัน 17 ประเด็นได้ผลองค์ประกอบด้านปัจจัยผลักดัน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำหรือสภาวะแวดล้อมเดิม การสำรวจความแปลกใหม่ การเรียนรู้ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ การยกระดับความสัมพันธ์ในครอบครัว, การเข้าถึงสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การวิเคราะห์ปัจจัยดึงดูด 35 ประเด็นได้ผลองค์ประกอบด้านปัจจัยดึงดูดจำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าบ้าน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ และความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ผลการศึกษาทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแรงกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสนับสนุนกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในวรรณกรรมด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้ยืนยันว่าพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ข้อค้นพบจากงานวิจัยมีความสำคัญต่อการออกแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีพื้นฐานจากความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว กรอบแนวคิดแรงผลักดัน-แรงดึงดูด การวิเคราะห์องค์ประกอบ

Abstract

The study aims to provide insights into the reasons for visiting ecotourism destinations in the border areas of Chiang Rai which covers Mae Sai, Chiang San, and Mae Chan districts. The on-site self-administered questionnaires were given to respondents to indicate the motivational push and pull-factors influencing their travelling decision. Push and pull motivation items were created based on tourism literature under the travel motivational push-pull framework. The principal component factor analysis was undertaken to extract push and pull components. The analysis of 17 push attributes resulted in 4 push factors. The factors groupings of push factors are "rest, relaxation, and escapism", "self-exploration, learning, and excitement", "enhancement of kinship relationship", and "socialization". The factor analysis of 35 pull attributes results in 6 pull factor groupings. They are "tourism resources and recreation activities", "tourist support and services", "transportation and accessibility", "hosting services", "technological advancement", and "political stability and economic factors". The empirical results of this study provide insightful understanding

of tourist motivation that supports the conceptual framework of push and pull factors in tourism literature. The empirical evidence confirms that tourist's travel behavior is driven by internal and external factors. Research findings are essential for designing ecotourism marketing strategies based on tourist intrinsic desires and destination attributes, as well as providing useful implications for destination development.

Keywords: Ecotourism, Travel Motivations, Push-pull Framework, Principal Component Factor Analysis

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดในการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์และเกิดผลกระทบในทางลบต่อแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปรัชญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน แนวคิดนี้ได้รับความสนใจจากประเทศต่างๆ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา โดยได้รับการสนับสนุนจากองค์การสหประชาชาติและองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2002) ประเทศไทยได้รับเอาแนวคิดนี้มาศึกษาและดำเนินการจนปรากฏผลเป็นรูปธรรม โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2541 ได้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผลักดันให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการกำหนดเป็นนโยบายระดับชาติและกำหนดให้มีคณะกรรมการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผลักดันให้มีการแปลงนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจนได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2544 ให้ประกาศเป็น “แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ” โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2545-2549) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

ภาคเหนือของประเทศไทยประกอบด้วย 17 จังหวัด มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาที่สลับซับซ้อน มีพรมแดนเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว การค้าชายแดนในเขตภาคเหนืออยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานศุลกากรภูมิภาคที่ 3 ซึ่งดูแลด่านศุลกากร 8 แห่งใน 5 จังหวัด ได้แก่ ด่านแม่สลอด จังหวัดตาก ด่านแม่สาย ด่านเชียงแสน และด่านเชียงของ จังหวัดเชียงราย ด่านแม่ฮ่องสอนและด่านแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด่านทุ่งช้าง จังหวัดน่าน และด่านเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ รัฐบาลได้เล็งเห็นศักยภาพของจังหวัดที่มีการค้าชายแดนในด้านการค้า การลงทุน รวมทั้งการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อมโยงในด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน พื้นที่ด้านการค้าชายแดนแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี ชุมชน และสินค้า

จังหวัดเชียงรายมีความได้เปรียบด้านตำแหน่งที่ตั้ง เนื่องจากมีแนวเขตชายแดนติดต่อกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ด้านอำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอแม่ฟ้าหลวง และอำเภอเชียงแสน รวม 153 กิโลเมตร แนวชายแดนติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระยะทาง 155 กิโลเมตร ซึ่งทั้งสองประเทศนี้ติดกับประเทศจีนและอินเดีย เป็นตลาดที่สำคัญมากในปัจจุบัน ด้านชายแดนทั้งสามด้านของจังหวัดเชียงรายจึงมีความสำคัญอย่างมากในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน อาเซียน+3 และอาเซียน+6 โดยด่านแม่สายถูกวางตำแหน่งให้เป็น “Trading City” ที่เชื่อมโยงระหว่างเชียงราย เมียนมา และจีน ด่านเชียงแสนถูกวางตำแหน่งเป็น “Port City” เชื่อมเชียงราย เมียนมา สปป.ลาว และจีน และด่านเชียงของถูกวางตำแหน่งเป็น “Logistics City” ที่เชื่อมโยงเชียงราย สปป.ลาว และจีน ในปี พ.ศ. 2558 มูลค่าการค้าชายแดนของจังหวัดเชียงรายเท่ากับ 36,029.95 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นมูลค่าการค้าไทย-จีน 7,419.08 ล้านบาท มูลค่าการค้าไทย-เมียนมา 13,231.46 ล้านบาท และมูลค่าการค้าไทย-สปป.ลาว 15,379.41 ล้านบาท โดยมีมูลค่าการค้าเท่ากับ 27,447.67 ล้านบาท (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดเชียงราย, 2559)

ด้านการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มีประชากรหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา และชาวจีนฮ่อ ที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่บนดอยสูง ทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในปี พ.ศ. 2558 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 2,521,249 คน และต่างชาติจำนวน 557,727 คน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดเชียงราย, 2559) อำเภอแม่สาย

เป็นอำเภอหนึ่งที่มีผู้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคบริโภค มีระบบขนส่งสาธารณะที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนบนและประเทศเพื่อนบ้านได้ มีเส้นทางคมนาคมระหว่างแม่สาย-เชียงตุง-เมืองลา-สิบสองปันนา อยู่ในสภาพดี ทำให้การท่องเที่ยวของอำเภอแม่สายเป็นที่เชิดหน้าชูตาของจังหวัดเชียงราย เพราะได้เปรียบในเรื่องของระยะทางที่ใกล้กว่าเส้นทางเชื่อมโยงไทย-สปป.ลาว-จีน กว่า 100 กิโลเมตร ส่วนอำเภอเชียงแสน มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย สามารถสร้างแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น สามเหลี่ยมทองคำ ทะเลสาบเชียงแสนหรือเขตห้ามล่าสัตว์ป่าหนองปรงคาย การล่องเรือตามแม่น้ำโขง เชื่อม 4 ประเทศ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีกลิ่นอายและบรรยากาศของวัฒนธรรมล้านนาอย่างสมบูรณ์ ในอำเภอแม่จัน มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียง เช่น ไร่ชาแม่จัน ที่จังหวัดเชียงรายได้ส่งเสริมการปลูกชาพันธุ์ดีและพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ไร่ชาลู่ฟง ซึ่งเป็นไร่ชาแบบขั้นบันไดที่อยู่บนโค้งภูเขาที่เป็นรูปเกือกม้าและมีบึงตรงกลาง โดยอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร ในพื้นที่กว่า 1,000 ไร่ (ศูนย์บริการให้ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย, 2559) ล้วนแล้วแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการอยู่ใกล้ชิดธรรมชาติและเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น

จากการที่จังหวัดเชียงรายมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นพื้นที่เชื่อมโยงในด้านการท่องเที่ยวและด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้การท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากในการกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดเชียงราย โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดัน หรือความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวเองและปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน จะทำให้ทราบข้อมูลทางด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่จังหวัดเชียงรายให้มีความพร้อมที่จะรองรับการท่องเที่ยวได้มากขึ้น และช่วยให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นสร้างรายได้ และความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และรองรับการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่จัน โดยจะมุ่งศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ทำการศึกษา ในช่วงเวลาระหว่างเดือนตุลาคม 2557- กุมภาพันธ์ 2558

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ทฤษฎีทฤษฎีลำดับขั้นของแรงจูงใจของมาสโลว์ เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยา และนักคิดทั้งหลายได้นำมาประยุกต์ในการอธิบายทัศนคติ พฤติกรรม รวมถึงแรงจูงใจของมนุษย์ในการท่องเที่ยว ทำให้ทราบถึงกระบวนการคิด การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่งๆ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550)

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ เป็นประเด็นที่มีความสำคัญในด้านการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว Crompton (1979), Dann (1981), Veal (1997) และ Wahab (1975) ได้กล่าวว่า ประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและเป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Crompton (1979) ที่ได้ตั้งข้อสังเกตว่า มีความเป็นไปได้ที่จะอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและจัดกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่เป็นการยากที่จะตอบคำถามว่า ปัจจัยอะไรที่เป็นเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นักวิจัยหลายคนได้มองเห็นว่า แรงจูงใจเป็นปัจจัยหลักต้นที่สำคัญของการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว (Crompton, 1979; Fodness, 1994; Iso-Ahola, 1982) นั่นคือ แรงจูงใจเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและยังไปกว่านั้นจะทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการท่องเที่ยว (Gunn, 1988; Mill & Morrison, 1985) กล่าวคือ รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากกระบวนการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination-Choice Process) ซึ่งได้รับอิทธิพลอย่างมากจากแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมอื่นๆ (Lue et al., 1996; Um & Crompton, 1990) Moscardo et al. (1996) ได้เสนอว่า แรงจูงใจนั้นมีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมและจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือก

ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎี Travel Career Ladder ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Pearce (1988, 1991, 1993) Pearce and Caltabiano (1983) และ Moscardo and Pearce (1986) นอกจากนี้ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ทฤษฎี Plog's allocentric-psychocentric (1972, 1974, 1991) ทฤษฎี Optimal Arousal Theory ของ Iso-Ahola (1982) และทฤษฎี Leisure Motivation ของ Beard and Ragheb (1983)

ทฤษฎี Travel Career Ladder (Pearce, 1988, 1991, 1993), Pearce and Caltabiano (1983) และ Moscardo and Pearce (1986) นั้น มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีแรงจูงใจลำดับขั้นของมาสโลว์ ทฤษฎี TCL นี้อธิบายว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 5 ระดับ ได้แก่

(1) ความต้องการพักผ่อน (Relaxation Needs) โดยใช้การท่องเที่ยวเพื่อหาความเป็นอิสระตามพื้นฐานร่างกาย ได้แก่ ความต้องการให้ร่างกายได้พักผ่อน ทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลายอารมณ์ แรงจูงใจในลำดับขั้นนี้เป็นลำดับขั้นของความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical Needs)

(2) แรงจูงใจเพื่อหาความปลอดภัยมั่นคง (Safety/Security Needs) แรงจูงใจในขั้นนี้เกิดจากการที่บุคคลมีประสบการณ์ในการเดินทางเพิ่มขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยเช่นความปลอดภัยเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

(3) ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (Relationship Needs) โดยการใช้การท่องเที่ยวเพื่อหาความรักและความเป็นเจ้าของ และสร้างสัมพันธ์กับบุคคลอื่น โดยการเดินทางจะทำให้นักท่องเที่ยวได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว กลุ่มเพื่อน สังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่

(4) ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตัวเอง (Self-esteem and Development Needs) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะทำให้เขาพัฒนาตนเอง ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ หรือการเดินทางทำให้เขารู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองจากการหาการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น

(5) ความต้องการความสำเร็จหรือการบรรลุความปรารถนาของตน (Self-actualization/fulfillment Needs) ความต้องการท่องเที่ยวในลำดับขั้นนี้เกิดจากแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้บรรลุความใฝ่ฝันหรือการเดินทางท่องเที่ยวทำให้รู้จักตนเองมากขึ้น ซึ่งแรงจูงใจในลำดับขั้นนี้จะเป็นลำดับขั้นสูงสุดที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ตามทฤษฎีนี้ นักท่องเที่ยวสามารถมีแรงจูงใจได้มากกว่าหนึ่งลำดับขั้น และเมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากขึ้น เขาก็จะมีลำดับขั้นของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยผลักดันหรือแรงจูงใจ เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลหนึ่งๆ ที่จะจุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกที่เป็นลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีส่วนดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม ปัจจัยดังกล่าวนี้เรียกว่า ปัจจัยดึงดูด ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจหรือสภาพเงื่อนไขภายนอกจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยววันๆ ได้แก่

1. ลักษณะภูมิประเทศ ได้แก่ ลักษณะทางภูมิประเทศ สภาพทางภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว หรือทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2. สภาพอื่น ๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่น ๆ ที่จัดว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวนอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความหลากหลายของกิจกรรม การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นต้น

สำหรับงานศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากแต่ละกลุ่มทวีปหรือเชื้อชาติ เช่น อัศวิน แสงพิบูล (2552) แสงเดือน รตินธร (2555) ศิริเพ็ญ เอี่ยมจรรยา และกวัน วงศ์ฤดี (2557) อัจฉราพร แปลงมลาย (2557) และธนวัต กองประเสริฐ และคณะ (2557) เป็นต้น โดยที่ยังไม่มีการศึกษาใดที่วิเคราะห์ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวตามลักษณะของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตัวอย่างในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากร นักท่องเที่ยวจากข้อมูลค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของกรมการท่องเที่ยว ในปี 2553- 2557 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2,140,437 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2557) และใช้สูตรของ Taro Yamané ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamané, 1973) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และทำการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgment or Purposive Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงรายที่อยู่ในขอบเขตการศึกษาอย่างน้อย 2 สถานที่จากแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 5 แหล่งในอำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ได้แก่ สามเหลี่ยมทองคำ ทะเลสาบเชียงแสน วนอุทยานถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน ถ้ำปุม-ถ้ำปลา และไร่ชาฉุยฟง โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษา

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวในส่วนของคุณสมบัติทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับชุดคำถามด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกและแรงจูงใจด้านดิ่งที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นชุดคำถามที่มีการอ้างถึงในการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Crompton (1979), Fodness (1994), Iso-Aloha (1982), Correia and Pimpao (2008), Correia and Valle (2007) และ Mohammad and Som (2010) โดยจะใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบในการสกัดตัวแปรปัจจัยหลักต้นและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจข้อมูลของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.0 และเพศหญิง ร้อยละ 48.0 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18-24 ปี และ 25-34 ปี รวมเป็นร้อยละ 60.0 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไปมีสัดส่วนน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 12.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.8 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 30.8 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 24.8 รายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 13.5 รายได้มากกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 13.3 รายได้ 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 12.8 และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่แล้วเป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภาคเหนือ ร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ 26.8 ส่วนร้อยละของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ มีค่าไม่ต่างกันมากนัก

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.3 เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติ รองลงมาคือ มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 31.0 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 57.0 ระยะเวลาในการพำนักร้อยละ 1-3 วัน ร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ 3-5 วัน ร้อยละ 40.5 โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 65.5 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย และมีประสบการณ์การเดินทางเชื่อมโยงต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านถึงร้อยละ 50 โดยได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายจากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับจากเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 26.6 ในจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างนี้ ร้อยละ 70.8 มีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงรายมากกว่า 3,000 บาท

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

เมื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจัดอันดับความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า จำนวน 152 คนมีความเห็นว่าจังหวัดเชียงรายมีความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น ในขณะที่อีก 132 คนเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นที่สุดในจังหวัดเชียงราย สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 38.0 มีความเห็นว่า ความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต มีความเป็นไปได้และน่าสนใจที่สุด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 29.5

สำหรับผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงรายพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนศักยภาพด้านการให้บริการการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.190 รองลงมา ได้แก่ ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.098 ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยว (มิติด้านความเป็นเจ้าบ้าน) มีคะแนนเฉลี่ย 4.024

ศักยภาพการจัดการด้านการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.007 และศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 3.942

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงรายนั้น ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันมีจำนวน 17 ข้อและข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวมีจำนวน 35 ข้อ โดยผู้วิจัยได้ทำการวัดคุณภาพความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามว่าแต่ละข้อคำถามในแต่ละด้านของปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดมีความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) หรือไม่ โดยการหาค่า Cronbach's Alpha ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามในขั้นตอนของการทำ pre-survey โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วทำการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ในแต่ละชุดคำถามด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด พบว่าชุดคำถามด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.904 และ 0.970 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดมีความสอดคล้องภายในเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978) จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามฉบับจริงไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเชียงรายจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อค้นหาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

เมื่อสกัดหาจำนวนองค์ประกอบหลักของข้อคำถามทางด้านปัจจัยดึงดูดทั้ง 17 ปัจจัยจะได้ 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) องค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากภาระงานประจำหรือสภาวะแวดล้อมเดิม (2) องค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับการสำรวจความแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความตื่นเต้น (3) องค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว และ (4) องค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับการเข้าถึงและความสะดวกสบายระหว่างบุคคล ซึ่งทั้ง 4 องค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนรวมของปัจจัยเดิมทั้ง 17 ปัจจัยได้ถึง 70.015% คำนวณหาองค์ประกอบ (Factor Loading) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัยกับองค์ประกอบ มีค่าเกิน 0.50 สำหรับค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าระหว่าง ± 0.30 และ ± 0.4 ถือว่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ โดยค่าที่มากกว่า ± 0.5 ถือว่า มีนัยสำคัญเชิงปฏิบัติ (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554) และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.746, 0.790, 0.839 และ 0.731 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าที่มากกว่า 0.70 ตามที่ Nunnally (1978) แนะนำ โดยองค์ประกอบที่ 1 เป็นปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลมากที่สุด มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 4.556 หรือสามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรเดิมได้เท่ากับ 26.798% รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบที่ 2, 3 และ 4 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 1

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย มีขั้นตอนการวิเคราะห์เช่นเดียวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยผลักดันข้างต้น ประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดในแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 35 ประเด็น โดยจะครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสาธารณูปโภคของแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ตามข้อค้นพบจากงานวิจัยของ Crouch et al. (2004) ที่พบว่า ปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว นั้น สามารถสรุปได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และ (2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ประกอบด้วย การให้บริการด้าน

การท่องเที่ยวและการขนส่ง การให้บริการด้านที่พัก การให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและ
สันทนาการ ร้านค้าของที่ระลึก และการให้บริการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ผลการศึกษาพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวทั้ง 35 ประเด็นเมื่อนำมา
วิเคราะห์หาค่าจำนวนองค์ประกอบ จะได้จำนวนองค์ประกอบทั้งสิ้น 6 องค์ประกอบซึ่งสามารถอธิบาย
ความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่างได้ถึง 75.143% ผู้วิจัยได้ทำการตั้งชื่อให้แต่ละองค์ประกอบโดย
พิจารณาตามความคล้ายคลึงของปัจจัยที่อยู่ในองค์ประกอบและตามโครงสร้างของทฤษฎีแรงจูงใจใน
การท่องเที่ยว ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 เป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวด้าน
ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 2 เป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัย
เกี่ยวกับสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวด้านการให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 3
เป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึง
แหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 4 เป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว
ด้านที่พักและการให้บริการด้านอาหาร องค์ประกอบที่ 5 เป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับ
สิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ องค์ประกอบที่ 6 เป็น
องค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวด้านความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัย
ทางด้านเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบที่ประกอบด้วยปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการ
ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง
เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 6.635 หรือ
สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรเดิมได้เท่ากับ 18.957% ดังแสดงในตารางที่ 2 และค่า
สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.899, 0.952, 0.843, 0.898, 0.908
และ 0.903 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงถึงความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในแต่ละองค์
ประกอบของปัจจัยดึงดูด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงรายพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม
ตัวอย่างให้คะแนนศักยภาพด้านการให้บริการการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว
มากที่สุด และนักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
ในการเดินทาง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลว่า ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรจะมี
ส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการสอดแทรกกิจกรรมเกี่ยวกับ
วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น การประกอบอาชีพ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลายและ
การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนกับธรรมชาติด้วยการบริหารจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน เนื่องจากจะได้ลดปัญหา
ความไม่เพียงพอของที่พักรับรองในช่วงเทศกาลและความไม่สะดวกในการเดินทางเข้าออกจากแหล่งท่องเที่ยวไป
ยังที่พักที่อยู่ห่างออกไป

จากการวิเคราะห์หาองค์ประกอบด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเดินทาง
เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยผลักดัน ประกอบด้วย องค์
ประกอบด้านความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำหรือสภาวะ
แวดล้อมเดิม องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความต้องการสำรวจสิ่งแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความตื่นเต้น
องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว และองค์ประกอบที่เกี่ยวกับ
ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการเข้าสู่สังคมและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยปัจจัยที่เกี่ยวกับ
การพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำหรือสภาวะแวดล้อมเดิม เป็นปัจจัย
แรงผลักดันที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ
ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันด้านความต้องการในการสำรวจสิ่งแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความตื่นเต้น

สำหรับปัจจัยดึงดูด สามารถสกัดได้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านที่พักและการให้บริการด้านอาหาร องค์ประกอบด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ องค์ประกอบด้านความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ โดยองค์ประกอบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านการให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านที่พักและการให้บริการด้านอาหาร องค์ประกอบด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ และองค์ประกอบด้านความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ดังนั้น หากจังหวัดเชียงรายต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้วควรที่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศเพื่อนบ้าน และการผสมผสานกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้ากับการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น อีกทั้งหน่วยงานรัฐบาลและเอกชนควรสร้างระบบและการให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวข้ามแดนที่มีประสิทธิภาพ การเพิ่มขีดความสามารถและคุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่/พนักงาน และการให้บริการข้อมูลที่มีคุณภาพ มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบันซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยผลึกต้นในการท่องเที่ยว (ต่อ)

	ประเด็นผลึกต้นในการท่องเที่ยว	ดัชนีชี้วัด	องค์ประกอบที่ 4 การเข้าถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (C4)	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของปัจจัยหลักต้นในแต่ละองค์ประกอบ								% ที่แต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรเดิมได้	
				ก่อนหมุนแกนปัจจัย				หลังหมุนแกนปัจจัย				ก่อนหมุนแกนปัจจัย	หลังหมุนแกนปัจจัย
				C1	C2	C3	C4	C1	C2	C3	C4		
5	ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการเข้าสู่สังคมของคุณ หรือไม่ทำให้คุณรู้สึกแปลกแยกจากกลุ่มสังคม	3.84	.747	.489	.547	.289	.329				.807		
6	ท่านเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้เพราะจะได้รู้เรื่องราวหรือประสบการณ์ที่เหมือนกับกลุ่มเพื่อน	3.77	.707	.369	.674	.201	.363				.848		
17	การเดินทางท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้เป็นโอกาสที่ทำให้ท่านได้พบปะผู้คนหรือเพื่อนใหม่ที่มีความชอบหรือความสนใจเดียวกัน	3.63	.877	.321	.582		.224	.237			.677		
Total Variance Explained												6.306	13.280
													70.015

ที่มา: จากการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

	ประเด็นปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว	ดัชนีชี้วัด	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของปัจจัยหลักต้นในแต่ละองค์ประกอบ												% ที่แต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรเดิมได้	
			ก่อนหมุนแกนปัจจัย						หลังหมุนแกนปัจจัย							
			C1	C2	C3	C4	C5	C6	C1	C2	C3	C4	C5	C6		ก่อนหมุนแกนปัจจัย
องค์ประกอบที่ 1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว (C1)																
1	ความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.37	.663	.661	.532				.819	.272					50.045	18.957
2	สภาพภูมิอากาศของเขียงรายเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.32	.699	.685	.525				.844	.262						
3	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในเขียงรายเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.31	.674	.720	.441	.234			.810	.261						
4	การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.24	.739	.703	.378	.239			.746	.217				.231		
5	ความต้องการมีส่วนร่วม และเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่น มีส่วนในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.12	.774	.717		.256			.599	.231	.312		.359			
6	เอกลักษณ์และความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.21	.702	.750	.284	.235			.684	.238	.268		.310			

ตารางที่ 2 (ต่อ) การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่

ประเด็นปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว	DS	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของปัจจัยหลักต้นแบบแต่ละองค์ประกอบ										% ที่แต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรต้นได้			
		ก่อนหมุนแกนปัจจัย						หลังหมุนแกนปัจจัย							
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C1	C2	C3	C4	C5	C6		
องค์ประกอบที่ 1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจการการท่องเที่ยว (C1) (ต่อ)												50.045	18.957		
7	ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสภาพความสวยงามทางกายภาพเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.27	.683					.249		.750		.213		.286	
8	เที่ยวชมเป็นจังหวัดชายแดนที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทยที่มีที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมสำหรับการเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับ GMS	4.24	.666			.265		.342	.624	.269	.428				
9	การพัฒนาความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน มีส่วนต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.24	.655			.295		.343	.623	.282	.504				
องค์ประกอบที่ 2 ด้านการให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว (C2)												8.259	18.502		
22	ระบบและการให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวข้ามแดนที่มีประสิทธิภาพ เช่น การให้บริการออกบัตรผ่านแดนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การออก Single Visa ให้แก่นักท่องเที่ยวของประเทศที่สาม และ Visa on Arrival	4.12	.671	.789						.429	.506		.392		
23	ความสามารถและคุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่พนักงานเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.10	.669	.778		-.310				.359	.760				
24	การให้บริการข้อมูลที่มีคุณภาพ มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	4.08	.663	.790		-.385				.295	.810				
25	ความมีคุณภาพในการนำเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	4.08	.665	.791		-.371				.289	.780		.212	.206	
26	จังหวัดเชียงใหม่ช่วยอำนวยความสะดวกและบริหารจัดการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ	4.04	.691	.785		-.379	-.207			.243	.814				
27	เว็บไซต์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนสมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน และมีส่วนช่วยในการวางแผนการท่องเที่ยว	4.01	.692	.777		-.356	-.208			.202	.782	.224		.204	
28	จังหวัดเชียงใหม่มีการให้บริการทางการเงินระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ	4.06	.660	.765		-.332					.751	.294		.211	
องค์ประกอบที่ 3 ด้านการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (C3)												5.951	12.204		
10	จังหวัดเชียงใหม่มีระบบขนส่งที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็วและมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางที่เพียงพอต่อความต้องการ	4.06	.737	.709		.224		.252	.234	.414	.311	.613			
11	การที่จังหวัดเชียงใหม่มีจังหวัดชายแดนที่มีความได้เปรียบจากกระบวนการขนส่งเครือข่าย Logistic เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	3.94	.756	.683		.324	.321	.214	.271	.733	.239				

ตารางที่ 2 (ต่อ) การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

ประเด็นปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว		เฉลี่ย	DS	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของปัจจัยหลักด้านแต่ละองค์ประกอบ												% ที่แต่ละองค์ประกอบ อธิบายความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรเดิมได้			
				ก่อนหมุนแกนปัจจัย						หลังหมุนแกนปัจจัย									
				C1	C2	C3	C4	C5	C6	C1	C2	C3	C4	C5	C6				
12	ความหลากหลายของระบบขนส่ง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟ เป็นสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	3.82	.718	.583	.518	.322	.233					.793	.260						
13	ระบบสาธารณูปโภคที่ได้มาตรฐาน เช่น ระบบน้ำประปา ระบบ ไฟฟ้า เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว	3.81	.653	.506	.562	.282	.214					.769	.293						
14	เทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารในจังหวัดเชียงรายมีความทันสมัยและสามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.88	.690	.616	.460	.254						.684	.369			.243			
องค์ประกอบที่ 4 ด้านที่พักและการให้บริการด้านอาหาร (C4)																			
15	ความมีมาตรฐานของสถานที่พักเป็นสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	3.95	.723	.737	.262						.257	.259	.365	.673					
16	ความหลากหลายของระดับของสถานที่พักและราคา	3.95	.629	.685	.287							.241	.287	.759					
17	การให้บริการที่มีประสิทธิภาพของบุคลากรในธุรกิจด้านสถานที่พักเป็นสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว	3.92	.673	.697	.298							.201	.291	.732					
18	ราคาค่าสถานที่พักในจังหวัดเชียงรายเป็นราคาที่ดีและเหมาะสม	3.96	.642	.720	.264							.206	.265	.261	.726				
19	ร้านอาหารและเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	4.07	.674	.784								.360	.506	.528					
20	ความมีมาตรฐานทางสุขอนามัย สะอาด ถูกสุขลักษณะ และมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.97	.733	.758								.284	.432	.287	.469				
21	ร้านอาหาร กัดอาคาร และสถานที่จำหน่ายอาหารประเภทอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียงที่เพียงพอต่อการรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว	4.17	.696	.708								.434	.293	.536					
องค์ประกอบที่ 5 ด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ (C5)																			
29	การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว	3.89	.677	.568	.264			.581						.223		.827			
30	ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารอย่างครอบคลุมในพื้นที่ และเทคโนโลยีที่จำเป็นและเพียงพอต่อการสนับสนุนข้อมูลการท่องเที่ยว	3.85	.703	.574	.332		.600						.231			.871			
31	สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายทั้งสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ ทั้งก่อนการเดินทางและระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว	3.90	.675	.559	.354		.543						.221			.824			
															3.678	8.270			

ตารางที่ 2 (ต่อ) การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

ประเด็นปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว												DS		ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของปัจจัยหลักต้นในแต่ละองค์ประกอบ						% ที่แต่ละองค์ประกอบอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมได้									
												ปัจจัย	ก่อนหมุนแกนปัจจัย						หลังหมุนแกนปัจจัย						ก่อน	หลัง			
													C1	C2	C3	C4	C5	C6	C1	C2	C3	C4	C5	C6					
องค์ประกอบที่ 6 ด้านความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (C6)																													
จังหวัดเชียงรายมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก โดยเฉพาะมูลค่าการค้าเจริญเติบโตของเศรษฐกิจการค้าชายแดนที่มีด่านถาวร 4 ด่านใน 3 อำเภอ ทำให้จังหวัดเชียงรายมีความสำคัญและมีบทบาททางเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบนของไทย เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดนี้												4.27	.633	.726						-.358	.380	.448					.581		
ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดและเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน												4.11	.718	.723					.234	-.292	.255	.370	.319		.244	.546			
ความมั่นคงทางด้านการเมืองท้องถิ่น และการรักษาความสงบเรียบร้อยตามชายแดนติดต่อดังประเทศเพื่อนบ้าน												4.19	.678	.752					.275	-.342	.256	.405	.308		.260	.619			
ความคุ้มค่าเงิน												4.23	.672	.775					.236	-.286	.308	.443	.286		.229	.557			
Total Variance Explained																												75.143	

ที่มา: จากการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ

บรรณานุกรม

- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดเชียงราย. (2559). ข้อมูลการค้าชายแดน. ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ. สืบค้น 16 เมษายน 2559, จาก <http://www.chiangrai.net/dashboard14/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545. วันที่ 7-9 มีนาคม พ.ศ. 2545 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์. กรุงเทพมหานคร : กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนวัต กองประเสริฐ, สมชนก ภาสกรจิรัส และพันธุ์มดี เกตวันดี. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภชนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการ, 31(2), 1-33.
- ศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา และกวิณ วงศ์ฤดี. (2557). ปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึงดูดต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 18(2), 84-104.
- แสงหล้า ชัยมงคล. (2554). การใช้ Factor Analysis ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป. โครงการ Research Zone (2011): Phase 52. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ศูนย์บริการให้ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย (2559). แหล่งท่องเที่ยวเชียงราย. สืบค้น 1 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.tourismchiangrai.com/>
- อัจฉราพร แปลงมลาย. (2556). จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2552). การวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Beard, J.G. & Ragheb, M.G. (1983). Measuring Leisure Motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.
- Correia, A., & Pimpao, A. (2008). Decision-making Processes of Portuguese Tourist Travelling to South America and Africa. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 2(4), 245-357.
- Correia, A., & Valle, P. O. (2007). Why People Travel to Exotic Places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 45-58.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Crouch, G.I., Perdue, R.R., Timmermans, H.J.P. & Uysal, M. (2004). Building Foundations for Understanding the Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure In G.I. Crouch, R.R. Perdue, H.J.P. Timmermans (Ed.). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, 3, 1-10. CABI Publishing.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-194.
- Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Gunn, C.A. (1988). Vacation scape: *Designing tourist regions*. 2nd Edition. Van Nostrand Reinhold, New York

- Iso-Ahola, S. E. (1982). Towards a Social Psychology Theory of Tourism Motivation. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Lue, C.-C., Crompton, J. L., & Stewart, W. P. (1996). Evidence of Cumulative Attraction in Multidestination Recreational Trip Decisions. *Journal of Travel Research*, 35(1), 41-49.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985). *The Tourism System: An Introductory*. Engelwood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Mohammad, B. A. M. A. & Som, A. P. M. (2010). An analysis of push and pull travel Motivation of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50.
- Moscardo, G. M., & P. L. Pearce. (1986). Historical Theme Parks: An Australian Experience in Authenticity. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 467-479.
- Moscardo, G., Morrison, A.M.; Pearce P.L.; Lang C.-T. & O'Leary J.T. (1996). Understanding Vacation Destination Choice Through Travel Motivation and Activities. *Journal of Vacation Marketing*, 2(2), 109-122.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw- Hill.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer Verlag.
- Pearce, P. L. (1991). *Analyzing Tourist Attractions*. *Journal of Tourism Studies*, 2(1), 46-52.
- Pearce, P. L. (1993). Fundamentals of Tourist Motivation. In *Tourism Research: Critiques and Challenges*, D. Pearce, R. Butler, eds., 113-134. London: Routledge
- Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). Inferring Travel Motivation from Travelers' Experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2), 16-20.
- Plog, S. (1972). *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity*. Paper Presented at the Travel Research Association Southern California Chapter, Los Angeles.
- Plog, S. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administrative Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Plog, S. (1991). *Leisure Travel: Making it a Growth Market..Again!*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Um, S. & Crompton, J.L. (1990). Attitude Determinants in Tourism Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- Veal, A. J. (1997). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide* (2nd Edition). London: Financial Times-Prentice Hall.
- Wahab, S.E. (1975). *Tourism Management*. London: Tourism International Press.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2002). *Sustainable Development of Tourism*. Retrieved January 2, 2016, from <http://sdt.unwto.org/content/ecotourism-and-protected-areas>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Edition). New York: Harper and Row Publication.