

ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของจุดหมายปลายทาง โลจิสติกส์การท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่มีต่อความตั้งใจ ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่

Structural relationships among destination attributes, tourism logistics, and travel motivation influencing tourists' intention to visit Chiang Rai via the new railway route

Received: January 23, 2026

Revised: March 26, 2026

Accepted: March 27, 2026

ขวัญเรือน สิ้นณรงค์*

Kwanruen Sinnarong*

ไพโรจน์ ดัวงนาค**

Pairoj Duangnakorn**

วัชร วัชรนารวี***

Watchara Watanarawee***

*, **, ***คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*, **, ***Faculty of Industrial Technology, Chiang Rai Rajabhat University

*Kwanreun.sin@crru.ac.th

**Pairoj.dua@crru.ac.th

***Watchara.wat@crru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โลจิสติกส์การท่องเที่ยว ความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ และศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของจุดหมายปลายทาง โลจิสติกส์การท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่มีต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ โดยประชากรในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2,070,061 คน ตัวอย่างที่เก็บได้จริง จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น โดยนำเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างที่เก็บได้จริงส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน และนิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน 2-3 คน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบเชิงยืนยันของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว องค์ประกอบเชิงยืนยันของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบเชิงยืนยันของด้านความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่ มีค่า K.M.O. และการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ผ่านเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทุกองค์ประกอบ และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ พบว่าค่าสถิติในการตรวจสอบโมเดลผ่านเกณฑ์ทุกองค์ประกอบ สำหรับผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้างพบว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($p = .000$) ค่าสถิติตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ($\chi^2/df = 2.255$, CFI = 0.982, TLI = 0.975, RMSEA = 0.056) ทั้งนี้ ปัจจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่เด่นชัด-เชิงของในระดับสูงที่สุด โดยมีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.926 สะท้อนถึงความสำคัญของการจัดการระบบขนส่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: โลจิสติกส์การท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความตั้งใจในการท่องเที่ยว รถไฟสายใหม่ จังหวัดเชียงราย

Abstract

This research aimed to analyze the components of tourist attractions in Chiang Rai Province, tourism logistics, tourists' intention to visit Chiang Rai Province via the new railway line, and to examine the structural relationships among destination attributes, tourism logistics, and motivational factors influencing travel intention to Chiang Rai Province by the new railway. The study population comprised 2,070,061 Thai tourists visiting Chiang Rai Province, with a stratified random sample of 400 respondents. Data were collected through questionnaires administered at tourist attractions across the province.

The findings revealed that the majority of respondents were male, employed in the private sector, and preferred traveling in groups of two to three friends. Confirmatory Factor Analysis (CFA) was conducted to assess the construct validity of four measurement models: tourist attraction attributes in Chiang Rai Province, tourism logistics factors influencing travel

behavior, travel motivation, and intention to visit Chiang Rai Province via the new railway line. All components demonstrated statistically significant Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) values and passed Bartlett's Test of Sphericity at the .05 significance level. The relationships between latent variables and observed variables met all specified criteria.

The Structural Equation Modeling (SEM) analysis indicated that the proposed model achieved an acceptable fit with the empirical data at the 0.001 level of statistical significance ($p = .000$), with fit indices satisfying all established thresholds ($\chi^2/df = 2.255$, CFI = 0.982, TLI = 0.975, RMSEA = 0.056). Notably, tourism logistics factors exerted the highest direct influence on tourists' intention to visit Chiang Rai Province via the Den Chai–Chiang Khong railway line, yielding a total effect of 0.926. These results underscore the critical role of transportation system management in shaping tourist intention.

Keywords: Tourism Logistics, Travel Motivation, Tourists' Intention, New Railway Route, Chiang Rai Province

บทนำ

ในยุคที่การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญของไทย การพัฒนาระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยหลักส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โครงการรถไฟทางคู่สายเหนือเชื่อมกรุงเทพฯ-เชียงใหม่-เชียงรายจะเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์การท่องเที่ยวภาคเหนืออย่างมีนัยสำคัญ (กรมการขนส่งทางบก, 2566) จังหวัดเชียงรายมีเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติที่หลากหลาย และเป็นประตูสู่อนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย, ม.ป.ป.) อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับระบบขนส่งเพียงอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาองค์ประกอบซับซ้อนของระบบการท่องเที่ยว ได้แก่ คุณลักษณะจุดหมายปลายทาง ระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีองค์ประกอบของจุดหมายปลายทาง (Destination Mix Theory) ระบุว่า ความสำเร็จขึ้นอยู่กับการบูรณาการแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง และกิจกรรม (Buhalis, 2000; Cooper et al., 2008) ระบบโลจิสติกส์มีบทบาทเชื่อมโยงการเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว สินค้า บริการ และข้อมูล ส่งผลต่อประสบการณ์โดยรวม การศึกษาชี้ว่า การท่องเที่ยวส่งผลเชิงโครงสร้างต่อระบบโลจิสติกส์ โดยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการไหลของทรัพยากร (Tachaphan et al., 2024) การจัดการห่วงโซ่อุปทานเผชิญความท้าทายเฉพาะพื้นที่ จำเป็นต้องออกแบบโมเดลโลจิสติกส์หลายขั้นตอนเพื่อลดต้นทุนและผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Lohmann & Duval, 2014) ระบบต้องรองรับกระแสผู้โดยสารที่ผันผวนตามฤดูกาล (Gao et al., 2025) การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศจัดการข้อมูล Real-time ยกระดับประสิทธิภาพ (Gretzel et al., 2015) และหลักการพัฒนายั่งยืนเน้นการรักษาสมดุลระหว่างความต้องการกับการอนุรักษ์ทรัพยากร (Gössling et al., 2021)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจเดินทาง ทฤษฎีแรงผลักดันและแรงดึงดูด (Push-Pull Theory) อธิบายว่า พฤติกรรมเกิดจากแรงผลักดันภายใน เช่น ความต้องการพักผ่อน และแรงดึงดูดภายนอก เช่น สถานที่น่าสนใจ (Crompton, 1979; Dann, 1977) โดยแรงดึงดูดมีอิทธิพลมากกว่าแรงผลักดัน (Dalkhjav et al., 2024) ความต้องการทางจิตใจภายในเพิ่มแรงจูงใจไปสู่ความตั้งใจเดินทางมากขึ้น โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤต (Zenker & Kock, 2020) ความสอดคล้องระหว่างเป้าหมายส่วนบุคคลและ

แรงจูงใจมีผลอย่างมีนัยสำคัญ (Hung & Petrick, 2012) และการโฆษณาออนไลน์มีบทบาทยกระดับแรงจูงใจ (Khalil et al., 2024)

ในบริบทรถไฟ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดสบาย ความปลอดภัย ราคา และประสบการณ์ (Chen & Hall, 2011) รถไฟมีข้อได้เปรียบด้านสิ่งแวดล้อมและชมทิวทัศน์ (Stradling et al., 2007) โลจิสติกส์ทำหน้าที่เป็นกลไกสนับสนุนหลักช่วยเพิ่มความสะดวกเข้าถึงจุดหมายปลายทาง (Alkema & Koziichuk, 2024) การขนส่งเป็นปัจจัยหลักมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางร่วมกับองค์ประกอบอื่น (Wang et al., 2021) การประสานงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียช่วยส่งเสริมคุณภาพผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Wang et al., 2022) และโลจิสติกส์อำนวยความสะดวกส่งผลต่อความตั้งใจเดินทาง (Harif et al., 2022; Lohmann & Duval, 2014)

โครงการรถไฟทางคู่สายใหม่ เส้นทางเด่นชัย-เชียงราย-เชียงของ ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมที่เชื่อมโยงภาคเหนือตอนบนสู่ระดับภูมิภาค การตระหนักถึงการพัฒนาเส้นทางเดินรถไฟนี้จะนำมาซึ่งโอกาสมหาศาลในการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากแนวเส้นทางที่พาดผ่านพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงทั้งด้านธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม จะทำหน้าที่เป็นตัวเร่งการกระจายนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างจุดหมายปลายทางให้มีความไร้รอยต่อมากขึ้น ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและสร้างโอกาสทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในอนาคต

จากการทบทวนวรรณกรรม พบช่องว่างในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างองค์ประกอบจุดหมายปลายทางโลจิสติกส์ และแรงจูงใจที่มีต่อความตั้งใจเดินทางโดยรถไฟสายใหม่ โดยเฉพาะในบริบทไทย การศึกษานี้มีความจำเป็นเต็มเต็มช่องว่างทางวิชาการและสามารถนำไปกำหนดนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเชียงรายได้ การบูรณาการการวางแผนเชิงพื้นที่ เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยสำคัญสร้างสมดุลระหว่างการตอบสนองความต้องการกับการรักษาเสถียรภาพระบบโลจิสติกส์ (Tadić et al., 2012) โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเป็นสะพานเชื่อมความคาดหวังกับการส่งมอบบริการ มีบทบาทกำหนดแรงจูงใจและส่งเสริมการเติบโตที่ยั่งยืนในตลาดแข่งขันสูง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โลจิสติกส์การท่องเที่ยว ความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่
2. ศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของจุดหมายปลายทาง โลจิสติกส์การท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่มีต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนากระบวนการขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โครงการรถไฟทางคู่สายเหนือที่เชื่อมต่อกกรุงเทพฯ-เชียงใหม่-เชียงรายเป็นโครงการโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์การท่องเที่ยวในภาคเหนืออย่างมีนัยสำคัญ (กรมการขนส่งทางบก, 2566) จังหวัดเชียงรายในฐานะจุดหมายปลายทางที่มีเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเป็นประตูสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงจากระบบรถไฟสายใหม่ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย, ม.ป.ป.)

ทฤษฎีองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Destination Mix Theory) ระบุว่าความสำเร็จของจุดหมายปลายทางขึ้นอยู่กับกระบวนการของปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง และกิจกรรม (Buhalis, 2000; Cooper et al., 2008) ระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกให้กับการเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว สินค้า บริการ และข้อมูล ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวส่งผลกระทบเชิงโครงสร้างต่อระบบโลจิสติกส์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการไหลของวัสดุ พลังงาน ข้อมูล และผู้คน (Tachaphan et al., 2024) การจัดการห่วงโซ่อุปทานต้องเผชิญความท้าทายเฉพาะพื้นที่ เช่น ความแออัด ซึ่งจำเป็นต้องออกแบบโมเดลโลจิสติกส์แบบหลายขั้นตอนเพื่อลดต้นทุนและผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Lohmann & Duval, 2014)

ระบบโลจิสติกส์ต้องรองรับการไหลของผู้โดยสารที่ผันผวนตามฤดูกาลและการจัดการที่จ่อตรงที่มีคุณภาพ (Gao et al., 2025) การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยจัดการข้อมูลแบบ Real-time เป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพ (Gretzel et al., 2015) หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องรักษาสสมดุลระหว่างการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากร (Gössling et al., 2020)

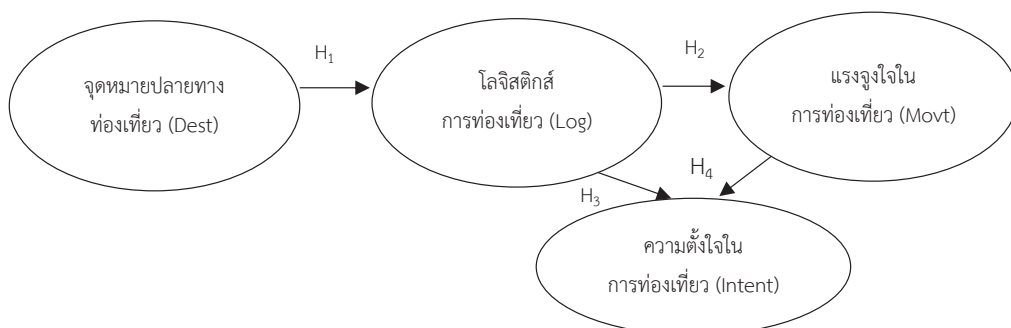
ทฤษฎีแรงผลักดันและแรงดึงดูด (Push-Pull Theory) อธิบายว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากแรงผลักดันภายใน เช่น ความต้องการพักผ่อน และแรงดึงดูดภายนอก เช่น สถานที่น่าสนใจ (Crompton, 1979; Dann, 1977) การศึกษาพบว่า แรงดึงดูดภายนอกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมากกว่าแรงผลักดันภายใน (Dalkhjav et al., 2024) ความต้องการทางจิตใจภายในมีแนวโน้มเพิ่มแรงจูงใจซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจในการเดินทาง (Zenker & Kock, 2020)

โลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเดินทางอย่างยิ่ง โดยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงจุดหมายปลายทางและสนับสนุนบริการด้านการขนส่ง ที่พัก และการประสานงานทัวร์ (Alkema & Koziichuk, 2024) การขนส่งเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจร่วมกับความปลอดภัย ราคา และแหล่งท่องเที่ยว (Wang et al., 2021)

การศึกษานี้มีความจำเป็นในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างองค์ประกอบของจุดหมายปลายทาง โลจิสติกส์การท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่มีต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

H₁: จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่

H₂: โลจิสติกส์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่

H₃: โลจิสติกส์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่

H₄: แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2,070,061 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย, ม.ป.ป.) เนื่องจากมีความสอดคล้องกับบริบทการพัฒนาโครงการรถไฟสายใหม่ที่เน้นการเชื่อมต่อโครงข่ายภายในประเทศเป็นสำคัญ ทั้งยังช่วยให้งานวิจัยสามารถเจาะลึกแรงจูงใจและพฤติกรรมการเดินทางที่เป็นลักษณะเฉพาะของคนไทยได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ได้ผลสรุปที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางนโยบายพัฒนาโลจิสติกส์และยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายให้ยั่งยืนและตรงจุดที่สุด โดยนำมาคำนวณขนาดตัวอย่างจากเว็บไซต์ <https://www.qualtrics.com/articles/strategy-research/calculating-sample-size> ที่ระดับค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 385 ตัวอย่าง และเมื่อคำนวณตามหลักเกณฑ์ของ Hair et al. (2006) ซึ่งกำหนดไว้ว่า ขนาดตัวอย่างควรมี 15 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งในการศึกษานี้มีจำนวนสังเกตได้ จำนวนตัวแปรหรือ หรือ $14=14*15=210$ ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย นอกจากนี้หากใช้สูตรของ Cochran (1977) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในการคำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับประชากรจำนวนมากซึ่งมีสูตรดังนี้

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดย

n₀ คือ ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)

p คือ สัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจ (กำหนดเป็น 0.5 เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างสูงสุด)

q คือ สัดส่วนประชากรที่เหลือ (1 - p = 0.5)

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.05 หรือ 5%)

แทนค่าในสูตร

$$n_0 = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

จะได้

$$n_0 = 384.16$$

จากนั้น เมื่อทราบขนาดประชากรที่แน่นอน (N) คือ 2,070,061 คน จึงใช้การปรับแก้สำหรับประชากรที่มีจำนวนจำกัด (Finite Population Correction) ตามสูตร

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}}$$

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{384.16}{1 + \frac{(384.16 - 1)}{2,070,061}}$$

จะได้

$$n = 384.16$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 ตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมทุกวิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างจากจำนวนตัวอย่างที่ได้ สุ่มตัวอย่าง (Sampling) แบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยเลือกสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม มีการท่องเที่ยวตลอดปี รวมทั้งเป็นสถานที่ที่มีสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยสูง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเป็นตัวแทนของประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้กลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้จริงจำนวน 400 คน ดังนี้

ตารางที่ 1

จำนวนตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยว

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนตัวอย่าง
1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา	120 คน
2) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	40 คน
3) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	40 คน
4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	80 คน
5) การท่องเที่ยวเชิงเมืองและวิถีชีวิต	80 คน
6) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	40 คน
รวม	400 คน

ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2569 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มิวันหยุดยาว มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นจำนวนมาก และสอดคล้องกับระยะเวลาการดำเนินการวิจัยที่เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale เป็นข้อคำถามในตัวแปรที่ใช้การวิจัย

จำนวนรวมทั้งสิ้น 28 ข้อ จาก 4 ปัจจัยหลัก ความคิดเห็นที่แสดงถึงความสำคัญของผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ และความคิดเห็นในการนำไปเป็นปฏิบัติ 5 ระดับ โดยคะแนนที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามระดับ โดยยึดหลักเกณฑ์ของ Best and Kahn (1993) ซึ่งมีค่าคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับน้อยที่สุด

ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้วยเทคนิค IOC ซึ่งพิจารณาค่าถามค่า IOC ที่มากกว่า 0.6 และวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.896

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน เป็นผู้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟกับเพื่อน โดยนิยมเดินทางเป็นกลุ่มจำนวน 2–3 คน และมีความเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เห็นความสำคัญของโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว รวมทั้งความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความสำคัญ
Dest	จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว	4.24	0.500	มากที่สุด
Log	โลจิสติกส์การท่องเที่ยว	4.191	0.490	มากที่สุด
Movt	แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	4.12	0.448	มากที่สุด
Intent	ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	4.19	0.469	มากที่สุด

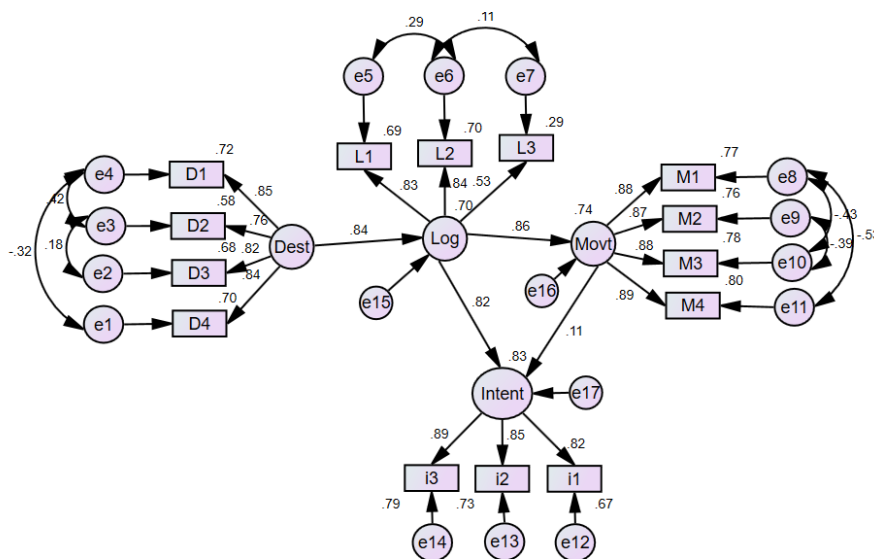
สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบเชิงยืนยันของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยว องค์ประกอบเชิงยืนยันของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบเชิงยืนยันของความตั้งใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่

เด่นชัย-เชียงของ พบว่า มีค่า K.M.O. มากกว่า 0.5 และการทดสอบแบบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Approx. Chi-Square มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ทุกองค์ประกอบ แสดงว่า ตัวอย่างมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้

เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ หลังการปรับค่าโมเดล พบว่า ค่าสถิติในการตรวจสอบโมเดลส่วนใหญ่ ได้แก่ ค่า P-value, χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA, และ HOELTER ผ่านเกณฑ์ทุกองค์ประกอบ จึงสรุปได้ว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถนำไปวิเคราะห์ผลการเชิงโครงสร้างได้ และเมื่อทดสอบความเหมาะสมของตัวอย่างในโมเดล พบว่า ค่า K.M.O. มีค่าเท่ากับ 0.919 ซึ่งมากกว่า 0.5 และค่า P-value จากการทดสอบแบบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Approx. Chi-Square เท่ากับ 3331.543, df เท่ากับ 55 โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 แสดงว่า ตัวอย่างมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ผลการเชิงโครงสร้างได้ คณะผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ผลการเชิงโครงสร้างเพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวโดยรถไฟสายใหม่ แสดงดังในภาพที่ 1

ภาพที่ 1

แบบจำลองหลังปรับปรุงโมเดล



P-Value = .000, Chi-square = 146.592, DF = 65,
Chi-square/DF = 2.255, GFI = .952, AGFI = .922,
RMR = .008, RMSEA = .056, NFI = .968
CFI = .982, TLI = .975, HOELTER = 231.000

ตารางที่ 3

ผลสถิติจากสมการเชิงโครงสร้าง

Indicator		Factor	Standardized Regression Weights (β)		Squared Multiple Correlation (R^2)			Model Fit			Cut-off Value Requirement
			Before	After		Before	After	Indices	Before	After	
Intent	<---	LOG	0.62	0.82	Intent	0.80	0.83	χ^2/df	4.105	2.255	< 3
Intent	<---	Movt	0.31	0.11	Movt	0.72	0.74	p-value	0.000	0.000	> 0.05
Movt	<---	Log	0.85	0.86	Log	0.63	0.70	CFI	0.950	0.982	≥ 0.95
Log	<---	Dest	0.79	0.84				TLI	0.937	0.975	≥ 0.95
								RMSEA	0.088	0.056	< 0.8
								HOELTER	126.0	231.00	≥ 200

หมายเหตุ. Dest หมายถึง จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว, Log หมายถึง โลจิสติกส์การท่องเที่ยว, Movt หมายถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, Intent หมายถึง ความตั้งใจในการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยว ได้ผลลัพธ์ของข้อมูลดังภาพที่ 1 และตารางที่ 3 ข้างต้น พบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 05 ($p = .000$) ค่า χ^2/df เท่ากับ 2.255 ค่า CFI เท่ากับ 0.982 ค่า TLI เท่ากับ 0.975 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.056 และค่า HOELTER เท่ากับ 231.000 ซึ่งค่าส่วนใหญ่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาตัวนำหนักปัจจัย พบว่า มีค่าเกิน 0.35 ทุกปัจจัย ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานรายข้อปรากฏดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Dest) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อโลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Log) จังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ ผลการทดสอบ พบว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.771 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสะท้อนว่า คุณภาพและการเข้าถึงจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยต้นน้ำที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ

สมมติฐานที่ 2 (H2) โลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Log) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) จังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ ผลการทดสอบ พบว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.893 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นถึงระบบโลจิสติกส์ที่สะดวกช่วยเสริมสร้างทัศนคติและแรงจูงใจ โดยเฉพาะด้านความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับสูง

สมมติฐานที่ 3 (H3) โลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Log) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยว (Intent) จังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ ผลการทดสอบ พบว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยมีอิทธิพลทางตรงสูงสุดเท่ากับ 0.830 และมีอิทธิพลรวม (Total Effect) เท่ากับ 0.926 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ยืนยันว่า โลจิสติกส์เป็นแกนกลางสำคัญที่สุดในการสร้างความตั้งใจเดินทางด้วยรถไฟสายใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าระบบขนส่งที่ดีช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงจุดหมาย

สมมติฐานที่ 4 (H4) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยว (Intent) จังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ ผลการทดสอบ พบว่า สนับสนุนสมมติฐานโดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.108 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งแม้ว่าอิทธิพลจะอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจทางจิตวิทยาและสังคมมีส่วนกระตุ้นเจตนาในการเลือกใช้บริการรถไฟ และเมื่อคำนวณถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของแต่ละปัจจัย ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 4

อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยในสมการเชิงโครงสร้าง

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	อิทธิพลรวม (Total Effect)
ตัวแปรปลายทาง Intent			
Movt	0.108	-	0.108
Log	0.830	0.097	0.926
Dest	-	0.714	0.714
ตัวแปรปลายทาง Movt			
Log	0.893	-	0.893
Dest	-	0.689	0.689
ตัวแปรปลายทาง Log			
Dest	0.771	-	0.771

จากตารางที่ 4 ข้างต้น เมื่อพิจารณาโดยเริ่มจากตัวแปรต้น หรือตัวแปรภายนอก (Exogenous Variable) พบว่า ขนาดอิทธิพลทางตรงของตัวแปรความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (Dest) ที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Log) มีเพียงอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.771 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม จึงให้อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.771

สำหรับตัวแปรภายใน (Endogenous Variable) ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) 2 ตัว คือ ตัวแปรด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Log) ส่วนตัวแปรคั่นกลางอีกตัว คือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) ซึ่งพบว่า ตัวแปร Log มีอิทธิพลทางตรงต่อ Movt เท่ากับ 0.893 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ดังนั้น อิทธิพลรวม คือ 0.893 แสดงว่า Log มีผลกระทบโดยตรงต่อ Movt ในขณะที่ตัวแปร Dest ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ Movt แต่มีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.689 ซึ่งเป็นอิทธิพลรวม แสดงว่า Dest ส่งผลต่อ Movt ผ่านตัวแปรตัวกลางเท่านั้น

สำหรับตัวแปรภายในที่เป็นตัวแปรตาม หรือตัวแปรปลายทาง คือ ความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่ (Intent) พบว่า ตัวแปรด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) มีอิทธิพลทางตรงต่อ Intent เท่ากับ 0.108 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ดังนั้น อิทธิพลรวม คือ 0.108 แสดงว่า Movt มีผลกระทบโดยตรงต่อ Intent ในขณะที่ ตัวแปร Log มีอิทธิพลทางตรงต่อ Intent เท่ากับ 0.830 และมีอิทธิพลทางอ้อม 0.097 ซึ่งรวมเป็นอิทธิพลรวม 0.926 แสดงว่า Log มีอิทธิพลต่อ Intent ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีอิทธิพล

ทางตรงที่สูงกว่าอย่างชัดเจน และตัวแปร Dest ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ Intent แต่มีอิทธิพลทางอ้อม 0.714 ซึ่งเป็นอิทธิพลรวม แสดงว่า Dest ส่งผลต่อ Intent ผ่านตัวแปรตัวกลางเท่านั้น

จากผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Log) มีอิทธิพลโดยตรงต่อปัจจัยด้านความตั้งใจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เด่นชัย-เชียงของ (Intent) ในระดับสูงสุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.830 และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านแรงจูงใจการท่องเที่ยว (Movt) เท่ากับ 0.097 ส่งผลให้อิทธิพลรวม เท่ากับ 0.926 ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เด่นชัย-เชียงของ

ในขณะเดียวกัน ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นปลายทาง (Dest) แม้จะไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ (Intent) แต่กลับมีอิทธิพลทางอ้อมในระดับสูง (0.714) โดยส่งผลผ่านปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Log) และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่ว่า จุดหมายปลายทางหรือบริบทของการเดินทางสามารถส่งผลต่อเจตนาได้ผ่านโครงสร้างพื้นฐานและประสบการณ์ระหว่างการเดินทาง

สำหรับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) พบว่า มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เด่นชัย-เชียงของ (Intent) เท่ากับ 0.108 ซึ่งแม้จะอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Log) แต่ยังแสดงถึงความเกี่ยวข้องของพฤติกรรมเคลื่อนไหวหรือการเดินทางต่อเจตนาตั้งใจท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (Dest) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Log) เท่ากับ 0.771 และส่งผลทางอ้อมต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Movt) เท่ากับ 0.689 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาปลายทางหรือจุดหมายในการเดินทางมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างระบบโลจิสติกส์และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

ผลการศึกษาสะท้อนว่า การเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟได้รับความนิยมในกลุ่ม 2-5 คน ซึ่งบ่งชี้ถึงลักษณะของนักเดินทางที่ต้องการความยืดหยุ่น ความสะดวก และประสบการณ์ร่วมกับผู้อื่น ตรงกันกับผลการวิจัยของ Qin et al. (2024) การจัดการบริการจึงควรมุ่งเน้นการรองรับผู้โดยสารกลุ่มเล็กถึงกลางเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม การเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ก็มีสัดส่วนสูง แสดงศักยภาพในการรองรับการเดินทางแบบหมู่คณะ การจัดการบริการเสริม เช่น การจองตั๋วแบบกลุ่ม ห้องโดยสารพิเศษ หรือกิจกรรมบนขบวนรถไฟ จะช่วยตอบสนองความต้องการของกลุ่มนี้ได้ดี ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ยืนยันว่าทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยขออภิปรายผลโดยแบ่งตามลำดับวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว โลจิสติกส์ แรงจูงใจ และความตั้งใจเที่ยวในระดับ มากที่สุด ทุกด้าน โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางที่นิยมมาเป็นกลุ่มขนาด 2-3 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Qin et al. (2024) ที่ระบุว่า นักเดินทางต้องการความยืดหยุ่นและประสบการณ์ร่วมกับผู้อื่น นอกจากนี้ ระดับความคิดเห็นในเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวเชียงรายยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญจวรรณ เบญจกรณ์ และคณะ (2568) ที่ชี้ให้เห็นว่า พื้นที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและได้รับการยอมรับสูง

2. วัตถุประสงค์ที่ 2 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างและผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง พบว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีประเด็นอภิปรายตามสมมติฐานรายชื่อ ดังนี้

จากสมมติฐานที่ 1 โดยผลการศึกษาพบอิทธิพลทางตรงเชิงบวก เท่ากับ 0.771 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า คุณภาพและการเข้าถึงจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความต้องการระบบสนับสนุนการเดินทาง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบพื้นฐานกับระบบสนับสนุน (Ledesma González et al., 2021; Mior Shariffuddin et al., 2023) นอกจากนี้ ยังพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้รับการประเมินในเชิงบวกจากกลุ่มตัวอย่างในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงและความน่าสนใจของสถานที่ (เบญจวรรณ เบญจกรณ์ และคณะ, 2568) ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดเชียงรายมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ควรพิจารณาเสริมด้านการตลาดและการสื่อสารเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอนาคต

จากสมมติฐานที่ 2 โดยผลการศึกษาพบอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.893 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง โดยเฉพาะด้านความสะดวกที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าโครงสร้างพื้นฐานเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี (Changalima & Kimario, 2025; Morrison & Buhalis, 2023) นอกจากนี้ ตัวแปรด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวยังถูกประเมินว่ามีความสำคัญในระดับมากที่สุดในทุกมิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมา (กัญญทอง หรดาล และคณะ, 2566; สิริวดี ไทยสมิคร และคณะ, 2562; อธิตา สุประดิษฐ์, 2565) ทั้งนี้ ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี และคะแนนที่อยู่ในระดับสูงสะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบในห่วงโซ่อุปทาน เช่น บริการที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการน้ำมัน และจุดบริการนักท่องเที่ยว อาจยังมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานที่สอดคล้องกันในอนาคต

จากสมมติฐานที่ 3 โลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Log) ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยว (Intent) จังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงสูงสุด (0.830) และมีอิทธิพลรวมสูงสุด (0.926) ยืนยันว่า โลจิสติกส์ คือ แกนกลางสำคัญของการสร้างเจตนาเดินทาง สอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยของ ปิยะนันท์ มณีเลิศ และเปี่ยมสุข สนิท (2567) และอติตา สุประดิษฐ์ (2565) ที่ระบุว่า ระบบขนส่งที่ดีช่วยเพิ่มโอกาสและความตั้งใจในการเดินทาง รวมทั้งงานของ Lohmann and Duval (2014) ที่เน้นความสะดวกของโลจิสติกส์ต่อเจตนาเดินทาง

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Motv) ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยว (Intent) จังหวัดเชียงราย โดยรถไฟสายใหม่ พบอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.108 ซึ่งสนับสนุนโมเดลแรงจูงใจ Push และ Pull Factors ของ Mai and Nguyen (2023) และ McKercher and Cros (2002) แม้จะมีน้ำหนักน้อยกว่าปัจจัยด้านโลจิสติกส์ แต่ยืนยันว่าแรงจูงใจทางจิตวิทยามีส่วนกระตุ้นความตั้งใจท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยด้านแรงผลักดันทางจิตใจ สังคม แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกล้วนมีความสำคัญต่อทัศนคติในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านความสะดวกที่มีอิทธิพลสูงสุด ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความสะดวกในการเดินทางควบคู่กับการสร้างแรงจูงใจในด้านอื่น ๆ ทัศนคติที่ดีในระดับสูงสะท้อนว่าเชียงรายมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจในการเดินทาง

สำหรับความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เคนชัย-เชียงของ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเดินทาง ซึ่งหากได้รับประสบการณ์ที่ดี ก็จะกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการซ้ำ และอาจส่งผลต่อการบอกต่อหรือแนะนำผู้อื่น ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มองว่าการตัดสินใจเดินทางไม่ใช่กระบวนการที่เกิดขึ้นทันที แต่เป็นผลจากการประเมินและสะสมประสบการณ์ โดยเฉพาะการประเมินผลหลังการเดินทางที่ได้รับความสำคัญสูงสุด ทั้งนี้ควรเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีหลังการเดินทางเพื่อกระตุ้นความตั้งใจและการกลับมาใช้บริการในอนาคต

ผลการวิจัยในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องเชิงโครงสร้างกับกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างชัดเจน โดยพบว่า ปัจจัยด้านแรงผลักดันทางจิตใจ สังคม แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ล้วนมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยปัจจัยผลัก (push factors) และปัจจัยดึง (pull factors) (Mai & Nguyen, 2023; McKercher & Cros, 2002) ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า คุณภาพของประสบการณ์การเดินทางมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยเฉพาะการใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและประสบการณ์หลังการเดินทาง (Damiasih, 2025; Fang, 2023) สะท้อนให้เห็นว่า การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพไม่เพียงส่งผลต่อความพึงพอใจในระยะสั้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อความภักดีและพฤติกรรมเชิงบวกของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

การวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแสดงให้เห็นผลที่น่าสนใจ ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงสูงสุดต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ เคนชัย-เชียงของ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง 0.830 และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านทัศนคติ เท่ากับ 0.097 รวมเป็นอิทธิพลรวม 0.926 ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางและการบริหารจัดการด้านขนส่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะนันท์ มณีเลิศ และเปี่ยมสุข สนิท (2567) และอทิตา สุประดิษฐ์ (2565) ที่ยืนยันว่า ระบบขนส่งที่ดีช่วยเพิ่มความเข้าถึงและโอกาสในการเดินทาง

ในส่วนบทบาทขององค์ประกอบปลายทางท่องเที่ยว ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแม้ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเดินทาง แต่กระทำผ่านทางโลจิสติกส์และทัศนคติส่งผลทางอ้อมสูงถึง 0.714 แสดงว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวปลายทางไม่เพียงแต่เพิ่มความน่าสนใจ หากแต่ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ระบบโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพและเสริมสร้างทัศนคติที่ดี สอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวตาม Ledesma González et al. (2021) และ Mior Shariffuddin et al. (2023) ที่เน้นความสำคัญของการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ

โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามแบบจำลองเชิงโครงสร้าง จากผลวิจัยชี้ชัดถึงลำดับผลกระทบ Dest → Log → Movt → Intent โดยความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ส่งผลต่อปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (0.771) และปัจจัยด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (0.893) ก่อนจะไปถึงความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงราย แนวคิดนี้สนับสนุนด้วยแนวคิดโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวตาม Changalima and Kimario (2025) และ Morrison and Buhalis (2023) ที่ชี้ให้เห็นถึงการขับเคลื่อนของโครงสร้างพื้นฐานเป็นพื้นฐานของการสร้างประสบการณ์ที่ดีและกระตุ้นอุปสงค์การเดินทางในบริบทของการพัฒนาที่ยั่งยืน แม้ผลวิจัยหลักจะมุ่งเน้นในมิติของนักท่องเที่ยว แต่งานวิจัยและวรรณกรรมย้ำเสมอว่า การออกแบบโครงสร้างระบบโลจิสติกส์และประสบการณ์จุดหมายปลายทางควรสัมพันธ์กับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชนตาม จิรภูวัฒน์ ศิริบุตร และคณะ (2568) และ Kiss et al. (2022) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการที่ตอบโจทย์ควมมีกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มความภาคภูมิใจและความเป็นเจ้าของของชุมชนต่อโครงการท่องเที่ยวใหม่

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยของเส้นทางรถไฟเด่นชัย-เชียงของยืนยันข้อค้นพบของวรรณกรรมและทฤษฎีร่วมสมัยอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในบทบาทของ “โลจิสติกส์” เป็นแกนกลางของการสร้างความตั้งใจเดินทาง การบูรณาการระบบขนส่งกับองค์ประกอบปลายทางและทัศนคติของผู้เดินทาง และการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อความยั่งยืน ทั้งหมดเชื่อมโยงกันในแบบจำลองเชิงโครงสร้างและสนับสนุนด้วยหลักฐานทางวิชาการและประสบการณ์จริงในหลากหลายบริบท

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมา คือ เพศหญิง และมีเพศอื่นในสัดส่วนน้อยที่สุด อาชีพที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ พนักงานเอกชน รองลงมา คือ อาชีพอิสระและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงรายโดยรถไฟสายเด่นชัย-เชียงของ ส่วนใหญ่เพื่อการท่องเที่ยว รองลงมา คือ เพื่อทำงานหรือธุรกิจ และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ โดยกลุ่มที่เดินทางระหว่างภูมิลำเนาที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด กลุ่มที่มักเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟด้วยกันมากที่สุด คือ เพื่อน รองลงมา คือ ครอบครัว และเพื่อนร่วมงาน ขณะที่การเดินทางคนเดียวมีสัดส่วนน้อยที่สุด ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกลุ่ม 2-3 คน รองลงมา คือ กลุ่ม 4-5 คน และมากกว่า 5 คน

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในระดับสำคัญมากที่สุดทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมสูงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำ เช่นเดียวกับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยว และความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ ซึ่งแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองของแต่ละปัจจัย ได้แก่ ความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยโลจิสติกส์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากปรับปรุงโมเดล โดยแต่ละตัวบ่งชี้ในโมเดลมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่า R2 อยู่ในระดับที่เหมาะสม แสดงถึงความสามารถในการวัดของตัวแปรแต่ละด้าน

การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง พบว่า ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยรถไฟสายใหม่ในระดับสูงสุด และยังมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจ แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยโลจิสติกส์และทัศนคติ ในขณะที่ทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในระดับต่ำเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาโลจิสติกส์และประสบการณ์ปลายทางในการเสริมสร้างความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถไฟสายใหม่เด่นชัย-เชียงของ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เดินทางจะเดินทางเป็นกลุ่ม 2-5 คน ผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาแพ็คเกจหรือโปรแกรมสำหรับกลุ่ม 2-5 คน และกลุ่มใหญ่ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการเดินทางแบบกลุ่ม เช่น ห้องโดยสารแบบครอบครัว หรือพื้นที่ส่วนกลางสำหรับทำกิจกรรมร่วมกัน

2. แม้ว่าผลการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายทุกด้านจะได้รับการประเมินในระดับสูง แต่การตลาดและการสื่อสารยังมีพื้นที่ในการพัฒนาเพิ่มเติม ควรรักษาจุดแข็งด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและพัฒนาด้านอื่น ๆ ให้เทียบเท่า จึงควรรักษาคุณภาพในเรื่องการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพราะเป็นจุดแข็งที่สุด อีกทั้งพัฒนาเรื่องการสื่อสาร/การตลาด ให้ประชาชนหรือชาวต่างชาติรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมและรักษาส่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยและสะอาดปลอดภัย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อเนื่อง

3. จากผลการศึกษาด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เห็นว่าควรพัฒนาระบบบริการที่เพิ่มความสะดวกในการเดินทาง ได้แก่ การพัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางเดินทางและบริการที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร และเพิ่มทางเลือกในการเดินทาง เช่น Shuttle Bus หรือบริการจองรถผ่านแอป เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อแรงจูงใจทางสังคม โดยจัดกิจกรรมกลุ่ม เช่น ทริปปั่นจักรยาน ท่องเที่ยว กิจกรรมสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มแรงจูงใจทางสังคม ใช้วีรหรือคลิปวิดีโอจากนักท่องเที่ยวจริงเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ทั้งนี้ควรสร้างความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน ส่งเสริมการออกแบบประสบการณ์หรือจุดขายเฉพาะของแต่ละสถานที่ เช่น เส้นทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือชุมชนท้องถิ่น เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ตลอดจน ปรับรูปแบบการสื่อสารให้น่าสนใจคุณค่าทางจิตใจ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อสารถึงความรู้สึก เช่น “เติมพลังใจด้วยธรรมชาติ” หรือ “หลีกหนีความวุ่นวาย ไปพักผ่อนที่เชียงราย” เพื่อกระตุ้นแรงผลักดันทางจิตใจ

4. ผู้ให้บริการรถไฟควรกำหนดแผนการเดินทางผ่านพื้นที่ศักยภาพ (แพร่-พะเยา-เชียงราย-เชียงของ) ให้มีความถี่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งตามที่ได้คาดการณ์เบื้องต้น 6-10 ขบวนต่อวัน เพื่อรองรับขีดความสามารถในการขนส่งมวลชนจำนวนมาก ขณะที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นต้องเร่งพัฒนา “ระบบโลจิสติกส์เชื่อมต่อ” (Last-mile connectivity) เช่น บริการรถรับส่งอัจฉริยะ (Shuttle Bus) หรือแพลตฟอร์มจองรถล่วงหน้าจากสถานีหลัก (เช่น สถานีเชียงรายและสถานีเชียงของ) สู่มหาวิทยาลัยสำคัญ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มสามารถเข้าถึงจุดหมายได้อย่างไร้รอยต่อตามความคาดหวัง อันจะช่วยเปลี่ยนโอกาสจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบรางให้เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ชุมชนตามแนวเส้นทางอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้เส้นทางรถไฟสายใหม่ เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้เดิมมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก แต่การเชื่อมต่อระหว่างประเทศ (โดยเฉพาะจีน-ลาว-ไทย) มีแนวโน้มสูงในอนาคต หากมีการศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะช่วยให้ทำความเข้าใจความต้องการเฉพาะ เช่น มาตรฐานความปลอดภัย ความสะดวกด้านภาษา และการเชื่อมโยงเส้นทางต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเชิงนโยบายและการตลาดระหว่างประเทศ

2. การพัฒนาระบบโลจิสติกส์อัจฉริยะ (Smart Tourism Logistics) ควรมีการศึกษความเป็นไปได้ในการใช้ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เช่น ระบบจองตั๋วอัจฉริยะ แอปพลิเคชันนำทาง การจัดการข้อมูลแบบเรียลไทม์ และระบบ IoT ในการเพิ่มประสิทธิภาพการเดินทาง นอกจากนี้งานวิจัยยังสามารถต่อยอดเพื่อสร้างโมเดล Smart Railway Tourism ที่เชื่อมโยงการเดินทางด้วยรถไฟกับที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร้รอยต่อ อันจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวและสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน

รายการอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2566). *โครงการรถไฟทางคู่สายเหนือ กรุงเทพฯ-เชียงใหม่-เชียงราย*. ผู้แต่ง.
- กัญญทอง หรดาล, รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์, และประศาสน์ นิยม. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ
การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
(ECC). *วารสารวิจัยและวิชาการบรรพชน*, 11, R1061-R1061. <https://doi.org/10.14456/journal-rabij.2023.8>
- จิรัฐวัฒน์ ศิริบุตร, เสรี วงษ์มณฑา, ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง, และณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร. (2568). ยุทธศาสตร์
การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสืบทอดอย่างยั่งยืนบนฐานชุมชน กรณีศึกษาอำเภอ
โพธารักษ์ จังหวัดหนองคาย. *วารสารวิชาการรัตนบุศย์*, 7(1), 128-142. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/rtnb/article/view/6520>
- เบญจวรรณ เบญจกรณ์, สุรพงษ์ วงษ์ปาน, และพุทธพร ลีวิเศษ. (2568). อิทธิพลเชิงโครงสร้างการมี
ส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดเชียงราย. *วารสารจันทร์
เกษมสาร*, 31(1), R49-R63. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/crujournal/article/view/266309>
- ปิยะนันท์ มณีเลิศ และเปี่ยมสุข สนิท. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางในพื้นที่โดยรอบ
สถานีระบบขนส่งมวลชนทางราง. *สารศาสตร์: วารสารสถาปัตยกรรมและการออกแบบ*, 7(1),
217-231. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sarasatr/article/view/268489>
- สิริวดี ไทยสมิคร, ขวัญกมล ดอนขวา, และชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์. (2562). การศึกษาอิทธิพลของ
การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการในการท่องเที่ยวอุทยาน
ประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดยมีเพศและอายุเป็นตัวแปรหลักกับ. *วารสาร
สหศาสตร์และวารสารสังคมศาสตร์*, 19(1), 153-183. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/sahasart/article/view/212327>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย. (ม.ป.ป.). *ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา*.
<https://chiangraipao.go.th/content/strategy>
- อติตา สุประดิษฐ์. (2565). *ปัจจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
ในจังหวัดภูเก็ต* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula ETD.
<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/11055>
- Alkema, V., & Koziichuk, O. (2024). Impact of logistics on tourist destination development.
Economy and Society, 64. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-89>
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education* (7th ed.). Allyn and Bacon.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism
Management*, 21(1), 97-116. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Changalima, I. A., & Kimario, H. F. (2025). Tourism supply chain management:
A bibliometric analysis of data from Scopus and Web of Science (2001–2023).
Tourism Critiques: Practice and Theory, 16(1), 18-35. <https://doi.org/10.1108/TRC-03-2024-0010>

- Chen, C. L., & Hall, P. (2011). The impacts of high-speed trains on British economic geography: A study of the UK's InterCity 125/225 and its effects. *Journal of Transport Geography*, 19(4), 689–704. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2010.08.010>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson Education.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dalkhjav, B., Munkhuu, B., & Sukhragchaa, A. S. (2024). Enhancing job performance in the hospitality sector: Exploring the role of employee engagement, multitasking, organizational culture, and recruiting practices. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 12(2), 188–205. <https://doi.org/10.34623/98qk-1q44>
- Damiasih, D. (2025). Psychological factors influencing tourist decision making: A qualitative review in the context of business psychology. *Golden Ratio of Social Science and Education*, 5(1), 59-72. <https://doi.org/10.52970/grsse.v5i1.433>
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Fang, R. (2023). Proposing a cyclic model of tourist decision making: A review and integration of behavioral and choice-set models. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(7), 1161-1186. <https://doi.org/10.1177/10963480211060785>
- Gao, Y., Bai, L., Liu, S., Zheng, H., Liu, J., Cheng, J., Yao, H., & Zhao, Q. (2025). Traffic–tourism spatial interaction of Lai-Qu Expressway Based on the traffic flow data. *Land*, 14(6), Article 1197. <https://doi.org/10.3390/land14061197>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Harif, M. A. A. M., Nawaz, M., & Hameed, W. U. (2022). The role of open innovation, hotel service quality and marketing strategy in hotel business performance. *Heliyon*, 8(9), Article e10441. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10441>
- Hung, K., & Petrick, J. F. (2012). Developing a measurement scale for constraints to cruising. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 206-228. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.09.002>

- Khalil, E. h., Labib, A. A., & Abd-El-Salam, E. M. (2024). The impact of on-line advertising on tourist motivation to travel and ethical tourist behavior. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 9(8), 282–295. <https://doi.org/10.38124/ijisrt/ijisrt24aug417>
- Kiss, B., Sekulova, F., Hörschelmann, K., Salk, C. F., Takahashi, W., & Wamsler, C. (2022). Citizen participation in the governance of nature-based solutions. *Environmental Policy and Governance*, 32(3), 247–272. <https://doi.org/10.1002/eet.1987>
- Ledesma González, O., Merinero-Rodríguez, R., & Pulido-Fernández, J. I. (2021). Tourist destination development and social network analysis: What does degree centrality contribute? *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 652–666. <https://doi.org/10.1002/jtr.2432>
- Lohmann, G., & Duval, D. T. (2014). Destination morphology: A new framework to understand tourism–transport issues? *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3), 133–136. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.07.002>
- Mai, X. T., & Nguyen, T. D. T. (2023). Push and pull factors for wellness tourism experience: Framework development and implementations. *International Journal of Tourism Policy*, 13(1), 18–34. <https://doi.org/10.1504/ijtp.2023.129165>
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. The Haworth Hospitality Press.
- Mior Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., Hanafiah, M. H., & Wan Mohd Zain, W. M. A. (2023). A comprehensive review on tourism destination competitiveness (TDC) literature. *Competitiveness Review*, 33(4), 787–819. <https://doi.org/10.1108/CR-04-2021-0054>
- Morrison, A. M., & Buhalis, D. (Eds.). (2023). *Routledge handbook of trends and issues in global tourism supply and demand*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003260790>
- Qin, H., Yu, B., & Zhang, Y. (2024). Exploring commuters' mode preference to autonomous vehicles based on a personalized travel experience survey. *Transportation*, 1–34. <https://doi.org/10.1007/s11116-024-10529-x>
- Stradling, S., Carreno, M., Rye, T., & Noble, A. (2007). Passenger perceptions and the ideal urban bus journey experience. *Transport Policy*, 14(4), 283–292. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2007.02.003>
- Tachaphan, T., Inladam, R., & Pongsida, S. (2024). *Sustainable tourism logistics management strategies: A case study of Pathum Thani Province, Thailand*. MDPI AG. <https://doi.org/10.20944/preprints202410.882.v1>
- Tadić, S., Zečević, S., & Krstić, M. (2012). Logistics and supply chain management in tourism: Present state and limitations. *Tehnika*, 67(6), 1018–1025.

- Wang, X., Lai, I. K. W., Tang, H., & Pang, C. (2022). Coordination analysis of sustainable dual-channel tourism supply chain with the consideration of the effect of service quality. *Sustainability*, 14(11), Article 6530. <https://doi.org/10.3390/su14116530>
- Wang, Y., Wang, M., Li, K., & Zhao, J. (2021). Analysis of the relationships between tourism efficiency and transport accessibility—A case study in Hubei Province, China. *Sustainability*, 13(15), Article 8649. <https://doi.org/10.3390/su13158649>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, Article 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>