

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ  
ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม**  
**Factors Influencing Visitors to Revisit Cultural Attraction in Samut Songkhram**

**กัญฐิกา สิทธิไทย\*<sup>1</sup> และ ณฉัตรชพงษ์ แก้วสมพงษ์<sup>2</sup>**  
**Kantakar Sittithai and Nachatchapong Kaewsompong**

**บทคัดย่อ**

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้ได้มีการใช้แบบสอบถามในการสำรวจจากผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยแบบจำลอง Probit Model ผลการศึกษาพบว่า เพศ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ภูมิลำเนาภาคกลาง ภาคเหนือหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วิธีการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการเดินทาง งบประมาณ ความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวซ้ำ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้เยี่ยมชม

**ABSTRACT**

The purpose of this research was to study the factors influencing visitors the cultural attraction in Samut Songkhram. The questionnaires were used in the survey from Thai visitors visiting the cultural attraction in Samut Songkhram and analyzed the data by using statistical with Probit Model. The results showed factors that influences to revisit are sex, occupation: student, origin: Central, North or northeast, how to travel, travel companion, number of times traveling, budgets, tourist attractions and marketing promotion.

**Keywords:** Revisit Tourism, Cultural Attraction, Visitor

## ที่มาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้ฟื้นตัวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินเข้ามาในประเทศไทยที่สูงขึ้นในทุก ๆ ปี ในปี พ.ศ. 2551 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 14,584,220 คน 10 ปีต่อมา จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้นเกือบ 3 เท่า เป็น 35,591,978 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ทำให้รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเกิดจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ แม้ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีการปรับตัวเพิ่มสูง แต่การขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับขยายตัวแบบลดลง ต่างจากตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อาจมาจากเหตุผลทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ที่ทำให้ตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัว (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก, 2561) จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศแบ่งออกเป็นผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่แสดงสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2555-2560 (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยว ปีพ.ศ.2555-2560

รายการ	2555	2556	2557	2558	2559	2560
1. ผู้เยี่ยมชมเยือน (คน)	198,987,506	217,112,440	227,654,055	249,074,211	265,387,106	289,823,283
(%การเพิ่มขึ้น)	-	9.11%	4.86%	9.41%	6.55%	9.21%
1.1 ชาวไทย	150,509,362	161,724,688	170,248,107	185,110,333	198,787,598	217,996,565
ร้อยละ	76%	74%	75%	74%	75%	75%
1.2 ชาวต่างชาติ	48,478,144	55,387,752	57,405,948	63,963,878	66,599,508	71,826,718
ร้อยละ	24%	26%	25%	26%	25%	25%
2. รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	1,349,793.32	1,531,092.43	1,605,701.38	1,857,010.98	2,155,188.96	2,470,724.03
(%การเพิ่มขึ้น)	-	13%	5%	16%	16%	15%
2.1 ชาวไทย	588,865.44	660,714.67	703,663.62	803,073.31	882,204.76	989,613.29
ร้อยละ	44%	43%	44%	43%	41%	40%
2.2 ชาวต่างชาติ	760,927.88	870,377.76	902,037.76	1,053,937.67	1,272,984.20	1,481,110.74
ร้อยละ	56%	57%	56%	57%	59%	60%

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) รายงานรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ 2,470,724.03 ล้านบาท โดยแยกเป็นรายจังหวัดไว้ว่า จังหวัดที่ครองแชมป์รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงสุด คือ กรุงเทพมหานคร มีรายได้อยู่ที่ 947,284.30 ล้านบาท คิดเป็น 38% รองลงมา คือ จังหวัดภูเก็ต มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 423,012.85 ล้านบาท คิดเป็น 17% ลำดับที่ 3 คือ จังหวัดชลบุรี มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 240,610.45 ล้านบาท คิดเป็น 10% เมื่อรวมแล้ว 3 เมืองหลักแห่งการท่องเที่ยวกวาดรายได้รวมสูงถึง 65% ของรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมดของประเทศไทย

เห็นได้ชัดว่าการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวแม้จะส่งผลดีในการสร้างรายได้ แต่ก็ก่อให้เกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจของประเทศถ้าหากมีการจัดการที่ไม่ดีพอ เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้สาธารณูปโภค ตลอดจนการใช้ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวแบบกระจุกตัว อาจส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วน อาทิเช่น ความวุ่นวายจากการส่งเสียงดัง ความสาธารณูปโภคไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ เป็นต้น สถานการณ์ดังกล่าวเรียกว่า Overtourism<sup>1</sup> โดยแนวทางในการจัดการสามารถทำได้โดยการกระจายนักท่องเที่ยวออกจากช่วงเวลาที่เหมาะสม กระจายนักท่องเที่ยวออกจากพื้นที่ที่หนาแน่น การใช้กลไกราคา การจัดการด้าน supply เพื่อควบคุมหรือกระจายนักท่องเที่ยวและการปิดแหล่งท่องเที่ยว (อารยา จันทรสกุล, 2561)

จากปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงพยายามที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการกระจายนักท่องเที่ยวออกจากพื้นที่เมืองหลักบริเวณเมืองหลักสู่เมืองรองต่างๆ ในปี พ.ศ. 2558 ททท. จึงเกิดโครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เพื่อกระจายการท่องเที่ยวโดยทำการคัดสรร 12 จังหวัด จาก 5 ภูมิภาค ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเมืองหลักเดิม เน้นจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, วิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ น่าน บุรีรัมย์ เลย สมุทรสงคราม ราชบุรี ตรัง ชุมพรและนครศรีธรรมราช (ผู้จัดการออนไลน์, 2557 ในปี พ.ศ. 2561 ทาง ททท. ต่อยอดโครงการจนเป็น “โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus” ร่วมกับพันธมิตรหลายภาคส่วน ตามแนวคิด “Less Volume More Value” มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวให้น้ำหนักในเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ (MGROnline, 2560)

จังหวัดสมุทรสงครามแม้จะเป็นจังหวัดที่เล็กที่สุดในประเทศ แต่ยังสามารถคัดเลือกเป็น 1 ในจังหวัดของโครงการ โดยจังหวัดสมุทรสงครามมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดจนทำให้ได้รับคัดเลือก คือ เมืองสายน้ำสามเวลาเชื่อมต่อกับเมืองหลักอย่างนครปฐมและมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน การเป็น “เมืองสายน้ำ...สามเวลา” มาจากกิจกรรมทางน้ำที่มีตลอดทั้งวันตั้งแต่ใส่บาตรพระพายเรือทางน้ำในตอนเช้า ล่องเรือไหว้พระหรือชมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในตอนกลางวัน ล่องเรือชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืนและกิจกรรม Highlight ในตอนกลางคืน (เดลินิวส์, 2562 แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ จะมี

---

<sup>1</sup> Overtourism คือ สถานการณ์ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนเกินความสามารถรองรับของพื้นที่

ลักษณะเป็นตลาดน้ำ ซึ่งในจังหวัดสมุทรสงครามมีตลาดน้ำถึง 4 แห่ง คือ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำท่าคา ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ และตลาดน้ำบางน้อย อีกทั้งยังมีตลาดร่มหุบที่แสดงวิถีชีวิตของชาวแม่กลองจนเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของจังหวัดเหล่านี้ถือได้ว่าจัดอยู่ในหมวดหมู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามนิยามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการนิยามไว้

รายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2,100 ล้านบาท และในปี 2560 มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 2,700 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามจะประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งแล้ว แต่ยังคงต้องการพัฒนาเพื่อรักษาสถานลูกค้าให้รายได้ไม่ลดลง การรักษาสถานลูกค้าให้กลับมาเที่ยวซ้ำจะต้องเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว แต่การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่อนข้างน้อย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามจะมีผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยสูงถึง 97% งานวิจัยที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดจะเน้นไปทางการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แต่ยังไม่มีการศึกษาเรื่องการกลับมาเที่ยวซ้ำซึ่งเป็นการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสมุทรสงครามอย่างยั่งยืน ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งจะทำการศึกษาผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม

## วิธีการศึกษา

### 1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 400 ราย (จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรของ Taro Yamane ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่ เดือน มิถุนายน ถึง เดือน สิงหาคม 2562 ทำการเก็บข้อมูล 5 สถานที่ คือ ตลาดร่มหุบ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย และตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุดและภูมิลำเนา

2. แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง การจัดการในการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว งบประมาณ จำนวนวันในการท่องเที่ยวและการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ

## 2. วิธีการศึกษา วิธีวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้แบบจำลองโพรบิต (Probit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimate: MLE) และวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงครามด้วยแบบจำลองโพรบิต จะมีตัวแปรอิสระที่นำมาพิจารณาหาความสัมพันธ์ 22 ตัว ดังต่อไปนี้

$$P(Y_i = 1/X) = G(\beta_0 + \beta_1 \text{Gender}_i + \beta_2 \text{Age}_i + \beta_3 \text{Married}_i + \beta_4 \text{Occupation}_i + \beta_5 \text{Income}_i + \beta_6 \text{Education}_i + \beta_7 \text{Origin}_i + \beta_8 \text{Objective}_i + \beta_9 \text{Transportation}_i + \beta_{10} \text{Manage}_i + \beta_{11} \text{Traveler}_i + \beta_{12} \text{Times}_i + \beta_{13} \text{Information}_i + \beta_{14} \text{Budget}_i + \beta_{15} \text{Day}_i + \beta_{16} \text{Product}_i + \beta_{17} \text{Price}_i + \beta_{18} \text{Place}_i + \beta_{19} \text{Promotion}_i + \beta_{20} \text{People}_i + \beta_{21} \text{Process}_i + \beta_{22} \text{Physical}_i + e_i)$$

โดยที่  $Y_i$  คือ ความน่าจะเป็นที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม

$Y_i = 1$  คือ กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

$Y_i = 0$  คือ ไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

$\beta_0$  คือ ค่าคงที่

$\beta_i$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่าง ๆ

$e_i$  คือ ค่า Error ของสมการ

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม

ลำดับ	ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบาย
1	เพศ	$Gender_i$	เพศของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ = 1 เพศชาย = 0 เพศหญิง
2	อายุ	$Age_i$	อายุของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ มีหน่วยเป็นปี
3	สถานภาพสมรส	$Married_i$	สถานภาพสมรสของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ = 1 เคยสมรส = 0 ไม่เคยสมรส
4	อาชีพ	$Occupation_i$ $Occupation_1$ $Occupation_2$ $Reference$	อาชีพของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ = 1 นักเรียน/นักศึกษา = 0 อื่นๆ = 1 ข้าราชการ/พนักงานเอกชน = 0 อื่นๆ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
5	รายได้	$Income_i$	รายได้ของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ มีหน่วยเป็นบาท
6	ระดับการศึกษา สูงสุด	$Education_i$	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ = 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี = 0 ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี
7	ภูมิลำเนา	$Origin_i$ $Origin_1$ $Origin_2$ $Origin_3$ $Reference$	ภูมิลำเนาของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$ = 1 ภาคกลาง = 0 อื่นๆ = 1 ภาคเหนือ/ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ = 0 อื่นๆ = 1 ภาคตะวันออก/ภาคตะวันตก = 0 อื่นๆ ภาคใต้
8	วัตถุประสงค์ใน การท่องเที่ยว	$Objective_i$	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ของผู้เยี่ยมชมคนที่ $i$

ลำดับ	ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบาย
			<p>= 1 พักผ่อนหย่อนใจ/เยี่ยมญาติ</p> <p>= 0 เพื่อการศึกษา/ติดต่อธุรกิจ/ประชุมสัมมนา</p>
9	วิธีการเดินทาง	$Transportation_i$	<p>วิธีการเดินทางของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>= 1 รถโดยสารสาธารณะ</p> <p>= 0 รถยนต์ส่วนตัว/รถจักรยานยนต์ส่วนตัว</p>
10	การจัดการในการท่องเที่ยว	$Manage_i$	<p>การจัดการในการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>= 1 จัดการด้วยตนเอง</p> <p>= 0 ผ่านบริษัทนำเที่ยว</p>
11	บุคคลที่ร่วมเดินทาง	$Traveler_i$	<p>บุคคลที่ร่วมเดินทางของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>= 1 เดินทางคนเดียว</p> <p>= 0 เดินทางร่วมกับผู้อื่น</p>
12	จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$Time_i$	<p>จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>= 1 ไม่ใช่ครั้งแรก</p> <p>= 0 ครั้งแรก</p>
13	แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	$Information_i$ $Information_1$ $Information_2$ $Reference$	<p>แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>= 1 ข้อมูลจากประสบการณ์การเดินทางครั้งก่อน</p> <p>= 0 อื่นๆ</p> <p>= 1 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต/โทรทัศน์/หนังสือท่องเที่ยว</p> <p>= 0 อื่นๆ</p> <p>ข้อมูลจากผู้อื่น เช่น เพื่อน ญาติ หรือบริษัทนำเที่ยว</p>
14	งบประมาณเฉลี่ยในการท่องเที่ยว	$Budget_i$	<p>งบประมาณในการท่องเที่ยวครั้งนี้ของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>มีหน่วยเป็นบาท</p>
15	จำนวนวันเฉลี่ยในการท่องเที่ยว	$Day_i$	<p>จำนวนวันในการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนคนที่ <math>i</math></p> <p>มีหน่วยเป็นวัน</p>

ลำดับ	ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบาย
16	ความพึงพอใจ ในด้านแหล่ง ท่องเที่ยว	<i>Product<sub>i</sub></i>	ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i> 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
17	ความพึงพอใจ ในด้านราคา	<i>Price<sub>i</sub></i>	ความพึงพอใจด้านราคา ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i> 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
18	ความพึงพอใจ ในด้านที่ตั้ง	<i>Place<sub>i</sub></i>	ความพึงพอใจด้านที่ตั้ง ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i> 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
19	ความพึงพอใจ ในด้านการ ส่งเสริม การตลาด	<i>Promotion<sub>i</sub></i>	ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i> 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
20	ความพึงพอใจ ในด้านผู้	<i>People<sub>i</sub></i>	ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i>

ลำดับ	ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบาย
	ให้บริการ		5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
21	ความพึงพอใจ ในด้าน กระบวนการ	<i>Process<sub>i</sub></i>	<b>ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i></b> 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
22	ความพึงพอใจ ในด้านลักษณะ ทางกายภาพ	<i>Physical<sub>i</sub></i>	<b>ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้เยี่ยมชมคนที่ <i>i</i></b> 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

### ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31.53 ปี ยังไม่เคยสมรส คิดเป็นร้อยละ 77.75 ประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำ คือ ข้าราชการ/พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53 รายได้เฉลี่ย 19,478.23 บาทต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.5 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 76.25

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเยี่ยมญาติ คิดเป็นร้อยละ 92 วิธีการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์และรถจักรยานยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56 การจัดการในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 92.75 บุคคลที่ร่วมเดินทางของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับผู้อื่น

คิดเป็นร้อยละ 62.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาไม่ใช่ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 67.25 แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต, โทรศัพท์หรือหนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40 งบประมาณในการท่องเที่ยวเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 1,260.90 บาทต่อวัน จำนวนวันในการท่องเที่ยวเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 1.78 วันต่อครั้ง ภายใน 3 เดือนข้างหน้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตั้งใจเดินทางกลับเที่ยวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 73.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมทั้ง 7 ด้าย อยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับที่ 2 ความพึงพอใจในด้านที่ตั้งเป็นอันดับที่ 3 ความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการเป็นอันดับที่ 4 ความพึงพอใจในด้านกระบวนการเป็นอันดับที่ 5 ความพึงพอใจในด้านราคาเป็นอันดับที่ 6 และความพึงพอใจในด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับที่ 7

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงครามโดยวิธี Probit Model แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนเป็นเพศชายจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำน้อยกว่าเพศหญิงร้อยละ 12.44 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนเป็นนักเรียน/นักศึกษา จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำน้อยกว่าอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 15.57 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำน้อยกว่าอาศัยอยู่ในภาคอื่นๆ ร้อยละ 12.39 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำน้อยกว่าอาศัยอยู่ในภาคอื่นๆ ร้อยละ 39.64 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 13.03 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนเดินทางมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียวจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเดินทางร่วมกับผู้อื่น ร้อยละ 23.14 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ไม่ใช่ครั้งแรกจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางมาครั้งแรกร้อยละ 14.02 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนใช้งบประมาณในการท่องเที่ยวต่อวันสูงขึ้น 1 บาท จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.07 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.96 ถ้าผู้เยี่ยมชมเยือนพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.6 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ Marginal effect เฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม	dy/dx	Significant level
Gender	-.1244702	0.005***
Occupation1	-.1557272	0.039**
Origin1	-.1239072	0.032**
Origin2	-.3964059	0.020**
Transportation	.1303462	0.003***
Traveler	.2314264	0.000***
Times	.1402131	0.005***
Budget	.0000724	0.004***
Product	.1095912	0.036**
Promotion	0.0861227	0.026**
$y = \text{Pr}(\text{Comeback})$	0.8607	

### สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ เห็นได้ว่า ปัจจัยด้านเพศ หากเป็นเพศชายจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเพศหญิง ผู้เยี่ยมชมที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจะมีโอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำมากกว่าผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพอื่นๆ หากผู้เยี่ยมชมอาศัยอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ผู้ที่เดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะจะตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางคนเดียว และผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วจะมีโอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ งบประมาณในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของผู้เยี่ยมชม หากผู้เยี่ยมชมใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันสูงขึ้นจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้นด้วย ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของผู้เยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงครามจะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของผู้เยี่ยมชมที่จะส่งผลในการกำหนดเป้าหมายพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของผู้เยี่ยมชมอย่าง

แท้จริง ข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาปรับเป็นนโยบายสำหรับใช้ในการกระตุ้นเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี

### ข้อเสนอแนะ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรมีนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดให้มีความโดดเด่นของสถานที่มากยิ่งขึ้น
2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรทำการอนุรักษ์ความสวยงามและความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรปรับปรุงการขนส่งสาธารณะให้สามารถเดินทางสะดวกสบายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
4. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดทั้งสินค้าและบริการต่างๆ เช่น การจัดโปรโมชั่น การมีส่วนลดต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมชม

### เอกสารอ้างอิง

- 12 เมืองต้องห้าม...พลาด PLUS. (2557. *ผู้จัดการออนไลน์*. ค้นจาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000076342>.
- กนกวรรณ อติชาติ. (2558. *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2561. *สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2552 - 2559*. ค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว. (2561. *สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2559*. ค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561. *แผนปฏิบัติการ-ททท-ปี-2561*. ค้นจาก <https://www.tourismthailand.org/fileadmin/downloads/pdf>
- กิตติกร นาคทอง. (2561,16 มกราคม. ททท. สมุทรสงคราม ประสานเครือข่ายการตลาด ชูท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลัก - รอง. *สาครออนไลน์*. ค้นจาก <http://www.sakhononline.com/news/2017/?p=3873>
- ขวัญหทัย สร้อยอินทร์. (2555. *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- คมสัน สุริยะ. (2547. *อุปสงค์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง*. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- คมสัน สุริยะ. (2552). **แบบจำลองโลจิสติกส์และการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์**. เชียงใหม่ : ศูนย์การวิเคราะห์เชิงปริมาณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์. (2553). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาชนบทศึกษาและการพัฒนา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร
- ณัฐกานต์ โรจนตมะ. (2542). **ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.
- ททท. เปิดตัว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus ปี 2561. (2560, 27 พฤศจิกายน). **MGROnline**. ค้นจาก <https://mgronline.com/business/detail/9600000118893>
- ททท. เปิดตัวโครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus ปี 2561. (2560, 24 พฤศจิกายน). **กองบรรณาธิการ วอยซ์ออนไลน์**. ค้นจาก <https://voicetv.co.th/read/rkuo2LrlM>
- นวรรตน์ กิตติวิณิชนันท์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- พวงพิศ บุญระรัตน์. (2549). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม**. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- พิพัฒน์ เหลืองนฤมิตรชัย. (2561, 15 พฤษภาคม). **การท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจไทย**. ค้นจาก <https://www.the101.world/tourism-and-thai-economy/>
- ภาณี ทิพย์วงศ์. (2558). **การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อันทอง, พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ, และ นกุล เครือฟู. (2556). **เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคณะ. (2549). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง 2**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ฤดี หลิมไพโรจน์และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2558). **อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา : เอกสารการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ กลุ่มด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 7, (น. 448-460.**

- วรรณชนน จันทดิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษาระดับตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- วิศรุต อักษรวงศ์วิทยา. (2557). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ. (2551). *ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก. (2561). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. ค้นจาก [https://www.gsb.or.th/getattachment/dec775be-26f8-4947-a1d3-cb45ba90177a/IN\\_travel\\_61\\_detail.aspx](https://www.gsb.or.th/getattachment/dec775be-26f8-4947-a1d3-cb45ba90177a/IN_travel_61_detail.aspx)
- สวรรยา วัฒนศิริเสรีกุล. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- สุรัชย์ จันทร์จรัสและอาร์ม นาคทรพรพ. (2556, กันยายน-ธันวาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว. *วารสารสังคมแม่ฟ้าหลวง*, 9(3), 145-166.
- อารยา จันทร์สกุล. (2561, มิถุนายน). *Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน*. ค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Overtourism.pdf>
- จังหวัดสมุทรสงคราม. (2554, 22 กันยายน). *เอ็มไทยออนไลน์*. ค้นจาก <https://travel.mthai.com/region/5913.html>