

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการเที่ยวชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานของรัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะปรับตัวเพื่อรองรับการพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้จำแนกผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

เป็นผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ซึ่งแสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเทศที่พำนักอาศัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงวัตถุประสงค์และจำนวนครั้งในการมาเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมและได้นำเสนอในรูปแบบตาราง ความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

เป็นผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะแสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งแสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ จำนวนครั้งของการมาเที่ยวชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมและได้นำเสนอในรูปแบบตาราง ความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

เป็นการวิเคราะห์ถึงการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates) และ Marginal Effects

4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวเขาฟารี

4.1.1 เพศ

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวเขาฟารี ทั้งหมด 300 คน เป็นเพศชายจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และเป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34

ตารางที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	198	66
หญิง	102	34
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 อายุ

จากตารางที่ 4.2 พบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวเขาฟารี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.33 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.33 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.33 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33

ตารางที่ 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	13	4.33
21-30 ปี	61	32.33
31-40 ปี	97	20.33
41-50 ปี	36	12.00
51-60 ปี	54	18.00
มากกว่า 60 ปี	39	13.00
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 สถานภาพ

จากตารางที่ 4.3 พบว่า สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวซารี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ สถานภาพโสดจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35 แยกกันอยู่จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.67 และสถานภาพหย่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

ตารางที่ 4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	105	35.00
สมรส	168	56.00
หย่าร้าง	4	1.33
แยกกันอยู่	23	7.67
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 ระดับการศึกษา

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวซารี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และ ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19

ตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	69	23.00
ปริญญาตรี	174	58.00
ปริญญาโท/สูงกว่า	57	19.00
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 อาชีพ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวเขาฟารี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.67 รองลงมาคืออาชีพอื่นๆ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 เจ้าของกิจการ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ข้าราชการบำนาญจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ อาจารย์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.67

ตาราง 4.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน	89	29.67
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	24	8.00
เจ้าของกิจการ	46	15.33
นักเรียน / นักศึกษา	39	13.00
ข้าราชการบำนาญ	32	10.67
อาจารย์	23	7.67
อื่นๆ	47	15.67
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.6 ที่พักอาศัย

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในท่าซาฟารี ส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมามีที่พักอาศัยอยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 ที่พักอาศัยอยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปอเมริกาจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และที่ที่พักอาศัยอยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปโอเชียเนีย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

ตารางที่ 4.6 ที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ที่พักอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อเมริกา	87	29.00
ยุโรป	94	31.33
เอเชีย	117	39.00
โอเชียเนีย	2	0.67
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากตารางที่ 4.7 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในท่าซาฟารี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 100,001 - 500,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 50,001 - 100,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,000 - 50,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.67 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 500,001 - 1,000,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.67 และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33

ตารางที่ 4.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	16	5.33
10,000 – 50,000	59	19.67
50,001 – 100,000	60	20.00
100,001 - 500,000	123	41.00
500,001 – 1,000,000	25	8.33
มากกว่า 1,000,000	17	5.67
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.8 จำนวนครั้งในการมาเยี่ยมเยือนเชียงใหม่

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวาฟารี ส่วนใหญ่มาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 57.33 และมีนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.67

ตารางที่ 4.8 จำนวนครั้งในการมาเยี่ยมเยือนเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	172	57.33
มากกว่า 1 ครั้ง	128	42.67
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.9 ลักษณะการเดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวาฟารี ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยเครื่องบิน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.33 เดินทางโดยรถไฟจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 29.33 เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 เดินทางโดย บริษัทนำเที่ยว จำนวน 38 คน คิดเป็น

ร้อยละ 12.67 เดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 และเดินทางโดยการเช่ารถส่วนบุคคล จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ตารางที่ 4.9 ลักษณะการเดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถเช่า	5	1.67
เครื่องบิน	109	36.33
รถไฟ	88	29.33
รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ	52	17.33
บริษัทนำเที่ยว	38	12.67
อื่นๆ	8	2.67
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.10 วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในทิวเขาฟารี ส่วนใหญ่มาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อนมากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาเพื่อมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 เพื่อมาประชุม/สัมมนา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 มาเพื่อการศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.67 และมาเพื่อจับจ่ายใช้สอย 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	189	63.00
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	65	21.67
จับจ่ายใช้สอย (Shopping)	7	2.33
ประชุม / สัมมนา ทางธุรกิจ	15	5.00
การศึกษา	11	3.67
อื่น ๆ	13	4.33
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในท่าซาฟารี

4.2.1 ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ในท่าซาฟารี

จากตาราง 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในท่าซาฟารี ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถรับจ้าง (รถแดง , รถตุ๊ก ตุ๊ก , แท็กซี่) จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือเดินทางมาด้วยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 เดินทางมาโดยวิธีอื่นๆ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39 โดยรถเช่า จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 และเดินทางมาโดยรถประจำทางปรับอากาศ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.11 ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักฟารีของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถเช่า	38	12.67
รถรับจ้าง	125	41.67
รถโดยสารประจำทาง	3	1.00
บริษัทนำเที่ยว	95	31.67
อื่นๆ	39	13.00
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.2 การทราบข้อมูลเกี่ยวกับการมาเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักฟารี

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักฟารี ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจาก Internet จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.33 รองลงมาทราบข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 จากโรงแรมหรือที่พักอาศัย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 จากจากญาติพี่น้อง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 จากอื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 รับทราบข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ / Magazines จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และจากแผ่นพับ / โบปปลิว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33

ตารางที่ 4.12 การทราบข้อมูลเกี่ยวเชียงใหม่ในหน้าฟารีของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศ

การทราบข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Internet	118	39.33
หนังสือพิมพ์ / Magazines	15	5.00
บริษัทนำเที่ยว	78	26.00
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	20	6.67
แผ่นพับ / โบปปลิว	10	3.33
โรงแรม / ที่พักอาศัย	35	11.67
อื่นๆ	24	8.00
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3 ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิท (Logit Model)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในหน้าฟารี เพื่อชี้ให้เห็นว่ามีปัจจัยบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงได้เลือกทำการศึกษาโดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และ Marginal Effects ออกมา ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาแสดงได้ดังตาราง 4.13 – 4.20

สมการที่ 1 – สมการที่ 7 ได้นำปัจจัย ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) สถานที่ (PLACE₁) การตกแต่ง (PLACE₂) สิ่งอำนวยความสะดวก (PLACE₃) มาทำการวิเคราะห์ทีละปัจจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศการเที่ยวเชียงใหม่ในหน้าฟารี มีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.13 และ ตารางที่ 4.14)

สมการที่ 1 ได้นำเพศ (SEX) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในหน้าฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเป็นบวกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ หมายความว่า เพศ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในหน้าฟารีมีโอกาสที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R² เท่ากับ 0.014 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในหน้าฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.01 ถ้าเพศ มีอิทธิพลต่อ

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ (ตารางที่ 4.13 และ ตารางที่ 4.14)

สมการที่ 2 ได้นำอายุ (AGE) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเป็นลบซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยด้านอายุ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างแบบแปรผกผัน คือเมื่ออายุของกลุ่มตัวอย่างลดลง จะทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในท์ซาฟารีมีโอกาที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.015 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในท์ซาฟารีเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.37 ถ้าปัจจัยด้านอายุ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ (ตารางที่ 4.13 และ ตารางที่ 4.14)

สมการที่ 4 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ (PLACE₁) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเป็นบวกซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในท์ซาฟารีมีโอกาที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.021 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในท์ซาฟารีเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.38 ถ้าความพึงพอใจในสถานที่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ (ตารางที่ 4.13 และ ตารางที่ 4.14)

สมการที่ 6 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (PLACE₃) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเป็นบวกซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในท์ซาฟารีมีโอกาที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.01 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 29.15 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.1$ (ตารางที่ 4.13 และ ตารางที่ 4.14)

ส่วนปัจจัยที่เหลือตัวอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) ในสมการที่ 3 และความพึงพอใจในการตกแต่ง (PLACE₂) ในสมการที่ 5 นั้นไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.13 และ ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Maximum Likelihood Estimates สมการที่ 1-6

ตัวแปร	สมการที่ 1	สมการที่ 2	สมการที่ 3	สมการที่ 4	สมการที่ 5	สมการที่ 6
Constant	0.875*** [4.029]	2.180*** [4.798]	1.161*** [7.136]	0.446 [1.394]	2.397*** [3.247]	-0.405 [-0.444]
Sex	0.5950** [2.098]					
Age		-0.220E-01** [-2.218]				
Inc			0.394 [0.927]			
PLACE1				0.959*** [2.693]		
PLACE2					-1.220 [-1.623]	
PLACE3						1.688* [1.828]
PLACE4						
GOODS ₁						
GOODS ₂						
SECURITY						
Q1						
Q2						
PRICE						
ACT						
Mc Fadden R ²	0.014	0.015	0.003	0.021	0.011	0.01

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Marginal Effects สมการที่ 1-6

ตัวแปร	สมการที่ 1	สมการที่ 2	สมการที่ 3	สมการที่ 4	สมการที่ 5	สมการที่ 6
Constant	0.150*** [4.597]	0.372*** [5.375]	0.200*** [10.991]	0.762E-01 [1.435]	0.409*** [3.516]	-0.699E-01 [-0.442]
Sex	0.101** [2.120]					
Age		-0.376E-02** [-2.247]				
Inc			0.681E-07 [0.931]			
PLACE1				0.1638*** [2.712]		
PLACE2					-0.2083* [-1.660]	
PLACE3						0.2915* [1.822]
PLACE4						
GOODS ₁						
GOODS ₂						
SECURITY						
Q1						
Q2						
PRICE						
ACT						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

สมการที่ 7 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ (PLACE₄) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเป็นบวกซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในที่พักชาฟารีมีโอกาสที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R² เท่ากับ 0.104 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในที่พักชาฟารีเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.70 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

สมการที่ 8 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านอาหาร ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี (GOODS₁) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีค่าเป็นบวกซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านอาหาร ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในที่พักชาฟารีมีโอกาสที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R² เท่ากับ 0.156 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในที่พักชาฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30.45 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านอาหาร ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

สมการที่ 9 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี (GOODS₂) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ มีค่าเป็นบวกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านอาหาร ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ในที่พักชาฟารีมีโอกาสที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R² เท่ากับ 0.252 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ในที่พักชาฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 46.69 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

สมการที่ 10 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย (SECURITY) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ มีค่าเป็นบวกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย ภายในเชียงใหม่ในที่พักชาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีโอกาสดที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.252 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.31 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

สมการที่ 11 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q_1) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ มีค่าเป็นบวกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีโอกาสดที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.252 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 44.06 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

สมการที่ 12 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q_2) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ มีค่าเป็นบวกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีโอกาสดที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.322 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจต่อเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 64.98 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Maximum Likelihood Estimates สมการที่ 7-12

ตัวแปร	สมการที่ 7	สมการที่ 8	สมการที่ 9	สมการที่ 10	สมการที่ 11	สมการที่ 12
Constant	-1.223** [-2.405]	0.231 [1.220]	-1.126*** [-3.390]	0.318 [0.685]	-0.916*** [-3.098]	-2.197*** [-4.169]
Sex						
Age						
Inc						
PLACE1						
PLACE2						
PLACE3						
PLACE4	2.741*** [5.151]					
GOODS ₁		2.071*** [6.532]				
GOODS ₂			3.122*** [8.112]			
SECURITY				1.006** [2.066]		
Q1					3.000*** [8.349]	
Q2						4.196*** [7.485]
PRICE						
ACT						
Mc Fadden R ²	0.104	0.156	0.252	0.012	0.257	0.322

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Marginal Effects สมการที่ 7-12

ตัวแปร	สมการที่ 7	สมการที่ 8	สมการที่ 9	สมการที่ 10	สมการที่ 11	สมการที่ 12
Constant	-0.204** [-2.246]	0.339 [1.281]	-0.169*** [-2.899]	0.547 [0.692]	-0.134*** [-2.675]	-0.340*** [-3.321]
Sex						
Age						
Inc						
PLACE1						
PLACE2						
PLACE3						
PLACE4	0.4570*** [4.789]					
GOODS ₁		0.3045*** [7.204]				
GOODS ₂			0.4696*** [6.834]			
SECURITY				0.1731** [2.071]		
Q1					0.4406*** [7.169]	
Q2						0.6498*** [5.612]
PRICE						
ACT						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ 1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

สมการที่ 15 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PLACE₁) ด้านการตกแต่ง (PLACE₂) ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PLACE₃) และ ความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ (PLACE₄) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PLACE₃) และความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ (PLACE₄) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.01$, $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.01$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่มากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในห้องน้ำในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับค่า McFadden R² เท่ากับ 0.104 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.1 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.32 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ และ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.42 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในห้องน้ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนปัจจัยด้านการตกแต่ง (PLACE₂) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 17 และตารางที่ 18)

สมการที่ 16 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q₁) และความพึงพอใจในปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q₂) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q₁) ปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q₂) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.01$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของอาหารและบริการ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับค่า McFadden R² เท่ากับ 0.478 ส่วนวิธี Marginal Effects

พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.55 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของอาหารและบริการ ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.07 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ (ตารางที่ 4.17 และ ตารางที่ 4.18)

สมการที่ 17 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PLACE_t) และปัจจัยความพึงพอใจในด้านราคาของบัตรเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PRICE) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.01$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.027 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.51 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนปัจจัยด้านราคาของบัตรเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PRICE) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.17 และ ตารางที่ 4.18)

สมการที่ 18 ได้นำเพศ (SEX) และปัจจัยความพึงพอใจในด้านอาหารภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (GOODS_t) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า เพศ และปัจจัยความพึงพอใจในด้านอาหารภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ และ 0.01 ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในอาหารภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.173 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.67 ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.53 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในอาหารภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ (ตารางที่ 4.17 และ ตารางที่ 4.18)

ส่วนปัจจัยที่เหลือตัวอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย ราคาบัตรเข้าชม(PRICE) ในสมการที่ 13 และ การจัดกิจกรรมภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ACT) ในสมการที่ 14 นั้นไม่มีระดับนัยสำคัญทาง สถิติ (ตารางที่ 4.17 และ ตารางที่ 4.18)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Maximum Likelihood Estimates สมการที่ 13 - 18

ตัวแปร	สมการที่ 13	สมการที่ 14	สมการที่ 15	สมการที่ 16	สมการที่ 17	สมการที่ 18
Constant	1.059*** [5.403]	0.773** [2.215]	-3.385** [-2.531]	-4.320*** [-6.309]	0.239 [0.672]	-0.257 [-0.908]
Sex						0.742** [2.340]
Age						
Inc						
PLACE1			1.207*** [3.151]		0.972*** [2.717]	
PLACE2			-1.137 [-1.448]			
PLACE3			2.169** [2.192]			
PLACE4			2.871*** [5.290]			
GOODS ₁						2.123*** [6.572]
GOODS ₂						
SECURITY						
Q1				2.972*** [6.789]		
Q2				4.168*** [6.774]		
PRICE	0.357 [1.285]				0.376 [1.334]	
ACT		0.552 [1.451]				
Mc Fadden R ²	0.005	0.006	0.155	0.478	0.027	0.173

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Marginal Effects สมการที่ 13 - 18

ตัวแปร	สมการที่ 13	สมการที่ 14	สมการที่ 15	สมการที่ 16	สมการที่ 17	สมการที่ 18
Constant	0.182*** [6.745]	0.133** [2.309]	-0.535** [-2.408]	-0.560*** [-4.407]	0.405E-01 [0.679]	-0.369E-01 [-0.889]
Sex						0.1067** [2.360]
Age						
Inc						
PLACE1			0.191*** [3.189]		0.1651*** [2.737]	
PLACE2			-0.180 [-1.476]			
PLACE3			0.3432** [2.185]			
PLACE4			0.4542*** [4.851]			
GOODS ₁						0.3053*** [7.206]
GOODS ₂						
SECURITY						
Q1				0.3855*** [5.901]		
Q2				0.5407*** [4.936]		
PRICE	0.616E-01 [1.291]				0.638E-01 [1.341]	
ACT		0.952E-01 [1.456]				

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)
** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)
*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

สมการที่ 19 ได้นำรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) และปัจจัยความพึงพอใจในด้านราคาของบัตรเข้าชม (PRICE) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ปัจจัยทั้ง 2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

สมการที่ 20 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี (PLACE₁) และปัจจัยความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี (SECURITY) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี และปัจจัยด้านความปลอดภัยของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.01$ และ 0.05 ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในสถานที่ของเชียงใหม่ในท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในความปลอดภัยของเชียงใหม่ในท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.034 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.28 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในสถานที่ของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ และ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.12 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในความปลอดภัยของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

สมการที่ 21 ได้นำเพศ (SEX) และปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำภายในเชียงใหม่ในท์ซาฟารี (PLACE₂) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ซึ่งพบว่า เพศ และปัจจัยด้านความปลอดภัยของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ และ 0.1 ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในห้องน้ำของเชียงใหม่ในท์ซาฟารีมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.024 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.12 ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ และ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.71 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในห้องน้ำของเชียงใหม่ในท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.1$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

สมการที่ 22 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการภายใน เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q_1) และปัจจัยความพึงพอใจในด้านราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PRICE) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งปัจจัยความพึงพอใจในคุณภาพด้านอาหารและบริการภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.01$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้นจะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.265 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.21 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

สมการที่ 23 ได้นำปัจจัยความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PLACE₃) ปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ (PLACE₄) และปัจจัยความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ACT) มาทดสอบผลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งปัจจัยความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี และปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.1$ และ 0.01 ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้น จะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านห้องน้ำมากขึ้น จะมีความพึงพอใจในการเที่ยวจะเพิ่มขึ้น สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.127 ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.62 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.1$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.09 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านห้องน้ำภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.90 ถ้านักท่องเที่ยวพึงพอใจในการจัดกิจกรรมภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.1$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

สมการที่ 24 ได้นำเอาปัจจัยทั้งหมดมาวิเคราะห์พบว่า รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (INC) ด้านสถานที่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PLACE₁) ความพึงพอใจในด้านห้องน้ำ (PLACE₄) ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของอาหารและบริการภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q_1) ความพึงพอใจใน

ด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึกภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (Q_2) ความพึงพอใจในด้านราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (PRICE) และความพึงพอใจในด้านการจัดกิจกรรมภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี (ACT) เป็นปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($PLACE_3$) ด้านความปลอดภัย (SECURITY) เป็นปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ และปัจจัยด้านการตกแต่ง ($PLACE_2$) เป็นปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.1$ สำหรับค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.765 (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

ส่วนวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ร้อยละ 8.52 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านราคาบัตรเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ร้อยละ 5.04 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha=0.1$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ร้อยละ 13.18 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านห้องน้ำมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.1$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ร้อยละ 11.57 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในคุณภาพของอาหารและบริการภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.1$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ร้อยละ 12.23 ถ้าปัจจัยความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึกมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha= 0.1$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ร้อยละ 9.46 ถ้าปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมภายในเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.1$ (ตารางที่ 4.19 และ ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลอง โลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Maximum Likelihood Estimates สมการที่ 19 - 24

ตัวแปร	สมการที่ 19	สมการที่ 20	สมการที่ 21	สมการที่ 22	สมการที่ 23	สมการที่ 24
Constant	0.973*** [4.524]	-0.488 [-0.872]	-0.770 [-0.821]	-1.241*** [-3.404]	-3.736*** [-3.347]	-24.134*** [-4.919]
Sex			0.593** [2.078]			-0.204 [-0.288]
Age						-0.281E-01 [-1.136]
Inc	0.399E-06 [0.931]					0.191E-05* [1.859]
PLACE1		0.962*** [2.677]				2.619*** [2.839]
PLACE2						-4.843* [-1.696]
PLACE3					1.811* [1.921]	5.289** [2.567]
PLACE4			1.684* [1.805]		2.880*** [5.354]	6.840*** [4.631]
GOODS ₁						1.262 [1.460]
GOODS ₂						-1.283 [-0.960]
SECURITY		1.011** [2.045]				2.942** [2.499]
Q1				3.051*** [8.323]		5.989*** [5.160]
Q2						6.348*** [3.898]
PRICE	0.358 [1.289]			0.5571 [1.627]		4.425*** [4.293]
ACT					0.728 [1.801]	4.911*** [4.353]
Mc Fadden R ²	0.008	0.034	0.024	0.265	0.127	0.765

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)
** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)
*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยใช้วิธี
Marginal Effects สมการที่ 19 - 24

ตัวแปร	สมการที่ 19	สมการที่ 20	สมการที่ 21	สมการที่ 22	สมการที่ 23	สมการที่ 24
Constant	0.167 [5.249]	-0.82E-01 [-0.863]	-0.1314 [-0.815]	-0.179*** [-3.000]	-0.610*** [-3.186]	-0.4650* [1.761]
Sex			0.1012** [2.101]			-0.393E-02 [-0.291]
Age						-0.542E-03 [-1.002]
Inc	0.687E-07 [0.935]					0.368E-07 [1.344]
PLACE1		0.1628*** [2.696]				0.504E-01* [1.745]
PLACE2						-0.933E-01 [-1.542]
PLACE3					0.2962* [1.911]	0.1019 [1.575]
PLACE4			0.2871* [1.798]		0.4709*** [4.960]	0.1318* [1.864]
GOODS ₁						0.243E-01 [1.203]
GOODS ₂						-0.247E-01 [-0.828]
SECURITY		0.1712** [2.049]				0.567E-01 [1.616]
Q1				0.4421*** [7.149]		0.1157* [1.826]
Q2						0.1223* [1.675]
PRICE	0.617E-01 [1.295]			0.8071E-01 [1.644]		0.852E-01** [2.001]
ACT					0.1190* [1.814]	0.946E-01* [1.933]

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ($\alpha = 0.10$)

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)