

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาววรรษ จันทภักท

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ. ดร. ไพรัช กาญจนการุณ	ประธานกรรมการ
ผศ. ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์	กรรมการ
อ. ดร. นิลิต พันธมิตร	กรรมการ

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ แบบจำลองโลจิส (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์ประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates) และเทคนิคการวิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การตกแต่งระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม และราคาห้องพัก มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ( $\alpha = 0.10$ ) คือ ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพิ่มขึ้น

เช่นเดียวกับปัจจัยทางด้านการตกแต่ง ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคา ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 1.0 ( $\alpha = 0.01$ ) ส่วนระยะเวลา หรือจำนวนวัน ในการเข้าพักโรงแรมที่ลดลง มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 1.0 ( $\alpha = 0.01$ ) และปัจจัยด้านราคาห้องพักที่เพิ่มขึ้น มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดลง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5.0 ( $\alpha = 0.05$ )

เมื่อพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 100 บาท มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 10 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ( $\alpha = 0.10$ ) ปัจจัยด้านการตกแต่งของโรงแรม มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 18.0 - 23.8 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 1.0 ( $\alpha = 0.01$ ) ส่วนปัจจัยด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม ถ้าระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดลง 1 วัน มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป เพิ่มมากขึ้น อยู่ในช่วงร้อยละ 1.5 - 2.0 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 1.0 ( $\alpha = 0.01$ ) และปัจจัยด้านราคาห้องพักที่เพิ่มขึ้น มีโอกาสทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ลดน้อยลง อยู่ในช่วงร้อยละ 12.6 - 18.1 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5.0 ( $\alpha = 0.05$ )

Independent Study Title	Behavioral Choice for Hotel - services of Foreign Tourists in Mueang District, Chiang Mai Province	
Author	Miss. Vorarat Chantarapat	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Lect. Dr. Pairat Kanjanakaroon	Chairperson
	Asst. Prof. Thanes Sriwichailamphan	Member
	Lect. Dr. Nisit Panthamit	Member

### ABSTRACT

The objective of this study was to investigate behavioral choice for hotel-services of foreign tourists in Mueang District, Chiang Mai Province. The sample size of this study was 200 observations collected by questionnaires. This study employed descriptive statistics and the Logit model for the analysis. The technique of Maximum Likelihood Estimates and Marginal Effect were also utilized in this study.

As expected, the empirical results showed that average income per month had significantly positive effect on selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 baht at the 10% level ( $\alpha = 0.10$ ). Also, decoration had significantly positive impact on selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts at the 1% level ( $\alpha = 0.01$ ). In addition, length of stay (days) had significantly negative effect on selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts at the 1% level ( $\alpha = 0.01$ ). Moreover, price factor had significantly negative effect on selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts at the 5% level ( $\alpha = 0.05$ ).

Regarding to the Marginal Effect, if the average income per month increase 100 Bahts, the opportunity of selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts would increase by 10%, with significance at the 10% level ( $\alpha = 0.10$ ). Also, if foreign tourists concern about decoration factor, the opportunity of selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts would rise by 18.0 - 23.8%, with significance at the 1% level ( $\alpha = 0.01$ ). In addition, if length of stay (days) decrease 1 day, the chance of selecting hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts would increase by 1.5 - 2.0%, with significance at the 1% level ( $\alpha = 0.01$ ). Moreover, if foreign tourists concern about price factor, the opportunity of choosing hotel-services that room rate were upper 1,000 Bahts would decline by 12.6 - 18.1%, with significance at the 5% level ( $\alpha = 0.05$ ).

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved