

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้เขียน	วรรณัน วัฒนเขจร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ชัชชญา ยอดสุวรรณ

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย และเพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) อันมีกลุ่มประชากรที่ศึกษา คือกลุ่มประชากรที่เคยใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ตัวอย่าง

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีอาชีพ ข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท และความถี่ในการพักโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงรายภายในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 1 ครั้ง ตามลำดับ เมื่อพิสูจน์สมมติฐานพบว่าระดับการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ด้านชนิดและความหลากหลาย ระดับการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ด้านลักษณะข้อมูลของโรงแรม ระดับการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ด้านประโยชน์ และข้อมูลเพิ่มเติม ล้วนส่งผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยยะสำคัญที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** สื่อสังคมออนไลน์, โรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย

<b>Independent Study Title</b>	A Study of Social Media Perception Factors Affecting the Choice of A 3-star Hotel in Chiang Rai Province
<b>Author</b>	Woranan Watanakhajorn
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Business Administration)
<b>Advisor</b>	Chachaya Yodsuwan, Ph. D.

### ABSTRACT

A study of social media perception factors affecting the decision to choose a 3-star hotel in Chiang Rai Province the objective of this study was to study the level of perception of social media affecting decision-making in choosing a 3-star hotel in Chiang Rai Province. and to study the social media perception factors affecting the decision to choose a 3-star hotel in Chiang Rai Province. This study is a Quantitative Research with the study population is the population who used to use a 3-star hotel in Chiang Rai without knowing the exact population and define the sample group as 400 samples who used to use a 3-star hotel in Chiang Rai Province

From the study, it was found that most of the respondents were female, aged 21-30 years, single status, having a bachelor's degree. Average monthly income 30,001 baht or more, occupations are civil servants and state enterprises. and company employees and the frequency of staying at a 3-star hotel in Chiang Rai within a period of 1 year, 1 time, respectively. and diversity the level of social media awareness in terms of hotel information characteristics Social Media Awareness Level

of Benefits and more information All of them had a significant effect on the decision to choose a 3-star hotel in Chiang Rai with a significance level of 0.05.

**Keywords:** Social Media, A 3-star Hotel in Chiang Rai Province

