

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พัก
ในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

ผู้เขียน

นางสาวสุรวณี เชื้อครุฑ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.เขมกร ไชยประสิทธิ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 250 ราย นำมาวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-41 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง ประกอบด้วย พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯและปริมณฑล ด้านพฤติกรรมพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต เวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ชั่วขณะที่หากถูกใจและน้อยกว่า 1 สัปดาห์ โดยจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อปี และ 1-2 วันต่อครั้ง ราคาที่พักโดยเฉลี่ยคือ 501-1,000 บาทต่อครั้ง นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ตรงของโรงแรม รีสอร์ท และที่พัก ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ตนเอง ใช้วิธีการชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต โดยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการเป็นส่วนบุคคล ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากอันดับแรกดังนี้ ด้านสินค้า ได้แก่ ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาที่พัก ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวกและรวดเร็วในการค้นหา เลือกรองที่พัก กระบวนการจองที่พัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีแพ็คเกจที่พักราคาพิเศษ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ได้แก่ การเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ เช่นรายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และอีเมล ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ได้แก่ เว็บไซต์มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Behavior of Thai Tourists Towards Internet Reservation for Accommodations in Chiang Mai Province

Author Miss Surawanee Chuakrut

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Kemakorn Chaiprasit

Abstact

This study was aimed at exploring the behavior of Thai tourists towards internet reservation for accommodations in Chiang Mai province. Data were collected through questionnaires which were distributed to 250 Thai tourists who experienced reserving the accommodations in Chiang Mai province through Internet. The gathered data were analyzed by frequency, percentage and mean. Convenience sampling was employed for selecting the samples.

The result of study illustrated that most of the respondents were female, single, aged between 26 to 41 years old, had a bachelor's degree level of education, are employed in private companies, government sector and state enterprise sector. Most respondents earned between 10,001 to 20,000 baht of monthly income. On behavioral aspect, it was found that most of them lived in Bangkok Metropolitan Region. Most respondents reserved the accommodations during 18.01-24.00 hrs. and made the prompt decisions and less than 1 week for internet reservation decision. The frequency in reserving the accommodation was 1-3 times a year and 1-2 days per time. The average accommodation price is 501 – 1,000 baht per time. Another purpose of using internet to make a reservation accommodation was searching the tourism information. Most respondents directly reserved the accommodations through the hotel, resort and accommodation websites. The persons who influenced in making decision about internet reservation for accommodations through internet were themselves. Most respondents made the payment by credit card. Most of them felt fair satisfied after reserving the accommodation through internet and after using the accommodation service.

The Electronic Marketing mix factors that affected to the internet reservation for accommodations in Chiang Mai province was privacy factor, which was ranked the most important, followed by price, product, place, promotion and personalization factors respectively.

Hereafter were shown sub-factors that the respondents paid highest concern on. In product factor, the highest concern was the various accommodation information. In price factor, the highest concern was the reasonable accommodation price. In place factor, the highest concern was friendly user, convenient website and quick response for searching, reserving including reservation procedure. In promotion factor, the highest concern was special accommodation package offer. In privacy factor, the highest concern was keeping customers' information such as customer name, credit card number, address, telephone number and e-mail address as secret data. In personalization factor, the highest concern was websites have the data entry system about customers' purchasing history or customers' former product history.