

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2-8)
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 9-24)
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 25-30)
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 31-36)
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน อาชีพ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด (ตารางที่ 37-94)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 97 | 38.8 |
| หญิง | 153 | 61.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 38.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 18 – 25 ปี | 91 | 36.4 |
| 26-41 ปี | 141 | 56.4 |
| 42 ปีขึ้นไป | 18 | 7.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 26-41 ปี ร้อยละ 56.4 รองลงมา อายุต่ำกว่า 18 – 25 ปี ร้อยละ 36.4 และ อายุ 42 ปีขึ้นไป ร้อยละ 7.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------------|
| โสด | 181 | 72.4 |
| สมรส | 42 | 16.8 |
| สมรส ยังไม่มีบุตร | 21 | 8.4 |
| แยกกันอยู่/หม้าย/หย่า | 6 | 2.4 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสภาพโสด ร้อยละ 72.4 รองลงมา สมรส ร้อยละ 16.8 สมรสยังไม่มีบุตร ร้อยละ 8.4 และแยกกันอยู่ หม้าย/หย่า ร้อยละ 2.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท | 96 | 38.4 |
| 10,001- 20,000 บาท | 111 | 44.4 |
| 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป | 43 | 17.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 44.4 รองลงมา ต่ำกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท ร้อยละ 38.4 และ 20,001-30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 17.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับการศึกษาสูงสุด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 26 | 10.4 |
| ปริญญาตรี | 176 | 70.4 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 48 | 19.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 70.4 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 19.2 และต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 10.4

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|------------|--------------|
| นักเรียน/นักศึกษา | 58 | 23.2 |
| อาชีพรับจ้าง | 146 | 58.4 |
| อาชีพอิสระ | 46 | 18.4 |
| รวม | 250 | 100.0 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้าง ประกอบด้วย พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น อาชีพอิสระ ประกอบด้วย แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และว่างงาน เป็นต้น

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 58.4 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 23.2 ข้าราชการ และอาชีพอิสระ ร้อยละ 18.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

| ภูมิลำเนา | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------------|
| ภาคเหนือ | 44 | 17.6 |
| ภาคกลาง | 23 | 9.2 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 8 | 3.2 |
| ภาคตะวันออก | 2 | 0.8 |
| ภาคตะวันตก | 1 | 0.4 |
| ภาคใต้ | 4 | 1.6 |
| กรุงเทพและปริมณฑล | 168 | 67.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล ร้อยละ 67.2 รองลงมา ภาคเหนือ ร้อยละ 17.6 ภาคกลาง ร้อยละ 9.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 3.2 ภาคใต้ ร้อยละ 1.6 ภาคตะวันออก ร้อยละ 0.8 และภาคตะวันตก ร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| 06.01-12.00 น. | 34 | 13.6 |
| 12.01-18.00 น. | 87 | 34.8 |
| 18.01-24.00 น. | 122 | 48.8 |
| 00.01-06.00 น. | 7 | 2.8 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ 18.01–24.00 น. ร้อยละ 48.8 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 34.8 06.01-12.00 น. ร้อยละ 13.6 และ 00.01-06.00 น. ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| ซื้อทันที หากถูกใจ | 71 | 28.4 |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | 71 | 28.4 |
| 1-2 สัปดาห์ | 76 | 30.4 |
| 3-4 สัปดาห์ | 16 | 6.4 |
| มากกว่า 4 สัปดาห์ | 10 | 4.0 |
| อื่นๆ | 6 | 2.4 |
| รวม | 250 | 100.0 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ จองให้เจ้านาย (3), เพื่อนฝากซื้อ (3)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของ
ที่พัททางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ซือทันที หากถูกใจ และน้อยกว่า 1 สัปดาห์ รวมกันร้อยละ 56.8
รองลงมา 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 30.4 3-4 สัปดาห์ ร้อยละ 6.4 มากกว่า 4 สัปดาห์ ร้อยละ 4.0 และ
อื่น ๆ ร้อยละ 2.4

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่จองที่พัก
ทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา)

| จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต(ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| 1-3 ครั้ง | 197 | 78.8 |
| 4-6 ครั้ง | 37 | 14.8 |
| 7-9 ครั้ง | 7 | 2.8 |
| 9-12 ครั้ง | 6 | 2.4 |
| 13 ครั้งขึ้นไป | 3 | 1.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวนครั้งที่จองที่พักทาง
อินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) มากที่สุดคือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 78.8 รองลงมา 4-6 ครั้ง
ร้อยละ 14.8 7-9 ครั้ง ร้อยละ 2.8 9-12 ครั้ง ร้อยละ 2.4 และ 13 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก

| บริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| จองแพคเกจทัวร์ | 64 | 25.6 |
| จองตั๋วเครื่องบิน | 138 | 55.2 |
| บริการรถเช่า | 43 | 17.2 |
| ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว | 168 | 67.2 |
| ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง | 111 | 44.4 |
| เพื่อชมสินค้า/บริการ | 118 | 47.2 |
| ไม่เคยใช้บริการ | 10 | 4.0 |
| อื่นๆ | 4 | 1.6 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

อื่น ๆ ได้แก่ เปรียบเทียบราคาที่พักเปรียบเทียบกับชื่อตรงกับโรงแรม (2), อัปเดตข่าวสารใหม่ (2)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 67.2 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 55.2 เพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 47.2 ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 44.4 จองแพคเกจทัวร์ ร้อยละ 25.6 บริการรถเช่า ร้อยละ 17.2 ไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 4.0 และอื่นๆ ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์

| แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|--------------|
| เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว | 162 | 64.8 |
| เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ | 75 | 30.0 |
| อื่นๆ | 13 | 5.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ Google (13)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พัก จากเว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 64.8 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 30.00 และอื่น ๆ ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| www.agoda.co.th | 84 | 33.6 |
| www.hotelthailand.com | 69 | 27.6 |
| www.sawasdee.com | 36 | 14.4 |
| www.allresorthailand.com | 9 | 3.6 |
| www.atsiam.com | 20 | 8 |
| www.hotelsthailand.com | 33 | 13.2 |
| www.hotelclub.com | 29 | 11.6 |
| www.airasiago.com | 38 | 15.2 |
| www.hongpakchiangmai.com | 11 | 4.4 |
| www.octopustravel.com | 12 | 4.8 |
| www.voucherthai.com | 7 | 2.8 |
| www.thaitour.com | 35 | 14.0 |
| www.teawchiangmai.com | 17 | 6.8 |
| www.asiatravel.com | 26 | 10.4 |
| www.chiangmaihotelcenter.com | 9 | 3.6 |
| เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท | 96 | 38.4 |
| อื่นๆ | 22 | 8.8 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย
อื่น ๆ ได้แก่ Pantip Market (12), Tarad.com (7), ประกาศซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน (3)

จากตารางที่ 14 พบว่าเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 38.4 รองลงมา www.agoda.co.th ร้อยละ 33.6 www.hotelthailand.com ร้อยละ 27.6 www.airasiago.com ร้อยละ 15.2 www.sawasdee.com ร้อยละ 14.4 www.thaitour.com ร้อยละ 14.0 www.hotelsthailand.com ร้อยละ 13.2 www.hotelclub.com ร้อยละ 11.6 www.asiatravel.com ร้อยละ 10.4 อื่น ๆ ร้อยละ 8.8 www.atsiam.com ร้อยละ 8 www.teawchiangmai.com ร้อยละ 6.8 www.octopustravel.com ร้อยละ 4.8 www.hongpakchiangmai.com ร้อยละ 4.4 www.allresortthailand.com และ www.chiangmaihotelcenter.com เท่ากัน ร้อยละ 3.6 และ www.voucherthai.com ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| 1-2 วัน | 161 | 64.4 |
| 3-4 วัน | 71 | 28.4 |
| 5-6 วัน | 10 | 4.0 |
| 7 วันขึ้นไป | 8 | 3.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ 1-2 วัน ร้อยละ 64.4 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 28.4 5-6 วัน ร้อยละ 4.0 และ 7 วันขึ้นไป ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|--------------|
| ตัดสินใจเอง | 119 | 47.6 |
| คู่อรัก | 50 | 20.0 |
| ญาติ | 15 | 6.0 |
| บิดา/มารดา | 9 | 3.6 |
| บุตรหลาน | 3 | 1.2 |
| เพื่อน | 48 | 19.2 |
| อื่นๆ | 6 | 2.4 |
| รวม | 250 | 100.0 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ เจ้านาย (4), เพื่อนร่วมงาน (2)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 47.6 รองลงมา คู่อรัก ร้อยละ 20.0 เพื่อน ร้อยละ 19.2 ญาติ ร้อยละ 6.0 บิดา/มารดา ร้อยละ 3.6 อื่น ๆ ร้อยละ 2.4 และ บุตรหลาน ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|---|-------|--------|--------|
| มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม | 175 | 70.0 | 1 |
| ชื่อเว็บไซต์ง่าย | 34 | 13.6 | 10 |
| ค้นหาง่ายจาก Search Engine | 99 | 39.6 | 3 |
| สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ | 116 | 46.4 | 2 |
| การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ | 23 | 9.2 | 11 |
| สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 73 | 29.2 | 7 |
| มีคนรู้จักแนะนำ | 94 | 37.6 | 5 |
| มีที่พักตรงตามความต้องการ | 95 | 38.0 | 4 |
| ได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ | 23 | 9.2 | 11 |
| ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น | 73 | 29.2 | 7 |
| สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ | 90 | 36 | 6 |
| มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น | 38 | 15.2 | 9 |
| มีโปรโมชั่นหลากหลาย | 44 | 17.6 | 8 |
| อื่นๆ | 5 | 2.0 | 12 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

อื่น ๆ ได้แก่ อ่านประสบการณ์ของคนที่เคยไปพักมาแล้ว (3), ความนิยมในการเข้าชมเว็บไซต์ (2)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 70.0 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 46.4 ค้นหาข้อมูลง่ายจาก Search Engine ร้อยละ 39.6 มีที่พักตรงตามความต้องการ ร้อยละ 38.0 มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 37.6 สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ ร้อยละ 36 ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น ร้อยละ 29.2 มีโปรโมชั่นหลากหลาย ร้อยละ 17.6 มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น ร้อยละ 15.2 ชื่อเว็บไซต์ง่าย ร้อยละ 13.6 การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ และได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ เท่ากันร้อยละ 9.2 และอื่นๆ ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และผลต่อการตัดสินใจจองที่พักหลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| แหล่งข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการจองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | ผลต่อการตัดสินใจจองที่พักหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | | | | | | แปลผล |
|--|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | รวม | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| คำแนะนำจากเว็บไซต์ การท่องเที่ยว | 10 (66.7%) | 9 (50.0%) | 52 (59.1%) | 65 (63.7%) | 13 (48.1%) | 149 (59.6%) | มีผลมาก |
| คำแนะนำจากการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) | 8 (53.3%) | 7 (38.9%) | 28 (31.8%) | 24 (23.5%) | 6 (22.2%) | 73 (29.2%) | มีผลปาน กลาง |
| คำแนะนำจากหนังสือ การท่องเที่ยว | 10 (66.7%) | 8 (44.4%) | 28 (31.8%) | 29 (28.4%) | 10 (37.0%) | 85 (34.0%) | มีผลมาก |
| คำแนะนำจากสื่อ ประเภทต่าง ๆ | 2 (13.3%) | 8 (44.4%) | 45 (51.1%) | 62 (60.8%) | 17 (63.0%) | 134 (53.6%) | มีผลมาก |
| คำเล่าลือเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว | 1 (6.7%) | 2 (11.1%) | 25 (28.4%) | 31 (30.4%) | 11 (40.7%) | 70 (28.0%) | มีผลมาก |
| อื่นๆ | 1 (6.7%) | 1 (5.6%) | 2 (2.3%) | 8 (7.8%) | 5 (18.5%) | 17 (6.8%) | มีผลมาก |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

อื่น ๆ ได้แก่ Google (10), เพื่อนร่วมงาน (5), คู่รัก (2)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ คำแนะนำจากเว็บไซต์ท่องเที่ยว ร้อยละ 59.6 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับมาก รองลงมา คำแนะนำจากสื่อประเภทต่าง ๆ ร้อยละ 53.6 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับมาก คำแนะนำจากหนังสือท่องเที่ยว ร้อยละ 34.0 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับมาก คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร้อยละ 29.2 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับปานกลาง คำเล่าลือเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 28.0 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับมาก และอื่นๆ ร้อยละ 6.8 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับมาก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|--|-------|--------|--------|
| ต่ำกว่า 500 บาท | 16 | 6.4 | 4 |
| 501-1,000 บาท | 99 | 39.6 | 1 |
| 1,001-1,500 บาท | 74 | 29.6 | 2 |
| 1,501-2,000 บาท | 32 | 12.8 | 3 |
| 2,001-2,500 บาท | 18 | 7.2 | 5 |
| 2,501-3,000 บาท | 4 | 1.6 | 7 |
| 3,001 บาท ขึ้นไป | 7 | 2.8 | 6 |
| รวม | 250 | 100.0 | |

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.6 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 29.6 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 12.8 2,001-2,500 บาท ร้อยละ 7.2 ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 6.4 3,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.8 และ 2,501-3,000 บาท ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

| วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|--|-------|--------|--------|
| ผ่านทางบัตรเครดิต | 146 | 58.4 | 1 |
| ผ่านทางระบบ PayPal | 11 | 4.4 | 6 |
| ผ่านทางมือถือ | 16 | 6.4 | 4 |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 135 | 54.0 | 2 |
| เช็ค/ตั๋วแลกเงิน | 3 | 1.2 | 7 |
| พัสดุเก็บเงินปลายทาง (พทง.) | 0 | 0.0 | - |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 35 | 14.0 | 3 |
| อื่นๆ ได้แก่ จ่ายเงินสด | 12 | 4.8 | 5 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 58.4 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 54.0 โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 14.0 ผ่านทางมือถือ ร้อยละ 6.4 อื่น ๆ ร้อยละ 4.8 ผ่านทางระบบ PayPal ร้อยละ 4.4 และเช็ค/ตัวแลกเงิน ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเรียงลำดับวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตตามความสะดวก

| การเรียงลำดับวิธีการชำระเงิน ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตตามความสะดวก | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---|--------|-----------|
| บัตรเครดิต | 52.4 | 1 |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 40.8 | 2 |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 35.6 | 3 |
| ชำระเงินผ่านทางมือถือ | 44.4 | 4 |
| ระบบ PayPal | 56.4 | 5 |

หมายเหตุ : เรียงลำดับวิธีการชำระเงินตามความสะดวกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ

จากตารางที่ 21 พบว่าความสะดวกของวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อันดับที่ 1 คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 52.4 รองลงมา อันดับที่ 2 โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 40.8 อันดับที่ 3 โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 35.6 อันดับที่ 4 ชำระเงินผ่านทางมือถือ ร้อยละ 44.4 และอันดับที่ 5 ระบบ PayPal ร้อยละ 56.4

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก และการตัดสินใจจะใช้บริการเว็บไซต์ ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตในอนาคต

| ระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทาง อินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|---|------------|--------------|--------|
| พอใจระดับน้อยที่สุด | 1 | 0.4 | 5 |
| พอใจระดับน้อย | 13 | 5.2 | 3 |
| พอใจระดับปานกลาง | 119 | 47.6 | 1 |
| พอใจระดับมาก | 105 | 42.0 | 2 |
| พอใจระดับมากที่สุด | 12 | 4.8 | 4 |
| รวม | 250 | 100.0 | |

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ระดับความพึงพอใจหลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก คือ พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 47.6 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 42.0 พอใจระดับน้อย ร้อยละ 5.2 พอใจระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.8 และ พอใจระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก
ตามปัจจัยด้านสินค้า

| ปัจจัยด้านสินค้า (Product) | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการจอง | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับ ที่ |
|--|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| 1. ความหลากหลายใน ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก | 60 (24.0) | 150 (60.0) | 40 (16.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4.08 (มาก) | 1 |
| 2. ความหลากหลาย ของบริการด้านอื่น ๆ เช่น แพคเกจทัวร์ รถเช่า ตัวเครื่องบิน | 43 (17.2) | 114 (45.6) | 85 (34.0) | 8 (3.2) | 0 (0.0) | 3.77 (มาก) | 5 |
| 3. การอัพเดทข้อมูลที่ พักให้ตรงกับความเป็น จริงตลอดเวลา | 72 (28.8) | 79 (31.6) | 9 (3.6) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3.90 (มาก) | 3 |
| 4. คุณภาพของที่พัก | 67 (26.8) | 102 (40.8) | 75 (30.0) | 6 (2.4) | 0 (0.0) | 3.92 (มาก) | 2 |
| 5. ชื่อเสียงของที่พัก | 49 (19.6) | 116 (46.4) | 80 (32.0) | 3 (1.2) | 2 (0.8) | 3.83 (มาก) | 4 |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 3.90 (มาก) | |

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา คุณภาพของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) การอัพเดทข้อมูลที่พักให้ตรงกับความเป็นจริงตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.90) ชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และความหลากหลายของบริการด้านอื่น ๆ เช่น แพคเกจทัวร์รถเช่า ตัวเครื่องบิน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา (Price) | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการจอง | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับ ที่ |
|---|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| 1. ความเหมาะสม ของราคาที่พัก | 88 (35.2) | 34 (37.6) | 66 (26.4) | 2 (0.8) | 0 (0.0) | 4.07 (มาก) | 1 |
| 2. ราคาสินค้าถูกกว่า การซื้อด้วยวิธีอื่น | 66 (26.4) | 83 (33.2) | 94 (37.6) | 7 (2.8) | 0 (0.0) | 3.83 (มาก) | 5 |
| 3. ความหลากหลาย ของวิธีการชำระเงิน | 48 (19.2) | 125 (50.0) | 68 (27.2) | 2 (2.8) | 2 (0.8) | 3.84 (มาก) | 4 |
| 4. ความหลากหลาย ของระดับราคาที่พัก | 58 (23.2) | 120 (48.0) | 65 (26.0) | 7 (2.8) | 0 (0.0) | 3.92 (มาก) | 3 |
| 5. ความชัดเจนในการ แสดงราคาสินค้า | 76 (30.4) | 99 (39.6) | 66 (26.4) | 9 (3.6) | 0 (0.0) | 3.97 (มาก) | 2 |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 3.94 (มาก) | |

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความเหมาะสมของราคาที่พัก ค่าเฉลี่ย (4.07) รองลงมา ความชัดเจนในการแสดงราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความหลากหลายของระดับราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

| ปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย (Place) | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการจอง | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับ ที่ |
|--|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| 1. การจองที่พักได้ ตลอด 24 ชั่วโมง | 86 (34.4) | 97 (38.8) | 56 (22.4) | 9 (3.6) | 2 (0.8) | 4.02 (มาก) | 2 |
| 2. เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวก และรวดเร็ว ในการค้นหา เลือก จองที่พัก กระบวนการ การจองที่พัก | 73 (29.2) | 126 (50.4) | 49 (19.6) | 2 (0.8) | 0 (0.0) | 4.08 (มาก) | 1 |
| 3. เว็บไซต์มีการ อัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ | 70 (28.0) | 92 (36.8) | 75 (30.0) | 11 (4.4) | 2 (0.8) | 3.87 (มาก) | 6 |
| 4. การตรวจสอบความ ถี่หน้าของการจอง เช่น ความรวดเร็วใน การยืนยันที่พัก | 74 (29.6) | 88 (35.2) | 80 (32.0) | 8 (3.2) | 0 (0.0) | 3.91 (มาก) | 4 |
| 5. ความชัดเจนในการ แสดงรายละเอียด ขั้นตอนการจองที่พัก การยกเลิกการจองที่พัก | 70 (28.0) | 100 (40.0) | 69 (27.6) | 11 (4.4) | 0 (0.0) | 3.92 (มาก) | 3 |
| 6. การออกแบบ เว็บไซต์ที่สวยงามและ ทันสมัย | 36 (14.4) | 124 (49.6) | 77 (30.8) | 10 (4.0) | 3 (1.2) | 3.72 (มาก) | 8 |
| 7. ความน่าเชื่อถือของ เว็บไซต์ | 70 (28.0) | 98 (39.2) | 74 (29.6) | 8 (3.2) | 0 (0.0) | 3.92 (มาก) | 3 |
| 8. การเลือกภาษาที่ แสดงในเว็บไซต์ | 38 (15.2) | 126 (50.4) | 75 (30.0) | 11 (4.4) | 0 (0.0) | 3.76 (มาก) | 7 |
| 9. ความปลอดภัยใน การชำระเงินผ่าน เว็บไซต์ | 81 (32.4) | 77 (30.8) | 76 (30.4) | 15 (6.0) | 1 (0.4) | 3.89 (มาก) | 5 |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 3.89 (มาก) | |

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวกและรวดเร็วในการค้นหา เลือกรองที่พักร ะบวนการจองที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา การจองที่พักได้ตลอด 24 ชม. (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความชัดเจนในการแสดงรายละเอียดขั้นตอนการจองที่พัก การยกเลิกการจองที่พัก และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) การตรวจสอบความคืบหน้าของการจอง เช่น ความรวดเร็วในการยืนยันที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) เว็บไซต์มีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การเลือกภาษาที่แสดงในเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการจอง | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|---|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| 1. ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ Social Network ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ | 45 (18.0) | 115 (46.0) | 75 (30.0) | 15 (6.0) | 0 (0.0) | 3.76 (มาก) | 5 |
| 2. การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจ ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจของที่พัก | 46 (18.4) | 122 (48.8) | 63 (25.2) | 18 (7.2) | 1 (0.4) | 3.78 (มาก) | 4 |
| 3. ความหลากหลายของโปรโมชั่น เช่น การสะสมแต้ม การให้ส่วนลด การให้ของแถม การร่วมสนุกชิงรางวัล การแจกบัตรสมนาคุณ เป็นต้น | 52 (20.8) | 92 (36.8) | 85 (34.0) | 18 (7.2) | 3 (1.2) | 3.69 (มาก) | 6 |
| 4. การทำโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาล | 74 (29.6) | 92 (36.8) | 71 (28.4) | 11 (4.4) | 2 (0.8) | 3.90 (มาก) | 2 |
| 5. การสื่อสารข้อมูลของสินค้า ข่าวสารแก่ลูกค้าโดยเฉพาะ โปรโมชั่นต่างๆ อย่างทั่วถึง | 54 (21.6) | 105 (42.0) | 80 (32.0) | 10 (4.0) | 1 (0.4) | 3.80 (มาก) | 3 |
| 6. การมีแพคเกจที่พักราคาพิเศษ | 66 (26.4) | 109 (43.6) | 63 (25.2) | 11 (4.4) | 1 (0.4) | 3.91 (มาก) | 1 |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 3.81 (มาก) | |

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การมีแพคเกจที่พักราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา การทำโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.90) การสื่อสารข้อมูลของสินค้าข่าวสารแก่ลูกค้าโดยเฉพาะโปรโมชั่นต่าง ๆ อย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตน่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ใช้สื่อโฆษณาเช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ Social Network ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และความหลากหลายของโปรโมชั่น เช่น การสะสมแต้ม การให้ส่วนลด การให้ของแถม การร่วมสนุกชิงรางวัล การแจกบัตรสมาชิก เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

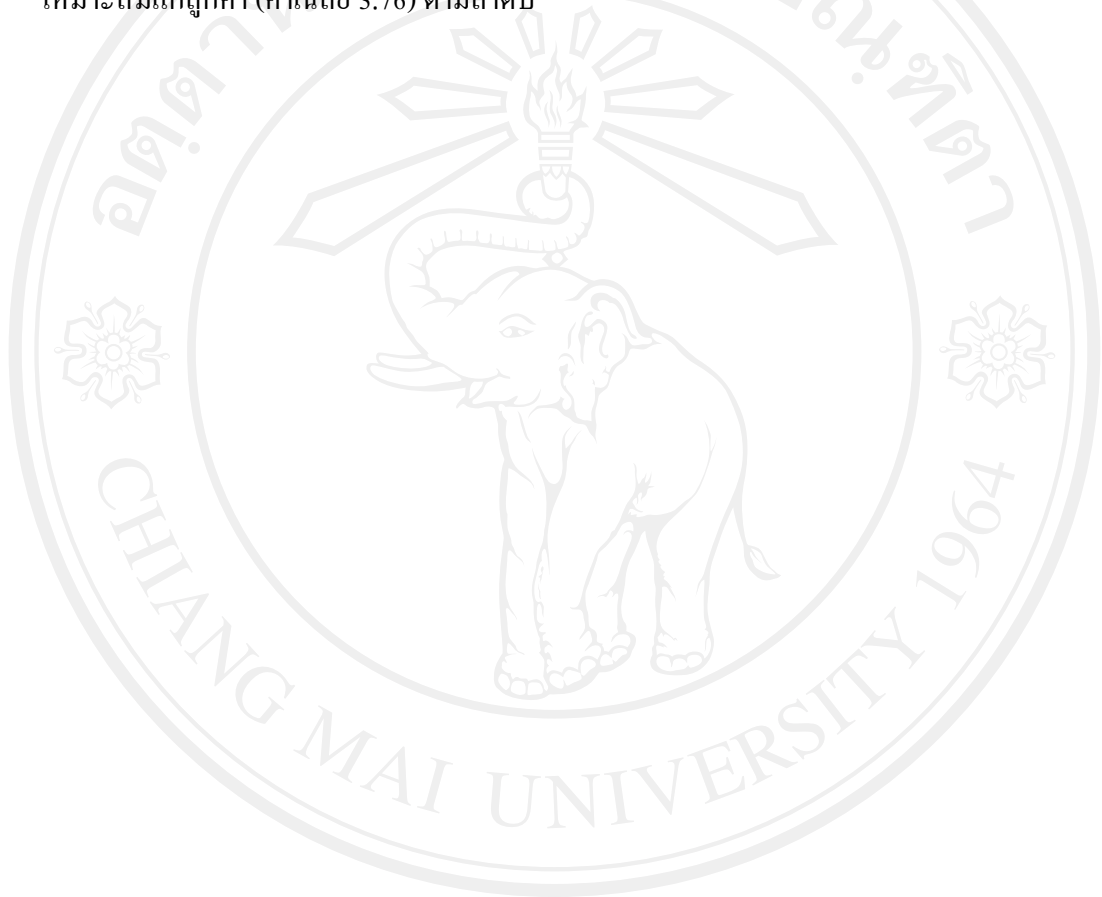
| ปัจจัยด้าน การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการจอง | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|--|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| 1. การเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ เช่นรายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลล์ | 98 (39.2) | 94 (37.6) | 55 (22.0) | 3 (1.2) | 0 (0.0) | 4.15 (มาก) | 1 |
| 2. การเข้ารหัสข้อมูลในการรับ - ส่งข้อมูล | 71 (28.4) | 103 (41.2) | 71 (28.4) | 5 (2.0) | 0 (0.0) | 3.96 (มาก) | 3 |
| 3. การขออนุญาตลูกค้าเพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังอีเมลล์ของลูกค้า | 68 (27.2) | 113 (45.2) | 64 (25.6) | 5 (2.0) | 0 (0.0) | 3.98 (มาก) | 2 |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 4.03 (มาก) | |

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ เช่น รายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และอีเมล (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา การขออนุญาตลูกค้าเพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังอีเมลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการเข้ารหัสข้อมูลในการรับ-ส่งข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล

| ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการจอง | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|---|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|----------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| 1. เว็บไซต์มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า | 52 (20.8) | 114 (45.6) | 77 (30.8) | 7 (2.8) | 0 (0.0) | 3.84 (มาก) | 1 |
| 2. เว็บไซต์มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า | 45 (18.0) | 110 (44.0) | 85 (34.0) | 10 (4.0) | 0 (0.0) | 3.76 (มาก) | 3 |
| 3. การให้คำแนะนำคำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ ให้กับลูกค้า ราชบุคคลผ่านเว็บไซต์ | 50 (20.0) | 110 (44.0) | 78 (31.6) | 10 (4.0) | 1 (0.4) | 3.79 (มาก) | 2 |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 3.79 (มาก) | |

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ เว็บไซต์มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา การให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้ารายบุคคลผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ เว็บไซต์มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสินค้า

| ปัญหาด้านสินค้า | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|--|-------|--------|--------|
| ไม่ได้ห้องพักตามที่จอง | 53 | 21.2 | 3 |
| ที่พักไม่มีคุณภาพ | 72 | 28.8 | 2 |
| สภาพที่พักไม่ตรงตามที่ประกาศบนเว็บไซต์ | 140 | 56.0 | 1 |
| ไม่พบปัญหา | 72 | 28.8 | 2 |
| อื่นๆ | 7 | 2.8 | 4 |

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ประกาศ (5), สภาพที่พักไม่ได้รับการปรับปรุง (2)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสินค้ามากที่สุด คือ สภาพที่พักไม่ตรงตามที่ประกาศบนเว็บไซต์ ร้อยละ 56.0 รองลงมา ที่พักไม่มีคุณภาพ และไม่พบปัญหา เท่ากันร้อยละ 28.8 ไม่ได้ห้องพักตามที่จอง ร้อยละ 21.2 และอื่นๆ ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

| ปัญหาด้านราคา | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|--|-------|--------|--------|
| ไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน | 80 | 32.0 | 2 |
| ราคาสินค้าที่แสดงไม่ตรงกับที่เรียกเก็บเงินจริง | 71 | 28.4 | 3 |
| ไม่พบปัญหา | 123 | 49.2 | 1 |

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านราคา ร้อยละ 49.2 รองลงมา ไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ร้อยละ 32.0 และ ราคาสินค้าที่แสดงไม่ตรงกับที่เรียกเก็บเงินจริง ร้อยละ 28.4

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

| ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|--|-------|--------|--------|
| ขั้นตอนการยืนยันที่פקล่าช้า | 45 | 18.0 | 4 |
| ขั้นตอนในการให้บริการเปลี่ยนแปลงข้อมูล การจองที่พัก การยกเลิกการจองล่าช้า | 57 | 22.8 | 3 |
| เว็บไซต์ขัดข้องบ่อยครั้ง | 95 | 38.0 | 1 |
| เว็บไซต์โหลดข้อมูลการค้นหาและแสดงผลช้า | 95 | 38.0 | 1 |
| ไม่พบปัญหา | 84 | 33.6 | 2 |
| อื่นๆ | 2 | 0.8 | 5 |

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ติดต่อกลับเว็บไซต์ยาก (2)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย คือ เว็บไซต์ขัดข้องบ่อยครั้ง และ เว็บไซต์โหลดข้อมูลการค้นหาและแสดงผลช้า เท่ากันร้อยละ 38.0 รองลงมา ไม่พบปัญหา ร้อยละ 33.6 ขั้นตอนในการให้บริการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการจองที่พัก การยกเลิกการจองล่าช้า ร้อยละ 22.8 ขั้นตอนการยืนยันที่פקล่าช้า ร้อยละ 18.0 และอื่นๆ ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|---------------------------------------|-------|--------|--------|
| ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ | 73 | 29.2 | 3 |
| โปรโมชันไม่น่าสนใจ | 83 | 33.2 | 2 |
| โปรโมชันไม่หลากหลาย | 98 | 39.2 | 1 |
| ไม่พบปัญหา | 70 | 28.0 | 4 |
| อื่นๆ | 1 | 0.4 | 5 |

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีระบบสมาชิก (1)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ โพรโมชันไม่หลากหลาย ร้อยละ 39.2 รองลงมา โพรโมชันไม่น่าสนใจ ร้อยละ 33.2 ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โพรโมชันต่าง ๆ ร้อยละ 29.2 ไม่พบปัญหา ร้อยละ 28.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.4

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

| ปัญหาการรักษาความเป็นส่วนตัว | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|---|-------|--------|--------|
| ไม่มีการเข้ารหัสข้อมูลในการรับ-ส่งข้อมูล | 44 | 17.6 | 4 |
| ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังอีเมลของลูกค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต | 75 | 30.0 | 2 |
| ข้อมูลส่วนตัวถูกเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่น | 61 | 24.4 | 3 |
| ไม่พบปัญหา | 133 | 53.2 | 1 |
| อื่นๆ | 4 | 1.6 | 5 |

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย
อื่น ๆ ได้แก่ ไม่มีระบบยกเลิกการรับอีเมล (3), ส่งเมลล์มาบ่อยเกินไป (1)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ร้อยละ 53.2 รองลงมา ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังอีเมลของลูกค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต ร้อยละ 30.0 ข้อมูลส่วนตัวถูกเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่น ร้อยละ 24.4 ไม่มีการเข้ารหัสข้อมูลในการรับ-ส่งข้อมูล ร้อยละ 17.6 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการให้บริการรายบุคคล

| ปัญหาด้านการให้บริการรายบุคคล | จำนวน | ร้อยละ | อันดับ |
|--|-------|--------|--------|
| ไม่มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือดูข้อมูลสินค้า | 54 | 27.6 | 4 |
| เว็บไซต์ไม่มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า | 70 | 28.0 | 3 |
| ไม่มีการให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าผ่านเว็บไซต์ | 93 | 37.2 | 2 |
| ไม่พบปัญหา | 104 | 41.6 | 1 |
| อื่นๆ | 1 | 0.4 | 5 |

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย
อื่น ๆ ได้แก่ ติดต่อสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ยาก (1)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการให้บริการรายบุคคล ร้อยละ 41.6 รองลงมา ไม่มีการให้คำแนะนำ คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าผ่านเว็บไซต์ ร้อยละ 37.2 เว็บไซต์ไม่มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า ร้อยละ 28.0 ไม่มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือดูข้อมูลสินค้า ร้อยละ 27.6 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน อาชีพ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเว็บไซต์ในการ
จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจอง ที่พักทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม |
|---|-----------------------|------------------------|------------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 06.01-12.00 น. | 15 (15.5) | 19 (12.4) | 34 (13.6) |
| 12.01-18.00 น. | 22 (22.7) | 65 (42.5) | 87 (34.8) |
| 18.01-24.00 น. | 56 (57.7) | 66 (43.1) | 122 (48.8) |
| 00.01-06.00 น. | 4 (4.1) | 3 (2.0) | 7 (2.8) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทาง
อินเทอร์เน็ต ช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 57.7 รองลงมา ช่วงเวลา 12.01-18.00 น.
ร้อยละ 22.8 และช่วงเวลา 06.01-12.00 น. ร้อยละ 15.5

ส่วนเพศหญิงใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลา 18.01-24.00
น. มากที่สุด ร้อยละ 43.1 รองลงมา ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 42.5 และช่วงเวลา 06.01-
12.00 น. ร้อยละ 12.4

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม |
|---|-----------------------|------------------------|------------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อทันทีหากถูกใจ | 44 (45.4) | 27 (17.6) | 71 (28.4) |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | 21 (21.6) | 50 (32.7) | 71 (28.4) |
| 1-2 สัปดาห์ | 19 (19.6) | 57 (37.3) | 76 (30.4) |
| 3-4 สัปดาห์ | 4 (4.1) | 12 (7.8) | 16 (6.4) |
| มากกว่า 4 สัปดาห์ | 7 (7.2) | 3 (2.0) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 2 (2.1) | 4 (2.6) | 6 (2.4) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 36 พบว่าระยะเวลาที่เพศชายใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ซื้อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 45.4 รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 21.6 และ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 19.6

ส่วนเพศหญิง ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 37.3 รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 32.7 และ ซื้อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) จำแนกตามเพศ

| จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) | เพศ | | รวม |
|---|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-3 ครั้ง | 76 (78.4) | 121 (79.1) | 197 (78.8) |
| 4-6 ครั้ง | 12 (12.4) | 25 (16.3) | 37 (14.8) |
| 7-9 ครั้ง | 4 (4.1) | 3 (2.0) | 7 (2.8) |
| 9-12 ครั้ง | 3 (3.1) | 3 (2.0) | 6 (2.4) |
| 13 ครั้งขึ้นไป | 2 (2.1) | 1 (0.7) | 3 (1.2) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 37 พบว่าจำนวนครั้งที่เพศชายจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 78.4 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 12.4 และ 7-9 ครั้ง ร้อยละ 4.1

ส่วนเพศหญิง จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 79.1 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 16.3 7-9 ครั้ง และ 9-12 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก จำแนกตามเพศ

| บริการอื่น ๆ นอกเหนือจาก การใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก | เพศ | | รวม |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| จองแพคเกจทัวร์ | 30 (30.92) | 34 (22.22) | 64 (25.6) |
| จองตั๋วเครื่องบิน | 50 (51.5) | 88 (57.5) | 138 (55.2) |
| บริการรถเช่า | 12 (12.4) | 31 (20.3) | 43 (17.2) |
| ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว | 65 (67.0) | 103 (67.3) | 168 (67.2) |
| ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง | 38 (39.2) | 73 (47.7) | 111 (44.4) |
| เพื่อชมสินค้า/บริการ | 40 (41.2) | 78 (50.9) | 118 (47.2) |
| ไม่เคยใช้บริการ | 6 (6.2) | 4 (2.6) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 1 (1.0) | 3 (2.0) | 4 (1.6) |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่าบริการอื่น ๆ ที่เพศชายใช้บริการนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 67.0 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 51.5 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 41.2

ส่วนเพศหญิง พบว่าบริการอื่น ๆ ที่ใช้บริการนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พักมากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 67.3 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 57.5 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 50.9

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ จำแนกตามเพศ

| แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ | เพศ | | รวม |
|---|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว | 63 (64.9) | 99 (64.7) | 162 (64.8) |
| เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศ และในประเทศ | 28 (28.9) | 47 (30.7) | 75 (30.0) |
| อื่น ๆ | 6 (6.2) | 7 (4.6) | 13 (5.2) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 39 พบว่าแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ ที่เพศชายใช้บริการมากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 64.9 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 28.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 6.2

ส่วนเพศหญิง พบว่าแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 64.7 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 30.7 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.6

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ | เพศ | | รวม |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย (n=97) | หญิง (n=153) | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.agoda.co.th | 29 (29.9) | 55 (35.9) | 84 (33.6) |
| www.hotelthailand.com | 26 (26.8) | 43 (28.1) | 69 (27.6) |
| www.sawasdee.com | 19 (19.6) | 17 (11.1) | 36 (14.4) |
| www.allresortthailand.com | 1 (1.0) | 8 (5.2) | 9 (3.6) |
| www.atsiam.com | 5 (5.2) | 15 (9.8) | 20 (8.0) |
| www.hotelsthaiand.com | 12 (12.4) | 21 (13.7) | 33 (13.2) |
| www.hotelclub.com | 14 (14.4) | 15 (9.8) | 29 (11.6) |
| www.airasiago.com | 20 (20.6) | 18 (11.8) | 38 (15.2) |
| www.hongpakchiangmai.com | 3 (3.1) | 8 (5.2) | 11 (4.4) |
| www.octopustravel.com | 8 (8.2) | 4 (2.6) | 12 (4.8) |
| www.voucherthai.com | 0 (0.0) | 7 (4.6) | 7 (2.8) |
| www.thaitour.com | 22 (22.7) | 13 (8.5) | 35 (14.0) |
| www.teawchiangmai.com | 11 (11.3) | 6 (3.9) | 17 (6.8) |
| www.asiatravel.com | 9 (9.3) | 17 (11.1) | 26 (10.4) |
| www.chiangmaihotelcenter.com | 4 (4.1) | 5 (3.3) | 9 (3.6) |
| เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท | 34 (35.1) | 62 (40.5) | 96 (38.4) |
| อื่น ๆ ได้แก่ Google | 10 (10.3) | 12 (7.8) | 22 (8.8) |

จากตารางที่ 40 เว็บไซต์ที่เพศชายใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 35.1 รองลงมา www.agoda.co.th ร้อยละ 26.8 และ www.thaitour.com ร้อยละ 22.7

ส่วนเพศหญิง พบว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 40.5 รองลงมา www.agoda.co.th ร้อยละ 28.1 และ www.hotelsthailand.com ร้อยละ 13.7

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ย ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม n=250 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย | หญิง | จำนวน (ร้อยละ) |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| 1-2 วัน | 58 (59.8) | 103 (67.3) | 161 (64.4) |
| 3-4 วัน | 32 (33.0) | 39 (25.5) | 71 (28.4) |
| 5-6 วัน | 3 (3.1) | 7 (4.6) | 10 (4.0) |
| 7 วันขึ้นไป | 4 (4.1) | 4 (2.6) | 8 (3.2) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 41 พบว่าจำนวนวันที่เพศชายเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 59.8 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 33 และ 7 วันขึ้นไป ร้อยละ

4.1

ส่วนเพศหญิง จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 67.3 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 25.5 และ 5-6 วัน ร้อยละ 4.6

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ของที่พักทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตัดสินใจเอง | 50 (51.5) | 69 (45.1) | 119 (47.6) |
| คู่อรัก | 20 (20.6) | 30 (19.6) | 50 (20.0) |
| ญาติ | 7 (7.2) | 8 (5.2) | 15 (6.0) |
| บิดา/มารดา | 3 (3.1) | 6 (3.9) | 9 (3.6) |
| บุตรหลาน | 2 (2.1) | 1 (0.7) | 3 (1.2) |
| เพื่อน | 13 (13.4) | 35 (22.9) | 48 (19.2) |
| อื่น ๆ | 2 (2.1) | 4 (2.6) | 6 (2.4) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตของเพศชายมากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 51.5 รองลงมา คู่อรัก ร้อยละ 20.6 และเพื่อน ร้อยละ 13.4

ส่วนเพศหญิง พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 45.1 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 22.9 และคู่อรัก ร้อยละ 19.6

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย (n = 97) | หญิง (n = 153) | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม | 69 (71.1) | 106 (69.3) | 175 (70.0) |
| ซื้อเว็บไซต์ง่าย | 16 (16.5) | 18 (11.8) | 34 (13.6) |
| ค้นหาง่ายจาก Search Engine | 36 (37.1) | 63 (41.2) | 99 (39.6) |
| สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ | 46 (47.4) | 70 (45.8) | 116 (46.4) |
| การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ | 4 (4.1) | 19 (12.4) | 23 (9.2) |
| สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 27 (27.8) | 46 (30.1) | 73 (29.2) |
| มีคนรู้จักแนะนำ | 35 (36.1) | 59 (38.6) | 94 (37.6) |
| มีที่พักตรงตามความต้องการ | 34 (35.1) | 61 (39.9) | 95 (38.0) |
| ได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ | 9 (9.3) | 14 (9.2) | 23 (9.2) |
| ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น | 23 (23.7) | 50 (32.7) | 73 (29.2) |
| สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ | 30 (30.9) | 60 (39.2) | 90 (36.0) |
| มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น | 9 (9.3) | 29 (19.0) | 38 (15.2) |
| มีโปรโมชั่นหลากหลาย | 18 (18.6) | 26 (17.0) | 44 (17.6) |
| อื่น ๆ | 2 (2.1) | 3 (2.0) | 5 (2.0) |

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยที่เพศชายใช้ในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 71.1 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 47.4 และค้นหาได้จาก Search Engine ร้อยละ 37.1

ส่วนเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 69.3 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 45.8 และค้นหาได้จาก Search Engine ร้อยละ 41.2

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ย ที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 8 (8.2) | 8 (5.2) | 16 (6.4) |
| 501-1,000 บาท | 41 (42.3) | 58 (37.9) | 99 (39.6) |
| 1,001-1,500 บาท | 31 (32.0) | 43 (28.1) | 74 (29.6) |
| 1,501-2,000 บาท | 7 (7.2) | 25 (16.3) | 32 (12.8) |
| 2,001-2,500 บาท | 5 (5.2) | 13 (8.5) | 18 (7.2) |
| 2,501-3,000 บาท | 3 (3.1) | 1 (0.7) | 4 (1.6) |
| 3,001 บาท ขึ้นไป | 2 (2.1) | 5 (3.3) | 7 (2.8) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 44 พบว่าราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่เพศชายจองผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 42.3 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 32.0 และต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 8.2

ส่วนเพศหญิง พบว่าราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 37.9 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 28.1 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 16.3

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

| วิธีการชำระเงินในการจองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | เพศ | | รวม |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย (n = 97) | หญิง (n = 153) | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผ่านทางบัตรเครดิต | 60 (61.9) | 86 (56.2) | 146 (58.4) |
| ผ่านทางระบบ PayPal | 5 (5.2) | 6 (3.9) | 11 (4.4) |
| ผ่านทางมือถือ | 8 (8.2) | 8 (5.2) | 16 (6.4) |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 45 (46.4) | 90 (58.8) | 135 (54.0) |
| เช็ค/ตั๋วแลกเงิน | 1 (1.0) | 2 (1.3) | 3 (1.2) |
| พัสดูเก็บเงินปลายทาง (พทง.) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 10 (10.3) | 25 (16.3) | 35 (14.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่ จ่ายด้วยเงินสด | 7 (7.2) | 5 (3.3) | 12 (4.8) |

จากตารางที่ 45 พบว่าเพศชายใช้วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 61.9 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 46.4 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 10.3

ส่วนเพศหญิง พบว่าใช้วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 58.8 รองลงมา ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 56.2 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 16.3

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก จำแนกตามเพศ

| ระดับความพอใจหลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก | เพศ | | รวม |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ชาย | หญิง | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พอใจระดับน้อยที่สุด | 0 (0.0) | 1 (0.7) | 1 (0.4) |
| พอใจระดับน้อย | 7 (7.2) | 6 (3.9) | 13 (5.2) |
| พอใจระดับปานกลาง | 50 (51.5) | 69 (45.1) | 119 (47.6) |
| พอใจระดับมาก | 34 (35.1) | 71 (46.4) | 105 (42.0) |
| พอใจระดับมากที่สุด | 6 (6.2) | 6 (3.9) | 12 (4.8) |
| รวม | 97 (100.0) | 153 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 46 พบว่าเพศชายมีความพอใจระดับปานกลาง มากที่สุด หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก ร้อยละ 51.5 รองลงมา พพอใจระดับมาก ร้อยละ 35.1 และพอใจระดับน้อย ร้อยละ 7.2

ส่วนเพศหญิง พบว่ามีความพอใจระดับมาก มากที่สุด หลังจากที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก ร้อยละ 46.4 รองลงมา พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 45.1 พอใจระดับมากที่สุดและพอใจระดับน้อย เท่ากันร้อยละ 3.9

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เว็บไซต์ในการจองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 06.01-12.00 น. | 18 (18.8) | 11 (9.9) | 5 (11.6) | 34 (13.6) |
| 12.01-18.00 น. | 30 (31.3) | 43 (38.7) | 14 (32.6) | 87 (34.8) |
| 18.01-24.00 น. | 45 (46.9) | 53 (47.7) | 24 (55.8) | 122 (48.8) |
| 00.01-06.00 น. | 3 (3.1) | 4 (3.6) | 0 (0.0) | 7 (2.8) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 46.9 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 31.3 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 18.8

รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 47.7 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 38.7 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 9.9

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 55.8 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 32.6 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 11.6

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 บาทขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อทันทีหากถูกใจ | 27 (28.1) | 34 (30.6) | 10 (23.3) | 71 (28.4) |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | 29 (30.2) | 29 (26.1) | 13 (30.2) | 71 (28.4) |
| 1-2 สัปดาห์ | 30 (31.3) | 32 (28.8) | 14 (32.6) | 76 (30.4) |
| 3-4 สัปดาห์ | 4 (4.2) | 8 (7.2) | 4 (9.3) | 16 (6.4) |
| มากกว่า 4 สัปดาห์ | 3 (3.1) | 5 (4.5) | 2 (4.7) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 3 (3.1) | 3 (2.7) | 0 (0.0) | 6 (2.4) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 31.3 รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.2 และซื้อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 28.1

รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ซื้อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 30.6 รองลงมา 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 28.8 และน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 26.1

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 32.6 รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.2 และซื้อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 23.3

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| จำนวนครั้งที่จอง ที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-3 ครั้ง | 78 (81.3) | 87 (78.4) | 32 (74.4) | 197 (78.8) |
| 4-6 ครั้ง | 14 (14.6) | 17 (15.3) | 6 (14.0) | 37 (14.8) |
| 7-9 ครั้ง | 2 (2.1) | 3 (2.7) | 2 (4.7) | 7 (2.8) |
| 9-12 ครั้ง | 0 (0.0) | 3 (2.7) | 3 (7.0) | 6 (2.4) |
| 13 ครั้งขึ้นไป | 2 (2.1) | 1 (0.9) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 81.3 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 14.6 7-9 ครั้งและ 13 ครั้งขึ้นไปเท่ากันร้อยละ 2.1

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 78.4 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 15.3 7-9 ครั้งและ 9-12 ครั้งเท่ากันร้อยละ 2.7

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 74.4 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 14.0 และ 9 – 12 ครั้ง ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| บริการอื่น ๆ นอกเหนือจาก การใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 (n = 96) | 10,001 - 20,000 (n = 111) | 20,001 – 30,000 ขึ้นไป (n = 43) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| จองแพคเกจทัวร์ | 21 (21.9) | 33 (34.4) | 10 (10.4) | 64 (25.6) |
| จองตั๋วเครื่องบิน | 44 (45.8) | 68 (70.8) | 26 (27.1) | 138 (55.2) |
| บริการรถเช่า | 16 (16.7) | 16 (16.7) | 11 (11.5) | 43 (17.2) |
| ค้นหาข้อมูล ด้านการท่องเที่ยว | 56 (58.3) | 83 (86.5) | 29 (30.2) | 168 (67.2) |
| ค้นหาเว็บไซต์ที่ เกี่ยวข้อง | 31 (32.3) | 58 (60.4) | 22 (22.9) | 111 (44.4) |
| เพื่อชมสินค้า/บริการ | 40 (41.7) | 60 (62.5) | 18 (18.8) | 118 (47.2) |
| ไม่เคยใช้บริการ | 7 (7.3) | 1 (1.0) | 2 (2.1) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 2 (2.1) | 2 (2.1) | 0 (0.0) | 4 (1.6) |

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท ใช้บริการอื่น ๆ
นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ
58.3 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 45.8 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 41.7

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ต
ของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 86.5 รองลงมา ของตัวเครื่องบิน
ร้อยละ 70.8 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 62.5

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทขึ้นไป ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้
อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 30.2 รองลงมา ของตัว
เครื่องบิน ร้อยละ 27.1 และค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 22.9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| แหล่งค้นหาข้อมูล การจองที่พักจาก เว็บไซต์ | รายได้ต่อเดือน (บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| เว็บไซต์ตรงของ รีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว | 72 (75.0) | 73 (65.8) | 17 (39.5) | 162 (64.8) |
| เว็บไซต์ของตัวแทน จำหน่ายจากต่างประเทศ และในประเทศ | 16 (16.7) | 35 (31.5) | 24 (55.8) | 75 (30.0) |
| อื่น ๆ | 8 (8.3) | 3 (2.7) | 2 (4.7) | 13 (5.2) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 75.0 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 16.7 และอื่น ๆ ร้อยละ 8.3

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 65.8 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 31.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 2.7

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทขึ้นไป แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 55.8 รองลงมา เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 39.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.7

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักใน จังหวัดเชียงใหม่ | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|--|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 (n = 96) | 10,001 - 20,000 (n = 111) | 20,001 –30,000 ขึ้นไป (n = 43) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.agoda.co.th | 21 (21.9) | 39 (40.6) | 24 (25.0) | 84 (33.6) |
| www.hotelthailand.com | 36 (37.5) | 30 (31.3) | 3 (3.1) | 69 (27.6) |
| www.sawasdee.com | 14 (14.6) | 16 (16.7) | 6 (6.3) | 36 (14.4) |
| www.allresortthailand.com | 3 (3.1) | 4 (4.2) | 2 (2.1) | 9 (3.6) |
| www.atsiam.com | 4 (4.2) | 10 (10.4) | 6 (6.3) | 20 (8.0) |
| www.hotelsthailand.com | 14 (14.6) | 15 (15.6) | 4 (4.2) | 33 (13.2) |
| www.hotelclub.com | 20 (20.8) | 8 (8.3) | 1 (1.0) | 29 (11.6) |
| www.airasiago.com | 10 (10.4) | 20 (20.8) | 8 (8.3) | 38 (15.2) |
| www.hongpakchiangmai.com | 3 (3.1) | 6 (6.3) | 2 (2.1) | 11 (4.4) |
| www.octopustravel.com | 0 (0.0) | 8 (8.3) | 4 (4.2) | 12 (4.8) |
| www.voucherthai.com | 1 (1.0) | 3 (3.1) | 3 (3.1) | 7 (2.8) |

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักใน จังหวัดเชียงใหม่ | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|--|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 (n = 96) | 10,001 - 20,000 (n = 111) | 20,001 –30,000 ขึ้นไป (n = 43) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.thaitour.com | 17 (17.7) | 15 (15.6) | 3 (3.1) | 35 (14.0) |
| www.teawchiangmai.com | 5 (5.2) | 10 (10.4) | 2 (2.1) | 17 (6.8) |
| www.asiatravel.com | 9 (9.4) | 15 (15.6) | 2 (2.1) | 26 (10.4) |
| www.chiangmaihotelcenter.com | 6 (6.3) | 2 (2.1) | 1 (1.0) | 9 (3.6) |
| เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท | 37 (38.5) | 45 (46.9) | 14 (14.6) | 96 (38.4) |
| อื่น ๆ | 12 (12.5) | 8 (8.3) | 2 (2.1) | 22 (8.8) |

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 38.5 รองลงมา www.hotelthailand.com ร้อยละ 37.5 และ www.agoda.co.th ร้อยละ 21.9

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 46.9 รองลงมา www.agoda.co.th ร้อยละ 40.6 และ www.hotelthailand.com ร้อยละ 31.3

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ www.agoda.co.th ร้อยละ 25.0 รองลงมา เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 14.6 และ www.airasiago.com ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| จำนวนวันเข้าพักต่อครั้ง โดยเฉลี่ยในการจองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-2 วัน | 70 (72.9) | 62 (55.9) | 29 (67.4) | 161 (64.4) |
| 3-4 วัน | 20 (20.8) | 41 (36.9) | 10 (23.3) | 71 (28.4) |
| 5-6 วัน | 3 (3.1) | 3 (2.7) | 4 (9.3) | 10 (4.0) |
| 7 วันขึ้นไป | 3 (3.1) | 5 (4.5) | 0 (0.0) | 8 (3.2) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 72.9 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 20.8 5-6 วัน และ 7 วันขึ้นไป เท่ากันร้อยละ 3.1

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 55.9 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 36.9 และ 7 วันขึ้นไป ร้อยละ 4.5

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 67.4 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 23.3 และ 5-6 วัน ร้อยละ 9.3

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ของที่พักทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|--|------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตัดสินใจเอง | 41 (42.7) | 60 (54.1) | 18 (41.9) | 119 (47.6) |
| คู่อรัก | 12 (12.5) | 20 (18.0) | 18 (41.9) | 50 (20.0) |
| ญาติ | 9 (9.4) | 6 (5.4) | 0 (0.0) | 15 (6.0) |
| บิดา/มารดา | 9 (9.4) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| บุตรหลาน | 0 (0.0) | 1 (0.9) | 2 (4.7) | 3 (1.2) |
| เพื่อน | 23 (24.0) | 22 (19.8) | 3 (7.0) | 48 (19.2) |
| อื่น ๆ | 2 (2.1) | 2 (1.8) | 2 (4.7) | 6 (2.4) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 42.7 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 24.0 และคู่อรัก ร้อยละ 12.5

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 54.1 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 19.8 และคู่อรัก ร้อยละ 18.0

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง และคู่รัก เท่ากันร้อยละ 41.9 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 7.0 บุตรหลานและอื่น ๆ เท่ากันร้อยละ 4.7

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 (n = 96) | 10,001 - 20,000 (n = 111) | 20,001 –30,000 ขึ้นไป (n = 43) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม | 67 (69.8) | 75 (78.1) | 33 (34.4) | 175 (70.0) |
| ชื่อเว็บไซต์จำง่าย | 13 (13.5) | 16 (16.7) | 5 (5.2) | 34 (13.6) |
| ค้นหาได้ง่ายจาก Search Engine | 35 (36.5) | 49 (51.0) | 15 (15.6) | 99 (39.6) |
| สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ | 40 (41.7) | 59 (61.5) | 17 (17.7) | 116 (46.4) |
| การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ | 8 (8.3) | 11 (11.5) | 4 (4.2) | 23 (9.2) |
| สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 18 (18.8) | 42 (43.8) | 13 (13.5) | 73 (29.2) |
| มีคนรู้จักแนะนำ | 41 (42.7) | 39 (40.6) | 14 (14.6) | 94 (37.6) |
| มีที่พักตรงตามความต้องการ | 37 (38.5) | 41 (42.7) | 17 (17.7) | 95 (38.0) |
| ได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ | 6 (6.3) | 13 (13.5) | 4 (4.2) | 23 (9.2) |
| ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น | 11 (11.5) | 42 (43.8) | 20 (20.8) | 73 (29.2) |
| สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ | 33 (34.4) | 41 (42.7) | 16 (16.7) | 90 (36.0) |
| มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น | 11 (11.5) | 16 (16.7) | 11 (11.5) | 38 (15.2) |

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|---|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 (n = 96) | 10,001 - 20,000 (n = 111) | 20,001 –30,000 ขึ้นไป (n = 43) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีโปรแกรมค้นหาหลาย | 19 (19.8) | 17 (17.7) | 8 (8.3) | 44 (17.6) |
| อื่นๆ | 3 (3.1) | 1 (1.0) | 1 (1.0) | 5 (2.0) |

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 69.8 รองลงมา มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 42.7 และสามารถโทรสอบถามข้อมูล ร้อยละ 41.7

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 78.1 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูล ร้อยละ 61.5 และ ค้นหาจาก Search Engine ร้อยละ 51.0

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 34.4 รองลงมา ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น ร้อยละ 20.8 สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ และมีที่พักตรงตามความต้องการ เท่ากัน ร้อยละ 17.7

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ราคาที่พักต่อครั้ง โดยเฉลี่ยที่จอง ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 15 (15.6) | 1 (0.9) | 0 (0.0) | 16 (6.4) |
| 501-1,000 บาท | 39 (40.6) | 46 (41.4) | 14 (32.6) | 99 (39.6) |
| 1,001-1,500 บาท | 16 (16.7) | 42 (37.8) | 16 (37.2) | 74 (29.6) |
| 1,501-2,000 บาท | 15 (15.6) | 11 (9.9) | 6 (14.0) | 32 (12.8) |
| 2,001-2,500 บาท | 8 (8.3) | 8 (7.2) | 2 (4.7) | 18 (7.2) |
| 2,501-3,000 บาท | 1 (1.0) | 1 (0.9) | 2 (4.7) | 4 (1.6) |
| 3,001 บาท ขึ้นไป | 2 (2.1) | 2 (1.8) | 3 (7.0) | 7 (2.8) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 - 10,000 บาท ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 40.6 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 16.7 ต่ำกว่า 500 บาทและ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 15.6

รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 41.4 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 37.8 และ 1,501- 2,000 บาท ร้อยละ 9.9

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป ราคาที่พื้กต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จ้องผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 37.2 รองลงมา 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 32.6 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| วิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|--|------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 (n = 96) | 10,001 - 20,000 (n = 111) | 20,001 –30,000 ขึ้นไป (n=43) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผ่านทางบัตรเครดิต | 42 (43.8) | 72 (75.0) | 32 (33.3) | 146 (58.4) |
| ผ่านทางระบบ PayPal | 3 (3.1) | 5 (5.2) | 3 (3.1) | 11 (4.4) |
| ผ่านทางมือถือ | 9 (9.4) | 4 (4.2) | 3 (3.1) | 16 (6.4) |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 64 (66.7) | 56 (58.3) | 15 (15.6) | 135 (54.0) |
| เช็ค/ตั๋วแลกเงิน | 3 (3.1) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| พัสดุเก็บเงินปลายทาง (พกง.) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 11 (11.5) | 18 (18.8) | 6 (6.3) | 35 (14.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่จ่ายเงินสด | 4 (4.2) | 5 (5.2) | 3 (3.1) | 12 (4.8) |

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท เลือกวิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 66.7 รองลงมา ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 43.8 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 11.5

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 75.0 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 58.3 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 18.8

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 33.3 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 15.6 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทาง อินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้ บริการที่พัก | รายได้ต่อเดือน(บาท) | | | รวม n = 250 |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 | 10,001 - 20,000 | 20,001 –30,000 ขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พอใจระดับน้อยที่สุด | 0 (0.0) | 1 (0.9) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| พอใจระดับน้อย | 4 (4.2) | 6 (5.4) | 3 (7.0) | 13 (5.2) |
| พอใจระดับปานกลาง | 49 (51.1) | 46 (41.4) | 24 (55.8) | 119 (47.6) |
| พอใจระดับมาก | 39 (40.6) | 53 (47.7) | 13 (30.2) | 105 (42.0) |
| พอใจระดับมากที่สุด | 4 (4.2) | 5 (4.5) | 3 (7.0) | 12 (4.8) |
| รวม | 96 (100.0) | 111 (100.0) | 43 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท มีระดับความพอใจหลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 51.1 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 40.6 พอใจน้อย และพอใจมากที่สุด เท่ากันร้อยละ 4.2

รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พอใจระดับมาก ร้อยละ 47.7 รองลงมา พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 41.4 และพอใจระดับน้อย ร้อยละ 5.4

รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทขึ้นไป มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 55.8 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 30.2 พอใจระดับน้อย และพอใจระดับมากที่สุด เท่ากัน ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เว็บไซต์ในการจองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม |
|---|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | n = 250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 06.01-12.00 น. | 7 (12.1) | 20 (13.7) | 7 (15.2) | 34 (13.6) |
| 12.01-18.00 น. | 17 (29.3) | 57 (39.0) | 13 (28.3) | 87 (34.8) |
| 18.01-24.00 น. | 32 (55.2) | 66 (45.2) | 24 (52.2) | 122 (48.8) |
| 00.01-06.00 น. | 2 (3.4) | 3 (2.1) | 2 (4.3) | 7 (2.8) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 59 พบว่านักเรียน / นักศึกษา ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 55.2 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 29.3 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 12.1

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 45.2 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 39.0 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 13.7

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 52.2 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 28.3 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 15.2

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ใช้ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

| ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ชื่อทันทีหากถูกใจ | 18 (31.0) | 46 (31.5) | 7 (15.2) | 71 (28.4) |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | 19 (32.8) | 38 (26.0) | 14 (30.4) | 71 (24.8) |
| 1-2 สัปดาห์ | 17 (29.3) | 40 (27.4) | 19 (41.3) | 76 (30.4) |
| 3-4 สัปดาห์ | 2 (3.4) | 13 (8.9) | 1 (2.2) | 16 (6.4) |
| มากกว่า 4 สัปดาห์ | 1 (1.7) | 6 (4.1) | 3 (6.5) | 10 (4.0) |
| อื่นๆ | 1 (1.7) | 3 (2.1) | 2 (4.3) | 6 (2.4) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 60 พบว่านักเรียน / นักศึกษา ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 32.8 รองลงมา ชื่อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 31.0 และ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 29.3

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ชื่อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 31.5 รองลงมา 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 27.4 และน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 26.0

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 41.3 รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.4 และชื่อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 15.2

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) จำแนกตามอาชีพ

| จำนวนครั้งที่จอง ที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) | อาชีพ | | | รวม |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | n = 250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-3 ครั้ง | 48 (82.8) | 111 (76.0) | 38 (82.6) | 197 (78.8) |
| 4-6 ครั้ง | 8 (13.8) | 23 (15.8) | 6 (13.0) | 37 (14.8) |
| 7-9 ครั้ง | 2 (3.4) | 4 (2.7) | 1 (2.2) | 7 (2.8) |
| 9-12 ครั้ง | 0 (0.0) | 5 (3.4) | 1 (2.2) | 6 (2.4) |
| 13 ครั้งขึ้นไป | 0 (0.0) | 3 (2.1) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 61 พบว่านักเรียน / นักศึกษา จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 82.8 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 13.8 และ 7-9 ครั้ง ร้อยละ 3.4

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 76.0 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 15.8 และ 9-12 ครั้ง ร้อยละ 3.4

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พอบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 82.6 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 13.0 7-9 ครั้งและ 13 ครั้งขึ้นไป เท่ากันร้อยละ 2.2

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พักจำแนกตามอาชีพ

| บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|---|---------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา (n = 58) | อาชีพรับจ้าง (n = 146) | อาชีพอิสระ (n = 46) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| จองแพคเกจทัวร์ | 11 (119.0) | 41 (28.1) | 12 (26.1) | 64 (25.6) |
| จองตั๋วเครื่องบิน | 23 (39.7) | 90 (61.6) | 25 (54.3) | 138 (55.2) |
| บริการรถเช่า | 7 (12.1) | 29 (19.9) | 7 (15.2) | 43 (17.2) |
| ค้นหาข้อมูล ด้านการท่องเที่ยว | 35 (60.3) | 100 (68.5) | 33 (71.7) | 168 (67.2) |
| ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง | 19 (32.8) | 72 (49.3) | 20 (43.5) | 111 (44.4) |
| เพื่อชมสินค้า/บริการ | 27 (46.6) | 73 (50.0) | 18 (39.1) | 118 (47.2) |
| ไม่เคยใช้บริการ | 6 (10.3) | 3 (2.1) | 1 (2.2) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 3 (5.2) | 1 (0.7) | 0 (0.0) | 4 (1.6) |

จากตารางที่ 62 พบว่านักเรียน / นักศึกษา ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 60.3 รองลงมา เพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 46.6 และ จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 39.7

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 68.5 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 61.6 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 50.0

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 71.7 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 54.3 และค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 43.5

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ จำแนกตามอาชีพ

| แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| เว็บไซต์ตรงของ รีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และ บริษัทนำเที่ยว | 38 (65.5) | 90 (61.6) | 34 (73.9) | 162 (64.8) |
| เว็บไซต์ของตัวแทน จำหน่ายจากต่างประเทศ และในประเทศ | 13 (22.4) | 52 (35.6) | 10 (21.7) | 75 (30.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่ Google | 7 (12.1) | 4 (2.7) | 2 (4.3) | 13 (5.2) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 63 พบว่านักเรียน / นักศึกษา แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 65.5

รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 22.4 และอื่น ๆ ร้อยละ 12.1

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 61.6 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 35.6 และอื่น ๆ ร้อยละ 2.7

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พอบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของ รีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 73.9 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 21.7 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พัก ในจังหวัดเชียงใหม่ | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|--|---------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา (n = 58) | อาชีพรับจ้าง (n = 146) | อาชีพอิสระ (n = 46) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.agoda.co.th | 10 (17.2) | 62 (42.5) | 12 (26.1) | 84 (33.6) |
| www.hotelthailand.com | 19 (32.8) | 34 (23.3) | 16 (34.8) | 69 (27.6) |
| www.sawasdee.com | 10 (17.2) | 20 (13.7) | 6 (13.0) | 36 (14.4) |
| www.allresortthailand.com | 4 (6.9) | 4 (2.7) | 1 (2.2) | 9 (3.6) |
| www.atsiam.com | 7 (12.1) | 13 (8.9) | 0 (0.0) | 20 (8.0) |
| www.hotelsthailand.com | 8 (13.8) | 18 (12.3) | 7 (15.2) | 33 (13.2) |

ตารางที่ 64 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พัก ในจังหวัดเชียงใหม่ | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|--|---------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา (n = 58) | อาชีพรับจ้าง (n = 146) | อาชีพอิสระ (n = 46) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.hotelclub.com | 9 (15.5) | 16 (11.0) | 4 (8.7) | 29 (11.6) |
| www.airasiago.com | 8 (13.8) | 20 (13.7) | 10 (21.7) | 38 (15.2) |
| www.hongpakchiangmai.com | 1 (1.7) | 8 (5.5) | 2 (4.3) | 11 (4.4) |
| www.octopustravel.com | 0 (0.0) | 11 (7.5) | 1 (2.2) | 12 (4.8) |
| www.voucherthai.com | 1 (1.7) | 6 (4.1) | 0 (0.0) | 7 (2.8) |
| www.thaitour.com | 9 (15.5) | 19 (13.0) | 7 (15.2) | 35 (14.0) |
| www.teawchiangmai.com | 5 (8.6) | 10 (6.8) | 2 (4.3) | 17 (6.8) |
| www.asiatravel.com | 8 (13.8) | 11 (7.5) | 7 (15.2) | 26 (10.4) |
| www.chiangmaihotelcenter.com | 6 (10.3) | 2 (1.4) | 1 (2.2) | 9 (3.6) |
| เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท | 22 (37.9) | 56 (38.4) | 18 (39.1) | 96 (38.4) |
| อื่น ๆ | 7 (12.1) | 6 (4.1) | 9 (19.6) | 22 (8.8) |

จากตารางที่ 64 พบว่านักเรียน / นักศึกษา เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 37.9 รองลงมา www.hotelthailand.com ร้อยละ 32.8 www.agoda.co.th และ www.sawasdee.com เท่ากันร้อยละ 17.2

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ www.agoda.co.th ร้อยละ 42.5 รองลงมา เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 38.4 และ www.hotelthailand.com ร้อยละ 23.3

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 39.1 รองลงมา www.hotelthailand.com ร้อยละ 34.8 และ www.agoda.co.th ร้อยละ 26.1

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

| จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม |
|---|---------------------|----------------|----------------|----------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | n = 250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-2 วัน | 40 (69.0) | 94 (64.4) | 27 (58.7) | 161 (64.4) |
| 3-4 วัน | 14 (24.1) | 41 (28.1) | 16 (34.8) | 71 (28.4) |
| 5-6 วัน | 2 (3.4) | 6 (4.1) | 2 (4.3) | 10 (4.0) |
| 7 วันขึ้นไป | 2 (3.4) | 5 (3.4) | 1 (2.2) | 8 (3.2) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 65 พบว่านักเรียน / นักศึกษา จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 69.0 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 24.1 และ 5-6 วัน และ 7 วันขึ้นไป เท่ากันร้อยละ 3.4

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนวันเข้าพัक्त่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 64.41 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 28.1 และ 5-6 วัน ร้อยละ 4.1

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน จำนวนวันเข้าพัक्त่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 58.7 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 34.8 และ 5-6 วัน ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | n = 250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตัดสินใจเอง | 21 (36.2) | 72 (49.3) | 26 (56.5) | 119 (47.6) |
| คู่รัก | 4 (6.9) | 31 (21.2) | 15 (32.6) | 50 (20.0) |
| ญาติ | 8 (13.8) | 6 (4.1) | 1 (2.2) | 15 (6.0) |
| บิดา/มารดา | 9 (15.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| บุตรหลาน | 0 (0.0) | 2 (1.4) | 1 (2.2) | 3 (1.2) |
| เพื่อน | 14 (24.1) | 31 (21.2) | 3 (6.5) | 48 (19.2) |
| อื่นๆ | 2 (3.4) | 4 (2.7) | 0 (0.0) | 6 (2.4) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 66 พบว่านักเรียน / นักศึกษา ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 36.2 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 24.1 และบิดา/มารดา ร้อยละ 15.5

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 49.3 รองลงมา คู่รัก และเพื่อน เท่ากันร้อยละ 21.2 และญาติ ร้อยละ 4.1

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 56.5 รองลงมา คู่รัก ร้อยละ 32.6 และเพื่อน ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|---|---------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา (n = 58) | อาชีพรับจ้าง (n = 146) | อาชีพอิสระ (n = 46) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม | 38 (65.5) | 102 (69.9) | 35 (76.1) | 175 (70.0) |
| ซื้อเว็บไซต์ง่าย | 8 (13.8) | 21 (14.4) | 5 (10.9) | 34 (13.6) |
| ค้นหาง่ายจาก Search Engine | 22 (37.9) | 60 (41.4) | 17 (37.0) | 99 (39.6) |
| สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ | 22 (37.9) | 75 (51.4) | 19 (41.3) | 116 (46.4) |
| การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ | 6 (10.3) | 16 (11.0) | 1 (2.2) | 23 (9.2) |
| สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 15 (25.9) | 45 (30.8) | 13 (28.3) | 73 (29.2) |
| มีคนรู้จักแนะนำ | 22 (37.9) | 60 (41.1) | 12 (26.1) | 94 (37.6) |
| มีที่พักตรงตามความต้องการ | 20 (34.5) | 58 (39.7) | 17 (37.0) | 95 (38.0) |
| ได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ | 2 (3.4) | 19 (13.0) | 2 (4.3) | 23 (9.2) |
| ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น | 7 (12.1) | 57 (39.0) | 9 (19.6) | 73 (29.2) |
| สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ | 16 (27.6) | 57 (39.0) | 17 (37.0) | 90 (36.0) |
| มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น | 8 (13.8) | 28 (19.2) | 2 (4.3) | 38 (15.2) |
| มีโปรโมชั่นหลากหลาย | 16 (27.6) | 21 (14.4) | 7 (15.2) | 44 (17.6) |
| อื่น ๆ | 2 (3.4) | 3 (2.1) | 0 (0.0) | 5 (2.0) |

จากตารางที่ 67 พบว่านักเรียน / นักศึกษา บัณฑิตในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 65.5 รองลงมา ค้นหาง่ายจาก Search Engine สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ และมีคนรู้จักแนะนำ เท่ากันร้อยละ 37.9 และมีที่พักตรงตามความต้องการ ร้อยละ 34.5

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ บัณฑิตในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 69.9 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 51.4 ค้นหาง่ายจาก Search Engine และมีคนรู้จักแนะนำ เท่ากันร้อยละ 41.1

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน บัณฑิตในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 76.1 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 41.3 ค้นหาง่ายจาก Search Engine มีที่พักตรงตามความต้องการ และสามารถเปรียบเทียบราคา เท่ากันร้อยละ 37.0

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาที่พื้กต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จ้องทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามอาชีพ

| ราคาที่พื้กต่อครั้ง โดยเฉลี่ยที่จ้อง ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | n = 250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 9 (15.5) | 4 (2.7) | 3 (6.5) | 16 (6.4) |
| 501-1,000 บาท | 23 (39.7) | 58 (39.7) | 18 (39.1) | 99 (39.6) |
| 1,001-1,500 บาท | 14 (24.1) | 47 (32.2) | 13 (28.3) | 74 (29.6) |
| 1,501-2,000 บาท | 8 (13.8) | 19 (13.0) | 5 (10.9) | 32 (12.8) |
| 2,001-2,500 บาท | 4 (6.9) | 11 (7.5) | 3 (6.5) | 18 (7.2) |
| 2,501-3,000 บาท | 0 (0.0) | 3 (2.1) | 1 (2.2) | 4 (1.6) |
| 3,001 บาท ขึ้นไป | 0 (0.0) | 4 (2.7) | 3 (6.5) | 7 (2.8) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 68 พบว่านักเรียน / นักศึกษา ราคาที่พื้กต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จ้องผ่านทาง
อินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.7 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 24.1
และต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 15.5

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ราคาที่พื้ก
ต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จ้องผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.7 รองลงมา
1,001-1,500 บาท ร้อยละ 32.2 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 13.0

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน ราคาที่พื้กต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จ้องผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.1 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 28.3 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 10.9

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

| วิธีการชำระเงินในการ จ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|--|---------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา (n = 58) | อาชีพรับจ้าง (n = 146) | อาชีพอิสระ (n = 46) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผ่านทางบัตรเครดิต | 25 (43.1) | 95 (65.1) | 26 (56.5) | 146 (58.4) |
| ผ่านทางระบบ PayPal | 1 (1.7) | 6 (4.1) | 4 (8.7) | 11 (4.4) |
| ผ่านทางมือถือ | 7 (12.1) | 7 (4.8) | 2 (4.3) | 16 (6.4) |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 39 (67.2) | 75 (51.4) | 21 (45.7) | 135 (54.0) |
| เช็ค/ตั๋วแลกเงิน | 2 (3.4) | 1 (0.7) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| พั้ศดูเก็บเงินปลายทาง (พกง.) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 8 (13.8) | 21 (14.4) | 6 (13.0) | 35 (14.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่จ่ายเงินสด | 3 (5.2) | 6 (4.1) | 3 (6.5) | 12 (4.8) |

จากตารางที่ 69 พบว่านักเรียน / นักศึกษา วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 67.2 รองลงมา ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 43.1 และโอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 13.8

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 65.1 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 51.4 และโอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 14.4

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พอบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 56.5 รองลงมาโอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 45.7 และโอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 13.0

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามหลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก จำแนกตามอาชีพ

| ระดับความพอใจ หลังจากที่จองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้ บริการที่พัก | อาชีพ | | | รวม n = 250 |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | นักเรียน / นักศึกษา | อาชีพรับจ้าง | อาชีพอิสระ | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พอใจระดับน้อยที่สุด | 0 (0.0) | 1 (0.7) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| พอใจระดับน้อย | 5 (8.6) | 8 (5.5) | 0 (0.0) | 13 (5.2) |
| พอใจระดับปานกลาง | 27 (46.6) | 65 (44.5) | 27 (58.7) | 119 (47.6) |
| พอใจระดับมาก | 23 (39.7) | 65 (44.5) | 17 (37.0) | 105 (42.0) |
| พอใจระดับมากที่สุด | 3 (5.2) | 7 (4.8) | 2 (4.3) | 12 (4.8) |
| รวม | 58 (100.0) | 146 (100.0) | 46 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 70 พบว่านักเรียน / นักศึกษา มีระดับความพอใจระดับปานกลางหลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด ร้อยละ 46.6 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 39.7 และ พอใจระดับน้อย ร้อยละ 8.6

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความพอใจระดับปานกลาง – พอใจระดับมาก เท่ากันร้อยละ 44.5 หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด รองลงมา พอใจระดับน้อย ร้อยละ 5.5 และพอใจระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.8

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้างอิสระ และว่างงาน มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด ร้อยละ 58.7 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 37.0 และพอใจระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอายุ

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม n=250 |
|---|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปีขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 06.01-12.00 น. | 13 (14.3) | 19 (13.5) | 2 (11.2) | 34 (13.6) |
| 12.01-18.00 น. | 24 (26.4) | 55 (39.0) | 8 (44.4) | 87 (34.8) |
| 18.01-24.00 น. | 49 (53.8) | 65 (46.1) | 8 (44.4) | 122 (48.8) |
| 00.01-06.00 น. | 5 (5.5) | 2 (1.4) | 0 (0.0) | 7 (2.8) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 71 พบว่า อายุต่ำกว่า 18 – 25 ปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเนื้ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 53.8 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 26.4 และ 06.01-12.00 น ร้อยละ 14.3

อายุ 26–41 ปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเนื้ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 46.1 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 39.0 และ 06.01-12.00 น ร้อยละ 13.5

อายุ 42 ปีขึ้นไป ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเนื้ตมากที่สุด คือ 12.01-18.00 น. และ 18.01-24.00 น. เท่ากันร้อยละ 44.4 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 11.2

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอายุ

| ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม n=250 |
|---|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปีขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อทันทีหากถูกใจ | 32 (35.2) | 32 (22.7) | 7 (38.9) | 71 (28.4) |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | 24 (26.4) | 45 (31.9) | 2 (11.1) | 71 (28.4) |
| 1-2 สัปดาห์ | 29 (31.9) | 42 (29.8) | 5 (27.8) | 76 (30.4) |
| 3-4 สัปดาห์ | 4 (4.4) | 10 (7.1) | 2 (11.1) | 16 (6.4) |
| มากกว่า 4 สัปดาห์ | 1 (1.1) | 7 (5.0) | 2 (11.1) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 1 (1.1) | 5 (3.5) | 0 (0.0) | 6 (2.4) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 72 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ซื่อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 35.2 รองลงมา 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 31.9 และน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 26.4

อายุ 26-41 ปี ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 31.9 รองลงมา 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 29.8 และซื่อทันทีหากถูกใจ ร้อยละ 22.7

อายุ 42 ปีขึ้นไป ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 33.3 รองลงมา ซื่อทันทีหากถูกใจ 3-4 สัปดาห์ และมากกว่า 4 สัปดาห์ เท่ากัน ร้อยละ 22.2

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) จำแนกตามอายุ

| จำนวนครั้งที่จอง ที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) | อายุ | | | รวม n=250 |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปีขึ้นไป | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-3 ครั้ง | 70 (76.9) | 113 (80.1) | 14 (77.8) | 197 (78.8) |
| 4-6 ครั้ง | 16 (17.6) | 17 (12.1) | 4 (22.2) | 37 (14.8) |
| 7-9 ครั้ง | 2 (2.2) | 5 (3.5) | 0 (0.0) | 7 (2.8) |
| 9-12 ครั้ง | 2 (2.2) | 4 (2.8) | 0 (0.0) | 6 (2.4) |
| 13 ครั้งขึ้นไป | 1 (1.1) | 2 (1.4) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 73 อายุต่ำกว่า 18-25 ปี จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 76.9 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 17.6 7-9 ครั้ง และ 9-12 ครั้ง เท่ากันร้อยละ 2.2

อายุ 26-41 ปี จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 80.1 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 12.1 และ 7-9 ครั้ง ร้อยละ 3.5

อายุ 42 ปีขึ้นไป จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 77.8 และ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 22.2

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พัก จำแนกตามอายุ

| บริการอื่นนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พัก | อายุ | | | รวม n=250 |
|--|-------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี (n =91) | 26-41 ปี (n = 141) | 42 ปีขึ้นไป (n = 18) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| จองแพคเกจทัวร์ | 22 (24.2) | 38 (27.0) | 4 (22.2) | 64 (25.6) |
| จองตั๋วเครื่องบิน | 43 (47.3) | 90 (63.8) | 5 (27.8) | 138 (55.2) |
| บริการรถเช่า | 12 (13.2) | 28 (19.9) | 3 (16.7) | 43 (17.2) |
| ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว | 56 (61.5) | 103 (73.0) | 9 (50.0) | 168 (67.2) |
| ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง | 24 (26.4) | 77 (54.6) | 10 (55.6) | 111 (44.4) |
| เพื่อชมสินค้า/บริการ | 36 (39.6) | 75 (53.2) | 7 (38.9) | 118 (47.2) |
| ไม่เคยใช้บริการ | 7 (7.7) | 1 (0.7) | 2 (11.1) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 3 (3.3) | 1 (0.7) | 0 (0.0) | 4 (1.6) |

จากตารางที่ 74 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 61.5 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 47.3 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 39.6

อายุ 26-41 ปี ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 73.0 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 63.8 และค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 54.6

อายุ 42 ปีขึ้นไป ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 55.6 รองลงมา ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 50.0 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 38.9

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ จำแนกตามอายุ

| แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ | อายุ | | | รวม |
|---|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปีขึ้นไป | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| เว็บไซต์ตรงของ รีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และ บริษัทนำเที่ยว | 69 (75.8) | 83 (58.9) | 10 (55.6) | 162 (64.8) |
| เว็บไซต์ของตัวแทน จำหน่ายจากต่างประเทศ และในประเทศ | 15 (16.5) | 52 (36.9) | 8 (44.4) | 75 (30.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่ Google | 7 (7.7) | 6 (4.3) | 0 (0.0) | 13 (5.2) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 75 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 75.8 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 16.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 7.7

อายุ 26-41 ปี แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 58.9 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 36.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.3

อายุ 42 ปีขึ้นไป แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 55.6 และเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 44.4

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามอายุ

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจอง ที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ | อายุ | | | รวม n=250 |
|--|-------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี (n =91) | 26-41 ปี (n = 141) | 42 ปีขึ้นไป (n = 18) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.agoda.co.th | 19 (20.9) | 57 (40.4) | 8 (44.4) | 84 (33.6) |
| www.hotelthailand.com | 28 (30.8) | 40 (28.4) | 1 (5.6) | 69 (27.6) |
| www.sawasdee.com | 13 (14.3) | 23 (16.3) | 0 (0.0) | 36 (14.4) |
| www.allresortthailand.com | 2 (2.2) | 7 (5.0) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| www.atsiam.com | 6 (6.6) | 14 (9.9) | 0 (0.0) | 20 (8.0) |
| www.hotelsthailand.com | 13 (14.3) | 18 (12.8) | 2 (11.1) | 33 (13.2) |
| www.hotelclub.com | 14 (15.4) | 15 (10.6) | 0 (0.0) | 29 (11.6) |
| www.airasiago.com | 9 (9.9) | 27 (19.1) | 2 (11.1) | 38 (15.2) |
| www.hongpakchiangmai.com | 2 (2.2) | 9 (6.4) | 0 (0.0) | 11 (4.4) |
| www.octopustravel.com | 0 (0.0) | 12 (8.5) | 0 (0.0) | 12 (4.8) |
| www.voucherthai.com | 2 (2.2) | 5 (3.5) | 0 (0.0) | 7 (2.8) |
| www.thaitour.com | 18 (19.8) | 17 (12.1) | 0 (0.0) | 35 (14.0) |
| www.teawchiangmai.com | 6 (6.6) | 11 (7.8) | 0 (0.0) | 17 (6.8) |
| www.asiatravel.com | 11 (12.1) | 13 (9.2) | 2 (11.1) | 26 (10.4) |
| www.chiangmaihotelcenter.com | 7 (7.7) | 2 (1.4) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท | 37 (40.7) | 53 (37.6) | 6 (33.3) | 96 (38.4) |
| อื่น ๆ | 11 (12.1) | 8 (5.7) | 1 (5.6) | 22 (8.8) |

จากตารางที่ 76 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 40.7 รองลงมา www.hotelthailand.com ร้อยละ 30.8 และ www.agoda.co.th ร้อยละ 20.9

อายุ 26-41 ปี เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ www.agoda.co.th ร้อยละ 40.4 รองลงมา เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 37.6 และ www.hotelthailand.com ร้อยละ 28.4

อายุ 42 ปีขึ้นไป เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ www.agoda.co.th ร้อยละ 44.4 รองลงมา เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 33.3 และ www.hotelthailand.com www.airasiago.com และ www.asiatravel.com เท่ากันร้อยละ 11.1

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอายุ

| จำนวนวันเข้าพักต่อครั้ง โดยเฉลี่ยในการจองที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า18-25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปีขึ้นไป | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-2 วัน | 63 (69.2) | 85 (60.3) | 13 (72.2) | 161 (64.4) |
| 3-4 วัน | 22 (24.2) | 44 (31.2) | 5 (27.8) | 71 (28.4) |
| 5-6 วัน | 4 (4.4) | 6 (4.3) | 0 (0.0) | 10 (4.0) |
| 7 วันขึ้นไป | 2 (2.2) | 6 (4.3) | 0 (0.0) | 8 (3.2) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 77 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 69.2 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 24.2 และ 5-6 วัน ร้อยละ 4.4

อายุ 26-41 ปี จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 60.3 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 31.2 5-6 วันและ 7 วันขึ้นไป ร้อยละ 4.3

อายุ 42 ปีขึ้นไป จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 72.2 และ 3-4 วัน ร้อยละ 27.8

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่ พักทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 18-25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปีขึ้นไป | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตัดสินใจเอง | 43 (47.3) | 68 (48.2) | 8 (44.4) | 119 (47.6) |
| คู่รัก | 11 (12.1) | 33 (23.4) | 6 (33.3) | 50 (20.0) |
| ญาติ | 8 (8.8) | 7 (5.0) | 0 (0.0) | 15 (6.0) |
| บิดา/มารดา | 9 (9.9) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| บุตรหลาน | 0 (0.0) | 1 (0.7) | 2 (11.1) | 3 (1.2) |
| เพื่อน | 18 (19.8) | 28 (19.9) | 2 (11.1) | 48 (19.2) |
| อื่นๆ | 2 (2.2) | 4 (2.8) | 0 (0.0) | 6 (2.4) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 78 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 47.3 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 19.8 และคูรัก ร้อยละ 12.1

อายุ 26-41 ปี ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 34.0 รองลงมา คูรัก ร้อยละ 27.7 และ เพื่อน ร้อยละ 23.4

อายุ 42 ปีขึ้นไป ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ คูรัก ร้อยละ 44.4 รองลงมา ตัดสินใจเอง และ บุตรหลาน เท่ากันร้อยละ 22.2 และเพื่อน ร้อยละ 11.1



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม n=250 |
|---|------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี (n=91) | 26-41 ปี (n = 141) | 42 ปีขึ้นไป (n = 18) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม | 60 (65.9) | 105 (74.5) | 10 (55.6) | 175 (70.0) |
| ซื้อเว็บไซต์ง่าย | 11 (12.1) | 22 (15.6) | 1 (5.6) | 34 (13.6) |
| ค้นหาง่ายจาก Search Engine | 33 (36.3) | 63 (44.7) | 3 (16.7) | 99 (39.6) |
| สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ | 37 (40.7) | 72 (51.1) | 7 (38.9) | 116 (46.4) |
| การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ | 5 (5.5) | 18 (12.8) | 0 (0.0) | 23 (9.2) |
| สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 26 (28.6) | 43 (30.5) | 5 (27.8) | 73 (29.2) |
| มีคนรู้จักแนะนำ | 33 (36.3) | 53 (37.6) | 8 (44.4) | 94 (37.6) |
| มีที่พักตรงตามความต้องการ | 25 (27.5) | 67 (47.5) | 2 (11.1) | 95 (38.0) |
| ได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ | 3 (3.3) | 18 (12.8) | 2 (11.1) | 23 (9.2) |
| ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น | 12 (13.2) | 57 (40.4) | 4 (22.2) | 73 (29.2) |
| สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ | 29 (31.9) | 55 (39.0) | 6 (33.3) | 90 (36.0) |
| มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น | 13 (14.3) | 25 (17.7) | 0 (0.0) | 38 (15.2) |
| มีโปรโมชั่นหลากหลาย | 20 (22.0) | 22 (15.6) | 2 (11.1) | 44 (17.6) |
| อื่น ๆ | 2 (2.2) | 3 (2.1) | 0 (0.0) | 5 (2.0) |

จากตารางที่ 79 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 65.9 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 40.7 ค้นหาจ่ายจาก Search Engine และมีคนรู้จักแนะนำ เท่ากันร้อยละ 36.3

อายุ 26-41 ปี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 74.5 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 51.1 และมีที่พักตรงตามความต้องการร้อยละ 47.5

อายุ 42 ปีขึ้นไป ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 55.6 รองลงมา มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 44.4 และสามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 38.9

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามอายุ

| ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ย ที่จองทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่า 18-25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปี ขึ้นไป | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 12 (13.2) | 3 (2.1) | 2 (11.1) | 16 (6.4) |
| 501-1,000 บาท | 36 (39.6) | 51 (36.2) | 12 (66.7) | 99 (39.6) |
| 1,001-1,500 บาท | 20 (22.0) | 51 (36.2) | 3 (66.7) | 74 (29.6) |
| 1,501-2,000 บาท | 15 (16.5) | 16 (11.3) | 1 (5.6) | 32 (12.8) |
| 2,001-2,500 บาท | 4 (4.4) | 14 (9.9) | 0 (0.0) | 18 (7.2) |
| 2,501-3,000 บาท | 1 (1.1) | 3 (2.1) | 0 (0.0) | 4 (1.6) |
| 3,001 บาท ขึ้นไป | 0 (0.0) | 5 (3.5) | 2 (11.1) | 7 (2.8) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 80 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทาง
อินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.6 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 22.0
และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 16.5

อายุ 26-41 ปี ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501 – 1,000
บาท และ 1,001-1,500 บาท เท่ากันร้อยละ 36.2 รองลงมา 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 11.3 และ
2,001-2,500 บาท ร้อยละ 9.9

อายุ 42 ปีขึ้นไป ราคาที่พื้กต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จ้องทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501 – 1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท เท่ากันร้อยละ 36.2 รองลงมา ต่ำกว่า 500 บาท และ 3,001 บาท ขึ้นไป เท่ากันร้อยละ 11.1 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 5.6

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอายุ

| วิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต | อายุ | | | รวม n=250 |
|--|------------------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 18 – 25 ปี (n=91) | 26-41 ปี (n=141) | 42 ปีขึ้นไป (n=18) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผ่านทางบัตรเครดิต | 43 (47.3) | 96 (68.1) | 7 (38.9) | 146 (58.4) |
| ผ่านทางระบบ PayPal | 4 (4.4) | 7 (5.0) | 0 (0.0) | 11 (4.4) |
| ผ่านทางมือถือ | 9 (9.9) | 7 (5.0) | 0 (0.0) | 16 (6.4) |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 59 (64.8) | 69 (48.9) | 7 (38.9) | 135 (54.0) |
| เช็ค/ตั๋วแลกเงิน | 3 (3.3) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| พั้สดูเก็บเงินปลายทาง (พทง.) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 12 (13.2) | 23 (16.3) | 0 (0.0) | 35 (14.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่ จ่ายด้วยเงินสด | 4 (4.4) | 3 (2.1) | 5 (27.8) | 12 (4.8) |

จากตารางที่ 81 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี เลือกวิธีการชำระเงินในการจ้องที่พื้กทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 64.8 รองลงมา ผ่านบัตรเครดิต ร้อยละ 47.3 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 13.2

อายุ 26-41 ปี เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 68.1 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 48.9 และโอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 16.3

อายุ 42 ปีขึ้นไป เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โอนเงินผ่านธนาคาร และผ่านทางบัตรเครดิต เท่ากัน ร้อยละ 38.9 และอื่นๆ ได้แก่ จ่ายด้วยเงินสด ร้อยละ 27.8

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก จำแนกตามอายุ

| ระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก | อายุ | | | รวม |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่า 18-25 ปี | 26-41 ปี | 42 ปี ขึ้นไป | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พอใจระดับน้อยที่สุด | 0 (0.0) | 1 (0.7) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| พอใจระดับน้อย | 6 (6.6) | 7 (5.0) | 0 (0.0) | 13 (5.2) |
| พอใจระดับปานกลาง | 44 (48.4) | 64 (45.4) | 11 (61.1) | 119 (47.6) |
| พอใจระดับมาก | 35 (38.5) | 65 (46.1) | 5 (27.8) | 105 (42.0) |
| พอใจระดับมากที่สุด | 6 (6.6) | 4 (2.8) | 2 (11.1) | 12 (4.8) |
| รวม | 91 (100.0) | 141 (100.0) | 18 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 82 พบว่าอายุต่ำกว่า 18-25 ปี มีระดับความพอใจหลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พพอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 48.4 รองลงมา พพอใจระดับมาก ร้อยละ 38.5 และ พพอใจระดับน้อยและพพอใจระดับมากที่สุด เท่ากัน ร้อยละ 6.6

อายุ 26-41 ปี มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักรมากที่สุด คือ พอใจระดับมาก ร้อยละ 46.1 รองลงมา พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 45.4 และพอใจระดับน้อย ร้อยละ 5.0

อายุ 42 ปีขึ้นไป มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักรมากที่สุด คือ พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 61.1 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 27.8 และพอใจระดับมากที่สุด ร้อยละ 11.1

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักรทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักรทางอินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 06.01-12.00 น. | 6 (23.1) | 21 (11.9) | 7 (14.6) | 34 (13.6) |
| 12.01-18.00 น. | 8 (30.8) | 63 (35.8) | 16 (33.3) | 87 (34.8) |
| 18.01-24.00 น. | 9 (34.6) | 89 (50.6) | 24 (50.0) | 122 (48.8) |
| 00.01-06.00 น. | 3 (11.5) | 3 (1.7) | 1 (2.1) | 7 (2.8) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักรทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 34.6 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 30.8 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 23.1

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 50.6 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 35.8 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 11.9

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ช่วงเวลาที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 50.0 รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 33.3 และ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 14.6

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม |
|---|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อทันทีหากถูกใจ | 11 (42.3) | 51 (29.0) | 9 (18.8) | 71 (28.4) |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | 8 (30.8) | 50 (28.4) | 13 (27.1) | 71 (28.4) |
| 1-2 สัปดาห์ | 5 (19.2) | 52 (29.5) | 19 (39.6) | 76 (30.4) |
| 3-4 สัปดาห์ | 2 (7.7) | 9 (5.1) | 5 (10.4) | 16 (6.4) |
| มากกว่า 4 สัปดาห์ | 0 (0.0) | 10 (5.7) | 0 (0.0) | 10 (4.0) |
| อื่นๆ | 0 (0.0) | 4 (2.3) | 2 (4.2) | 6 (2.4) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ชื่อพื้นที่หากถูกใจ ร้อยละ 42.3 รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.8 และ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 19.2

ระดับการศึกษاپริญญาตรี ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 29.5 รองลงมา ชื่อพื้นที่หากถูกใจ ร้อยละ 29.0 และ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 28.4

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 39.6 0 และ รองลงมา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 27.1 และชื่อพื้นที่หากถูกใจ ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| จำนวนครั้งที่จอง ที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-3 ครั้ง | 17 (65.4) | 137 (77.8) | 43 (89.6) | 197 (78.8) |
| 4-6 ครั้ง | 5 (19.2) | 28 (15.9) | 4 (8.3) | 37 (14.8) |
| 7-9 ครั้ง | 2 (7.7) | 4 (2.3) | 1 (2.1) | 7 (2.8) |
| 9-12 ครั้ง | 2 (7.7) | 4 (2.3) | 0 (0.0) | 6 (2.4) |
| 13 ครั้งขึ้นไป | 0 (0.0) | 3 (1.7) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 65.4 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 19.2 7-9 ครั้ง และ 9-12 ครั้ง เท่ากันร้อยละ 7.7

ระดับการศึกษาปริญญาตรี จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 77.8 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 15.9 7-9 ครั้ง และ 9-12 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 2.3

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) มากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 89.6 รองลงมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 8.3 และ 7-9 ครั้ง ร้อยละ 2.1

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พัก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| บริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พัก | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|---|------------------------------|------------------------|------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 26) | ปริญญาตรี (n = 176) | สูงกว่าปริญญาตรี (n = 48) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| จองแพคเกจทีวี | 6 (23.1) | 51 (29.0) | 7 (14.6) | 64 (25.6) |
| จองตัวเครื่องบิน | 5 (19.2) | 100 (56.8) | 33 (68.8) | 138 (55.2) |
| บริการรถเช่า | 9 (34.6) | 26 (14.8) | 8 (16.7) | 43 (17.2) |
| ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว | 12 (46.2) | 117 (66.5) | 39 (81.3) | 168 (67.2) |
| ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง | 8 (30.8) | 80 (45.5) | 23 (47.9) | 111 (44.4) |
| เพื่อชมสินค้า/บริการ | 5 (19.2) | 85 (48.3) | 28 (58.3) | 118 (47.2) |
| ไม่เคยใช้บริการ | 2 (7.7) | 5 (2.8) | 3 (6.3) | 10 (4.0) |
| อื่น ๆ | 0 (0.0) | 3 (1.7) | 1 (2.1) | 4 (1.6) |

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 46.2 รองลงมา บริการรถเช่า ร้อยละ 34.6 และค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 30.8

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 66.5 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 56.8 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 48.3

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตของที่พัก มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 81.3 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน ร้อยละ 68.8 และเพื่อชมสินค้า/บริการ ร้อยละ 58.3

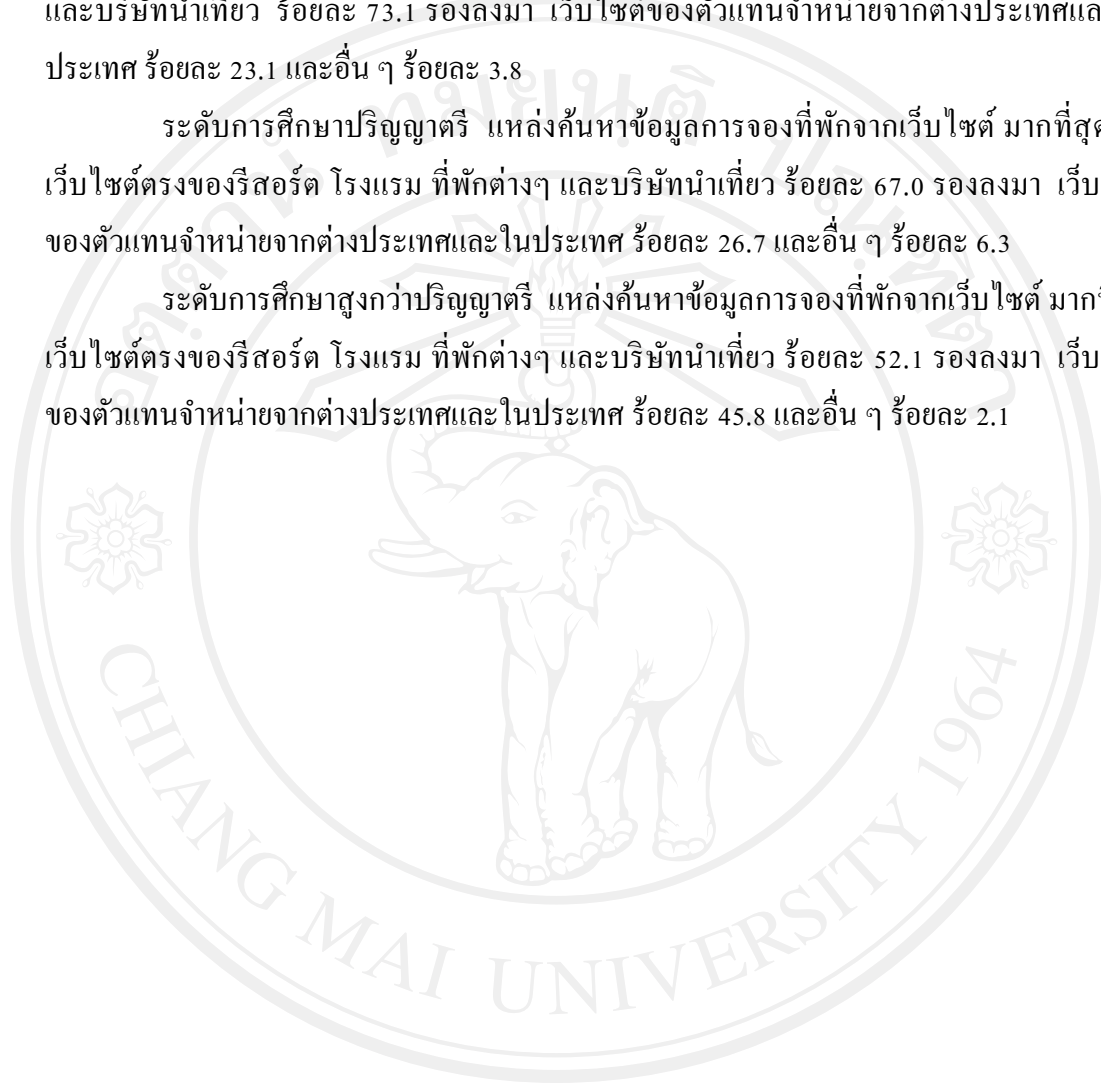
ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| แหล่งค้นหาข้อมูลการ จองที่พักจากเว็บไซต์ | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| เว็บไซต์ตรงของ รีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว | 19 (73.1) | 118 (67.0) | 25 (52.1) | 162 (64.8) |
| เว็บไซต์ของตัวแทน จำหน่ายจากต่างประเทศ และในประเทศ | 6 (23.1) | 47 (26.7) | 22 (45.8) | 75 (30.0) |
| อื่นๆ | 1 (3.8) | 11 (6.3) | 1 (2.1) | 13 (5.2) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 73.1 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 23.1 และอื่น ๆ ร้อยละ 3.8

ระดับการศึกษاپริญญาตรี แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 67.0 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 26.7 และอื่น ๆ ร้อยละ 6.3

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 52.1 รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ ร้อยละ 45.8 และอื่น ๆ ร้อยละ 2.1



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| เว็บไซต์ที่ใช้บริการเพื่อจองที่ พักในจังหวัดเชียงใหม่ | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 26) | ปริญญาตรี (n = 176) | สูงกว่าปริญญาตรี (n = 48) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| www.agoda.co.th | 7 (26.9) | 52 (29.5) | 25 (52.1) | 84 (33.6) |
| www.hotelthailand.com | 7 (26.9) | 53 (30.1) | 9 (18.8) | 69 (27.6) |
| www.sawasdee.com | 6 (23.1) | 24 (13.6) | 6 (12.5) | 1 (4.8) |
| www.allresortthailand.com | 2 (7.7) | 4 (2.3) | 3 (6.3) | 9 (3.6) |
| www.atsiam.com | 6 (23.1) | 11 (6.3) | 3 (6.3) | 20 (8.0) |
| www.hotelsthailand.com | 6 (23.1) | 24 (13.6) | 3 (6.3) | 33 (13.2) |
| www.hotelclub.com | 6 (23.1) | 21 (11.9) | 2 (4.2) | 29 (11.6) |
| www.airasiago.com | 1 (3.8) | 21 (11.9) | 16 (33.3) | 38 (15.2) |
| www.hongpakchiangmai.com | 2 (7.7) | 8 (4.5) | 1 (2.1) | 11 (4.4) |
| www.octopustravel.com | 2 (7.7) | 5 (2.8) | 5 (10.4) | 12 (4.8) |
| www.voucherthai.com | 0 (0.0) | 2 (1.1) | 5 (10.4) | 7 (2.8) |
| www.thaitour.com | 3 (11.5) | 29 (16.5) | 3 (6.3) | 35 (14.0) |
| www.teawchiangmai.com | 0 (0.0) | 12 (6.8) | 5 (10.4) | 17 (6.8) |
| www.asiatravel.com | 2 (7.7) | 21 (11.9) | 3 (6.3) | 26 (10.4) |
| www.chiangmaihotelcenter.com | 1 (3.8) | 8 (4.5) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท | 6 (23.1) | 71 (40.3) | 19 (39.6) | 96 (38.4) |
| อื่น ๆ | 5 (19.2) | 15 (8.5) | 2 (4.2) | 22 (8.8) |

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ www.agoda.co.th www.hotelthailand.com เท่ากันร้อยละ 26.9 รองลงมา www.sawasdee.com www.atsiam.com www.hotelsthailand.com www.hotelclub.com เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท เท่ากันร้อยละ 23.1 และอื่นๆ ได้แก่ Google ร้อยละ 19.2

ระดับการศึกษاپริญญาตรี เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 40.3 รองลงมา www.hotelthailand.com ร้อยละ 30.1 และ www.agoda.co.th ร้อยละ 29.5

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ www.agoda.co.th ร้อยละ 52.1 รองลงมา เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท ร้อยละ 39.6 และ www.airasiago.com ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| จำนวนวันเข้าพัก ต่อครั้งโดยเฉลี่ย ในการจองที่พักทาง อินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|---|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1-2 วัน | 11 (42.3) | 118 (67.0) | 32 (66.7) | 161 (64.4) |
| 3-4 วัน | 9 (34.6) | 48 (27.3) | 14 (29.2) | 71 (28.4) |
| 5-6 วัน | 2 (7.7) | 6 (3.4) | 2 (4.2) | 10 (4.0) |
| 7 วันขึ้นไป | 4 (5.4) | 4 (2.3) | 0 (0.0) | 8 (3.2) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวนวันเข้าพัक्त่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 42.3 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 34.6 และ 5-6 วัน ร้อยละ 7.7

ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนวันเข้าพัक्त่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 67.0 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 27.3 และ 5-6 วัน ร้อยละ 3.4

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนวันเข้าพัक्त่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 1-2 วัน ร้อยละ 66.7 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 29.2 และ 5-6 วัน ร้อยละ 4.2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ผู้มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจของที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ตัดสินใจเอง | 17 (65.4) | 74 (43.0) | 28 (58.3) | 119 (47.6) |
| คู่มือ | 2 (7.7) | 43 (24.4) | 5 (10.4) | 50 (20.0) |
| ญาติ | 3 (11.5) | 12 (6.8) | 0 (0.0) | 15 (6.0) |
| บิดา/มารดา | 0 (0.0) | 9 (5.1) | 0 (0.0) | 9 (3.6) |
| บุตรหลาน | 2 (7.7) | 0 (0.0) | 1 (2.1) | 3 (1.2) |
| เพื่อน | 2 (7.7) | 35 (19.9) | 11 (22.9) | 48 (19.2) |
| อื่น ๆ | 0 (0.0) | 3 (1.7) | 3 (6.3) | 6 (2.4) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 43.0 รองลงมาญาติ ร้อยละ 11.5 คู่มือ เพื่อนและบุตรหลาน เท่ากันร้อยละ 7.7

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 42.0 รองลงมา คู่มือ ร้อยละ 24.4 และเพื่อน ร้อยละ 19.9

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 58.3 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 22.9 และคู่มือ ร้อยละ 10.4

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|---|------------------------------|------------------------|------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 26) | ปริญญาตรี (n = 176) | สูงกว่าปริญญาตรี (n = 48) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม | 13 (50.0) | 122 (69.3) | 40 (83.3) | 175 (70.0) |
| ชื่อเว็บไซต์ง่าย | 4 (15.4) | 25 (14.2) | 5 (10.4) | 34 (13.6) |
| ค้นหาง่ายจาก Search Engine | 5 (19.2) | 70 (39.8) | 24 (50.0) | 99 (39.6) |
| สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ | 9 (34.6) | 88 (50.0) | 19 (39.6) | 116 (46.4) |
| การปรากฏสัญลักษณ์ขององค์กรที่เชื่อถือได้ | 3 (11.5) | 14 (8.0) | 6 (12.5) | 23 (9.2) |
| สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 4 (15.4) | 53 (30.1) | 16 (33.3) | 73 (29.2) |
| มีคนรู้จักแนะนำ | 14 (53.8) | 64 (36.4) | 6 (12.5) | 94 (37.6) |
| มีที่พักตรงตามความต้องการ | 9 (34.6) | 62 (35.2) | 24 (50.0) | 95 (38.0) |
| ได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ | 3 (11.5) | 20 (11.4) | 0 (0.0) | 23 (9.2) |
| ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น | 5 (19.2) | 41 (23.3) | 27 (56.3) | 73 (29.2) |
| สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ | 3 (11.5) | 68 (38.6) | 19 (39.6) | 90 (36.0) |
| มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายกว่าวิธีอื่น | 3 (11.5) | 26 (14.8) | 9 (18.8) | 38 (15.2) |
| มีโปรโมชั่นหลากหลาย | 2 (7.7) | 38 (21.6) | 4 (8.3) | 44 (17.6) |
| อื่น ๆ | 1 (3.8) | 4 (2.3) | 0 (0.0) | 5 (2.0) |

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุดคือ มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 53.8 รองลงมา มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 50.0 มีที่พักตรงตามความต้องการและสารทโทรสอบถามได้ เท่ากันร้อยละ 34.6

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุดคือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 69.3 รองลงมา สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ ร้อยละ 50.0 และค้นหาง่ายจาก Search Engine ร้อยละ 39.8

ระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุดคือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 83.3 รองลงมา ราคาถูกกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น ร้อยละ 56.3 มีที่พักตรงตามความต้องการ และค้นหาง่ายจาก Search Engine เท่ากันร้อยละ 50.0

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ย ที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม |
|--|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | n=250 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 7 (26.9) | 9 (5.1) | 0 (0.0) | 16 (6.4) |
| 501-1,000 บาท | 6 (23.1) | 78 (44.3) | 15 (31.3) | 99 (39.6) |
| 1,001-1,500 บาท | 5 (19.2) | 48 (27.3) | 21 (43.8) | 74 (29.6) |
| 1,501-2,000 บาท | 7 (26.9) | 21 (11.9) | 4 (8.3) | 32 (12.8) |
| 2,001-2,500 บาท | 0 (0.0) | 13 (7.4) | 5 (10.4) | 18 (7.2) |
| 2,501-3,000 บาท | 0 (0.0) | 3 (1.7) | 1 (2.1) | 4 (1.6) |
| 3,001 บาท ขึ้นไป | 1 (3.8) | 4 (2.3) | 2 (4.2) | 7 (2.8) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ต่ำกว่า 500 บาท และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 26.9 รองลงมา 501-1,000 บาท ร้อยละ 23.1 และ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 19.2

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 44.3 รองลงมา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 27.3 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 11.9

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 43.8 รองลงมา 501-1,000 บาท ร้อยละ 31.3 และ 2,001-2,500 บาท ร้อยละ 10.4

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|-------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 26) | ปริญญาตรี (n = 176) | สูงกว่าปริญญาตรี (n = 48) | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผ่านทางบัตรเครดิต | 14 (53.8) | 100 (56.8) | 32 (61.7) | 146 (58.4) |
| ผ่านทางระบบ PayPal | 0 (0.0) | 9 (5.1) | 2 (4.2) | 11 (4.4) |
| ผ่านทางมือถือ | 3 (11.5) | 12 (6.8) | 1 (2.1) | 16 (6.4) |
| โอนเงินผ่านธนาคาร | 16 (61.5) | 96 (54.5) | 23 (47.9) | 135 (54.0) |
| เช็ค/ตัวแลกเงิน | 0 (0.0) | 3 (1.7) | 0 (0.0) | 3 (1.2) |
| พัสดุเก็บเงินปลายทาง (พกง.) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| โอนเงินผ่านระบบ E-Banking | 5 (19.2) | 26 (14.8) | 4 (8.3) | 35 (14.0) |
| อื่น ๆ ได้แก่จ่ายเงินสด | 0 (0.0) | 9 (5.1) | 3 (6.3) | 12 (4.8) |

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 61.5 รองลงมา ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 53.8 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 19.2

ระดับการศึกษาปริญญาตรี เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 56.8 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 54.5 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 14.8

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ 66.7 รองลงมา โอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 47.9 และ โอนเงินผ่านระบบ E-Banking ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และได้ไปใช้บริการที่พัก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับความพอใจ หลังจากการจองที่พักทาง อินเทอร์เน็ตและได้ไป ใช้บริการที่พัก | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | รวม n=250 |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พอใจระดับน้อยที่สุด | 0 (0.0) | 1 (0.6) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| พอใจระดับน้อย | 7 (26.9) | 6 (3.4) | 0 (0.0) | 13 (5.2) |
| พอใจระดับปานกลาง | 9 (34.6) | 88 (50.0) | 22 (45.8) | 119 (47.6) |
| พอใจระดับมาก | 8 (30.8) | 73 (41.5) | 24 (50.0) | 105 (42.0) |
| พอใจระดับมากที่สุด | 2 (7.7) | 8 (4.5) | 2 (4.2) | 12 (4.8) |
| รวม | 26 (100.0) | 176 (100.0) | 48 (100.0) | 250 (100.0) |

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรถทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 34.6 0 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 30.8 และพอใจระดับน้อย ร้อยละ 26.9

ระดับการศึกษاپริญญาตรี มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรถทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 50.0 รองลงมา พอใจระดับมาก ร้อยละ 41.5 และพอใจระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.5

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจหลังจากที่จองพักรถทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มากที่สุด คือ พอใจระดับมาก ร้อยละ 50.0 รองลงมา พอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 45.8 และพอใจระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved