

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 250 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 มีอายุ 26-41 ปี ร้อยละ 56.4 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 72.4 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 70.4 อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 58.4 รายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท ร้อยละ 44.4 มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล ร้อยละ 67.2

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01-24.00 น. โดยระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ชั่วขณะที่หากถูกใจ และน้อยกว่า 1 สัปดาห์เท่านั้น จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ 1-3 ครั้งต่อปี นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ 1-2 วัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ คำแนะนำจากเว็บไซต์ท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมีผลมาก ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต คือ 501-1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ผ่านทางบัตรเครดิต พบว่าความสะดวกของวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ อันดับที่ 1 คือ ผ่านทางบัตรเครดิต ระดับความพึงพอใจหลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักรับ คือ พอใจระดับปานกลาง ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังตัดสินใจใช้บริการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

5.1.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการเป็นส่วนบุคคล ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ คือ ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก คุณภาพของที่พัก และการอัปเดตข้อมูลที่พักรับให้ตรงกับความเป็นจริงตลอดเวลา

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ คือ ความเหมาะสมของราคาที่พักรับ ความชัดเจนในการแสดงราคาสินค้า และความหลากหลายของระดับราคาที่พักรับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวกและรวดเร็วในการค้นหา เลือกรับจองที่พัก กระบวนการจองที่พัก การจองที่พักได้ตลอด 24 ชม. และความชัดเจนในการแสดงรายละเอียดขั้นตอนการจองที่พัก การยกเลิกการจองที่พัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การมีแพ็คเกจที่พักราคาพิเศษ การทำโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และการสื่อสารข้อมูลของสินค้าข่าวสารแก่ลูกค้าโดยเฉพาะ โปรโมชั่นต่าง ๆ อย่างทั่วถึง

ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ เช่นรายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และอีเมล การขออนุญาตลูกค้าเพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังอีเมลของลูกค้า และการเข้ารหัสข้อมูลในการรับ-ส่งข้อมูล

ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจของที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เว็บไซต์มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า การให้คำแนะนำ คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้ารายบุคคลผ่านเว็บไซต์ และเว็บไซต์มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า

5.1.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน อาชีพ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน อาชีพ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด สรุปได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ

เพศชาย ส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ชื่อทันทีหากถูกใจ จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา)คือ 1-3 ครั้ง บริการอื่น ๆ ที่ใช้บริการนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ ที่ใช้บริการคือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว จำนวนเข้าพักรถครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท ใช้วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทางบัตรเครดิต หลังจากที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักมีความพอใจระดับปานกลาง

เพศหญิง ส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 สัปดาห์ ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา)คือ 1-3 ครั้ง บริการอื่น ๆ ที่ใช้บริการนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ให้บริการเพื่อจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักรถครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ตัดสินใจเอง ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทาง

อินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักรับเลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท ใช้วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยโอนเงินผ่านธนาคาร หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักมีความพอใจระดับมาก

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 – 10,000 บาท ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักช่วงเวลา 18.01-24.00 ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักคือ 1-2 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พัก คือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักรับเลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยโอนเงินผ่านธนาคาร มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก คือ ชั่วขณะที่หากถูกใจ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักรับเลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501 – 1,000 บาท เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตโดยผ่านบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับมาก หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทขึ้นไป ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักคือ 1-2 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 วัน ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของ รีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ ตัดสินใจเอง และคู่รัก ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลายหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 1,001 – 1,500 บาท เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตโดยผ่านบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

จำแนกตามอาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักคือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยโอนเงินผ่านธนาคาร มีระดับความพอใจระดับปานกลางหลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

อาชีพรับจ้าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ชั่วขณะที่หากถูกใจ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมใน

การตัดสินใจของที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับปานกลาง – มาก หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักร

อาชีพอิสระ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และว่างงาน ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พักคือ มากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่านทางบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักร

จำแนกตามอายุ

อายุต่ำกว่า 18 -25 ปี ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจของที่พัก คือ ชั่วขณะที่หากถูกใจ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรม รีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยโอนเงินผ่านธนาคาร มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พักร

อายุ 26-41 ปี ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก คือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ www.agoda.co.th จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501 – 1,500 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับมาก หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

อายุ 42 ปีขึ้นไป ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 12.01 - 24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก คือ ซื่อทันทีหากถูกใจ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์คือ เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ www.agoda.co.th จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501-1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่านบัตรเครดิต และโอนเงินผ่านธนาคาร มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก คือ ซื่อทันทีหากถูกใจ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์เว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ www.agoda.co.th www.hotelthailand.com จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ

ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีคนรู้จักแนะนำ ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ ต่ำกว่า 500 บาท และ 1,501-2,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยโอนเงินผ่านธนาคาร มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก คือ 1-2 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พัก คือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ เว็บไซต์โรงแรมรีสอร์ท จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 501 – 1,000 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับปานกลาง หลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก คือ 1-2 สัปดาห์ จำนวนครั้งที่จองที่พัก (ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้ง ใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พักคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พักจากเว็บไซต์ตรงของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่คือ www.agoda.co.th จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พักคือ ตัดสินใจเอง ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยที่จองผ่านทางอินเทอร์เน็ตคือ 1,001 – 1,500 บาท วิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต โดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต มีระดับความพอใจระดับมาก หลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 6 ด้านคือ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และด้านการให้บริการเป็นรายบุคคล ซึ่งพบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้คำถาม 7 ประการเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้พบว่า

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-33 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง ประกอบด้วย พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทักษิมา เชื้อเปีย (2550) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the customer buy?) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยตรงกับเว็บไซต์ของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว รองลงมา เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศ อย่างเช่นเว็บไซต์ www.agoda.co.th www.tourthai.com www.atsiam.com www.airasiago.com www.hotelthailand.com และ www.traveltourthailand.net เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ที่พบว่ารูปแบบพฤติกรรมการซื้อผ่านสื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การค้นหาข้อมูลโดยตรงกับเว็บไซต์ของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น โดยทำการจองผ่านระบบออนไลน์ แต่ทำการซื้อผ่านระบบออฟไลน์ และการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศเพื่อทำการจองและซื้อที่พักผ่านระบบออนไลน์

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does customer buy?) จากการศึกษาพบว่าสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการจากการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทักษิมา เชื้อเปีย (2550) ที่

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ต้องการความสะดวกในการซื้อ เพราะมีบริการ 24 ชั่วโมง การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์อื่น นอกเหนือจากการใช้อินเทอร์เน็ตจองที่พ็คคือ ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศุภลักษณ์ อังครางกูร (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่าการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยมากมักจะใช้เวลาในการตัดสินใจ ก่อนใช้บริการด้วยการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลมากขึ้นทุกวันต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อใช้เป็นปัจจัยพิจารณาในการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) จากการศึกษาพบว่า ตนเอง เป็นผู้มีส่วนพาทในการตัดสินใจจองที่พ็คในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากไม่มีผลการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้งต่อปี โดยเฉลี่ย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทัศนทิมา เชื้อเปียว(2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ความถี่ในการซื้อ (ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา) คือ 1-3 ครั้งต่อปี

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจองที่พ็คในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ใช้แหล่งค้นหาข้อมูลการจองที่พ็คจากเว็บไซต์ตรงของโรงแรม รีสอร์ท ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทัศนทิมา เชื้อเปียว(2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเว็บไซต์ค้นหา (Search Engine)

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชำระเงินในการจองที่พ็คทางอินเทอร์เน็ตคือ ผ่านทางบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทัศนทิมา เชื้อเปียว(2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ นิยมชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสี่ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing Mix) มาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณเกษม วสันตวิษณุวัต (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม และห้องพัก (คุณภาพของที่พัก)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเหมาะสมของราคาที่พักระหว่างสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณเกษม วสันตวิษณุวัต (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวกและรวดเร็วในการค้นหา การจองที่พัก กระบวนการจองที่พัก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณเกษม วสันตวิษณุวัต (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีระบบจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การมีแพ็คเกจที่พักราคาพิเศษ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณเกษม วสันตวิษณุวัต (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการปรับลดราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)

ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ เช่น รายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และอีเมล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทัศนิตา เชื้อเขียว (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าโดยเฉพาะในเรื่องของการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เนื่องจากไม่มีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

ปัจจัยด้านการให้บริการรายบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ เว็บไซต์มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ถูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากไม่มีผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการรายบุคคล

ข้อค้นพบ

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีข้อค้นพบดังนี้

1. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ 18.01–24.00 น. ขณะที่เพศชายใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ ชั่วขณะที่หากถูกใจ ในขณะที่เพศหญิง ใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเมื่อสรุปผลรวมของทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงจะซื้อทันทีหากถูกใจ และใช้เวลาน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต
2. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ คำนึงถึงปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตคือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณา
3. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวนวันเข้าพักต่อครั้งโดยเฉลี่ยในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตคือ 1-2 วัน และราคาที่พักต่อครั้งโดยเฉลี่ยคือ 501-1,000 บาท โดยเพศชายส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ในขณะที่เพศหญิงส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินด้วยการโอน เงินผ่านธนาคาร
4. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกระดับรายได้ ใช้บริการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตโดยตรงกับเว็บไซต์ของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว
5. ระดับความพอใจหลังจากที่จองที่พักทางอินเทอร์เน็ตและได้ไปใช้บริการที่พัก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ตในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 250 ราย ที่มีระดับความพอใจน้อยและระดับความพอใจน้อยที่สุด ซึ่งในอนาคตตัดสินใจไม่ใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

6. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตก่อนการตัดสินใจจองที่พัก มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ร้อยละ 59.6 ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจคือ คำแนะนำจากเว็บไซต์การท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็เว็บไซต์ที่เป็นแหล่งชุมชนของผู้ที่รักการท่องเที่ยว ผู้มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ โดยจะมีการแบ่งปันข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สถานที่ แผนที่ในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมถึงรูปภาพสถานที่พักแรมจากที่ต่าง ๆ พร้อมการบรรยายข้อดี ข้อเสียของการไปใช้บริการจากสถานที่นั้น ๆ โดยยกตัวอย่างเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวที่ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมและถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง คือ www.pantip.com ห้อง Blue Planet ซึ่งจะเป็ห้องสนทนาที่รวบรวมกระทู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหมู่นักท่องเที่ยวและผู้รักการท่องเที่ยว การค้นหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเตรียมตัวก่อนทำการวางแผน รวมถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นข้อมูลจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวจึงเป็แหล่งรวบรวมข้อมูลชั้นดีและสำคัญ ที่จะช่วยเป็ข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เป็นอย่างดี

7. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่คำนึงถึง การมีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านสินค้า และปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมาเป็อันดับแรก คือ ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก และความเหมาะสมของราคาที่พัก ซึ่งมีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจจองที่พักในระดับมาก

8. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต คือ มีที่พักให้เลือกหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ในขณะที่ผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต คือ มีคนรู้จักแนะนำ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก รองลงมาคุณภาพของที่พัก และการอัปเดตข้อมูลที่พักให้ตรงกับความ เป็นจริงตลอดเวลา ดังนั้น เว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่พัก ทั้งเว็บไซต์ของรีสอร์ท โรงแรม ที่พักต่าง ๆ และบริษัทนำเที่ยว และเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศและในประเทศควรมี การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้มีความหลากหลาย เช่น ภาพโดยรวมของที่ตั้งของโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก รวมถึงการถ่ายภาพภายในห้องพักอย่างชัดเจน ซึ่งแสดงถึงภาพห้องพักตามประเภท ห้องพักต่างๆ ที่โรงแรม รีสอร์ท ที่พักจัดแยกประเภทไว้ นอกจากนี้ควรเพิ่มข้อมูลในส่วนของ บริการเสริมต่างๆ ที่โรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ได้จัดเตรียมไว้ให้กับผู้มาเข้าพัก ตลอดจนการเน้นย้ำใน เรื่องของคุณภาพของที่พัก เกี่ยวกับความสะอาด การปรับปรุงให้สภาพที่พักอยู่ในสภาพดี พร้อม สำหรับการให้บริการ รวมถึงการอัปเดตข้อมูลที่พักให้ตรงกับความ เป็นจริงตลอดเวลา จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังจะได้รับจากการไปใช้บริการ จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถ ตัดสินใจจองที่พักได้ง่ายขึ้นเนื่องจากได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน และตรงกับความ เป็นจริงมากที่สุด

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เลือกราคาที่พักโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ประมาณ 501 – 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้เว็บไซต์เพื่อการจองที่พัก โดยต้องการที่พักที่มีราคาเหมาะสม ดังนั้น เว็บไซต์ควรมีการกำหนดราคาที่พักให้เหมาะสม หลากหลาย และแตกต่างกัน แต่ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน กับคุณภาพที่พัก การให้บริการ และ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ ทั้งกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง – สูง รวมถึง กลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน เช่น นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท อย่างเช่น เว็บไซต์ www.atsiam.com ที่มีการกำหนดระดับราคาห้องพักไว้หลายระดับ ให้เลือกดังนี้ ต่ำกว่า 1,500 บาท 1,500 – 3,000 บาท 3,000 – 5,000 บาท 5,000 – 8,000 บาท 8,000 – 10,000 บาท และสูงกว่า 10,000 บาท เป็นต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบการให้บริการให้ง่ายและสะดวกขึ้นสำหรับลูกค้า ในการค้นหาข้อมูลราคาที่พักได้อย่างหลากหลาย และช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกระดับราคาที่พัก ตามงบประมาณที่ลูกค้าแต่ละคนได้ตั้งไว้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจจองที่พัก

3. เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวกและรวดเร็วในการค้นหา เลือกจองที่พัก กระบวนการจอง ที่พัก การจองที่พักได้ตลอด 24 ชม. และความชัดเจนในการแสดงรายละเอียดขั้นตอนการจองที่พัก การยกเลิกการจองที่พัก ดังนั้น เว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่พักควรศึกษารูปแบบที่ใช้งานง่าย สะดวก และรวดเร็วในการค้นหา เลือกจองที่พัก กระบวนการจองที่พักให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการทุกกลุ่มที่

เข้ามาใช้บริการจองที่พักผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการแจกแจงรายละเอียดขั้นตอนการจองที่พัก การยกเลิกการจองที่พัก อย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการก่อนการตัดสินใจจองที่พัก รวมถึงควรมีการทดสอบระบบการให้บริการของเว็บไซต์ให้พร้อมในการให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพราะถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้บริการให้ความสำคัญในการพิจารณาจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถทำการจองที่พักได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงเป็นการพัฒนาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับโรงแรม รีสอร์ท และที่พัก ที่มีเว็บไซต์ให้บริการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายให้กับธุรกิจ ให้สามารถทำธุรกิจได้ตลอด 24 ชั่วโมง

4. จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่วนใหญ่ใช้ช่วงระยะเวลาประมาณ 18.01 – 24.00 น. เพื่อใช้บริการเว็บไซต์ในการจองที่พัก ทางผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่พักในช่วงเวลาดังกล่าว ไปยังสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง เช่น การคิดแบนเนอร์บนเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว อย่างเช่น ห้อง Blue Planet ใน www.pantip.com หรือการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ อย่างเช่น Facebook Twitter เป็นต้น เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่กำลังใช้เวลา ในการหาข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจจองที่พัก ดังนั้นการทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือแม้กระทั่งการจัดทำโปรโมชั่นในช่วงเวลานี้ จะทำให้ผู้บริโภคได้เห็นโฆษณา โปรโมชั่นต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่กำลังค้นหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของผู้ประกอบการในช่วงนี้ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น เพราะจะช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจกับข้อเสนอพิเศษจากการพบเจอการทำประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ในช่วงเวลานั้น

5. จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต (ในระยะเวลา 1 ปี) โดยเฉลี่ยที่ประมาณ 1-3 ครั้ง ทางผู้ประกอบการ ควรจัดให้มีการทำแพ็คเกจที่พักราคาพิเศษ การทำโปรโมชั่นลดราคาในช่วง Low Season และการสื่อสารข้อมูลของสินค้าข่าวสารแก่ลูกค้าโดยเฉพาะ โปรโมชั่นต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เพื่อช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและทำการจองที่พัก เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว มากกว่าจะเดินทางมาเที่ยวเฉพาะในช่วงเทศกาลหลัก ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสอบถาม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้ทางเว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่พักควรมีการจัดแพ็คเกจที่พักราคาพิเศษพร้อมบริการอื่นๆ ในราคาพิเศษให้มากขึ้น เช่น สปา บริการนำเที่ยว เพื่อดึงดูดใจผู้ใช้บริการให้มาใช้บริการมากขึ้น รวมถึงการปรับลดราคาที่พักลง ในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่จะอยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกันยายน ดังนั้นจะเป็นช่วงที่จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อย และมีอัตราการเข้าพักต่ำ รวมถึงการให้ส่วนลดราคาห้องพักสำหรับผู้มาใช้บริการในวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) นอกจากนี้ ควรมีการ

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นต่าง ๆ แก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ผ่านทางอีเมลล์ของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการและแสดงความสมัครใจในการรับข่าวสารข้อมูล โปรโมชั่นต่าง ๆ จากเว็บไซต์ รวมถึงควรมีการโฆษณาข้อมูลข่าวสาร โปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ของโรงแรม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการจองที่พักมากขึ้น

6. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ อย่างเช่น รายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และอีเมลล์ การขออนุญาตลูกค้าเพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังอีเมลล์ของลูกค้า และการเข้ารหัสข้อมูลในการรับ-ส่งข้อมูล เนื่องจากการใช้บริการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งรูปแบบใหม่ของการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน ซึ่งจากปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ควรมีการจัดการให้มีข้อความประกาศบนเว็บไซต์ที่แสดงให้ว่าเว็บไซต์มีความปลอดภัยในการใช้บริการ รวมถึงเพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ ว่าการเก็บรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้แต่ละคน และการขออนุญาตลูกค้าเพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังอีเมลล์ของลูกค้า เป็นนโยบายหลักของเว็บไซต์ที่ให้ความสำคัญแก่ลูกค้าด้วยการรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นหลักในการให้บริการ นอกจากนี้เว็บไซต์ควรมีสัญลักษณ์ซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง โดยการแสดงสัญลักษณ์บนหน้าเว็บไซต์ที่แสดงว่าเว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงการแสดงความมีตัวตนทางธุรกิจด้วย อย่างเช่น ตราสัญลักษณ์ที่เว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่พัก ได้ทำการขึ้นทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยแสดงตราสัญลักษณ์ พร้อมเลขทะเบียนดังนี้



TAT License No.11/3634

7. ลักษณะการให้บริการของเว็บไซต์ควรมีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า การให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้ารายบุคคลผ่านเว็บไซต์ และเว็บไซต์มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า หรือการส่งข้อมูลข่าวสาร โปรโมชั่นต่าง ๆ โดยการเจาะจงผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ให้ความสำคัญกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเป็นส่วนบุคคล ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกของการได้รับการเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นพิเศษด้วย

8. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เลือกวิธีการชำระเงินในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ดังนั้นผู้ประกอบการควหาช่องทางสร้างความร่วมมือในด้านเป็นพันธมิตรกับธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตต่าง ๆ ด้วยการทำการตกลงร่วมกัน เพื่อ

จัดทำโปรโมชันพิเศษ สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการจองที่พักด้วยบัตรเครดิตประเภทต่าง ๆ เช่น ได้รับความอภัยลดที่พักรับฟรี บริการรับ-ส่งจากโรงแรมถึงสนามบิน หรือ บัตรกำนัลเพื่อทำสปาแพคเกจของโรงแรม เป็นต้น จะช่วยดึงดูดใจให้ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้อีกทางหนึ่ง

9. จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เกี่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจจองที่พัก โดยจะซื้อทันทีหากถูกใจ และน้อยกว่า 1 สัปดาห์ รวมถึงผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจก็คือ ตนเอง เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการควรรีด้วยความสนใจเพื่อนำไปพัฒนาค่านารูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย ที่จะทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองทันทีหากถูกใจและใช้เวลาน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ดังนั้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ควรมีการจัดทำให้น่าสนใจเป็นพิเศษ รวมถึงขั้นตอนในการเข้าถึงข้อมูลและขั้นตอนในการให้บริการจองที่พักต้องสะดวกและรวดเร็ว เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค

10. ทางเว็บไซต์ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนถึงสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่เว็บไซต์เป็นพันธมิตรกับธุรกิจอื่น ๆ เช่น ผู้ให้บริการบัตรเครดิต ร้านอาหาร สปา บริการรถเช่า เป็นต้น

ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถามอยู่ในช่วง Low Season ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ คือในช่วงเดือนพฤษภาคม-เดือนกันยายน ทำให้การจัดเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายตามสถานที่ที่กำหนดไว้แต่เดิม ได้น้อยกว่าที่คาดการณ์ ทางผู้ศึกษาได้ทำการเพิ่มสถานที่ในการจัดเก็บ โดยจากเดิมคาดว่าจะทำการจัดเก็บที่ สถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ดอยสุเทพ โรงแรม ได้แก่ โลตัสปางสวนแก้ว โรงแรมคูสิต D2 โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ โรงแรม All Season ที่พักต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ สนามบินนานาชาติเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ด้วยข้อจำกัดนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมที่ สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นต้น เพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

จากข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ จึงเป็นข้อพึงระวังสำหรับผู้ศึกษาเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการคาดการณ์เพื่อทำการจัดเก็บแบบสอบถามให้ได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ