

ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการจองห้องพัก ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

Demographic Factors Affecting Satisfaction in the Guestroom Reservation through the Internet of Users in Bangkok

กฤษฎี เทียนชนะไชยา

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 400 คน และใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียวในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท (1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล แตกต่างกันในการใช้บริการจองห้องพักผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต (2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในด้านห้องพัก ราคา ความคุ้มค่า และด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล แตกต่างกัน ส่วนในด้านความพึงพอใจโดยรวมนั้น มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน (3) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้าน การให้ความสำคัญรายบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวแตกต่างกันในการใช้บริการจอง ห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (4) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในด้านห้องพัก ด้านราคา ความคุ้มค่า การให้ความสำคัญรายบุคคล และความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกัน (5) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านราคา ความคุ้มค่า และด้านการให้ความสำคัญรายบุคคลแตกต่างกันในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และ (6) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยรวม และรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การจองห้องพัก, ระบบอินเทอร์เน็ต, ความพึงพอใจของผู้

Abstract

This research aims at studying demographic factors affecting Bangkok-area customer satisfaction of online hotel reservation system. By means of questionnaire, 400 samples of experienced customers based in Bangkok were collected. In the process of analyzing gathered information, one-way

analysis of variance were used. The result showed that majority of samples were female, 31-40 years old, single, holding an undergraduate degree, office worker or corporate employee, and having an average monthly salary of THB10, 001-30,000. (1) Gender, as a demographic factor, has drawn different satisfaction results in 2 aspects of online hotel reservation system; service channels, and individual priority. (2) Age, as a demographic factor, has drawn different satisfaction results in 4 aspects of online hotel reservation system; accommodations, price, value for money, and individual priority. However, overall satisfaction result was not different. (3) Marital status, as a demographic factor, has drawn different satisfaction results in 2 aspects of online hotel reservation system; privacy, and individual priority. (4) Education level, as a demographic factor, has drawn different satisfaction results in 5 aspects of online hotel reservation system; accommodations, price, value for money, individual priority, and overall satisfaction. (5) Profession, as a demographic factor, has drawn different satisfaction results in 3 aspects of online hotel reservation system; price, value for money, and individual priority. (6) Average monthly salary, as a demographic factor, has drawn on different satisfaction results in any aspects of online hotel reservation system.

Keywords: Guestroom Reservation, Online Reservation System, Customer Satisfaction

1. บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญและมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านการศึกษา บันเทิง พาณิชยกรรม และอื่นๆ เช่น ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ใช้อินเทอร์เน็ตในการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการใช้ในด้านธุรกิจและการพาณิชยกรรม เช่น การซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (“ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต”, 2556) อัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี 2556 คนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในรอบ 12 ปี เพิ่มขึ้นถึง 76.3% โดยพฤติกรรมที่คนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ การซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต จากผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2556 (Thailand Internet User Profile 2013) โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพอ (สุรัสวดี สิทธิยศ, 2556) คนไทยนิยมซื้อสินค้าและใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีข้อดีในหลายๆ เรื่อง เช่น ความสะดวกในการติดต่อซื้อขาย เนื่องจากไม่ต้องเดินทาง ราคาถูก เพราะผู้ขายลดต้นทุนในด้านค่าใช้จ่ายหน้าร้านค้าและอื่นๆ ได้ หาของได้ง่ายกว่าการเดินทางตามหน้าร้าน สามารถซื้อและใช้บริการได้ทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ต และตลอด 24 ชั่วโมง (“เหตุผลอะไรที่คนไทยต้องหันมาซื้อของผ่านเว็บไซต์”, 2556)

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันได้มีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจเพื่อเป็นการขยายช่องทางการตลาดให้มากขึ้น โดยเฉพาะกับธุรกิจให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีความนิยมเป็นอย่างมาก เช่น Agoda, Asiarooms, Booking, Bookingholidayplus, Hotelsthailand, Travelingthaicenter เป็นต้น (รัศมี ศรีวัชรินทนต์, 2555) จองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยการจอง

ห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนี้มีสัดส่วนมากกว่าการจองห้องพักผ่านรูปแบบอื่นๆ เช่น การจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ หรือการจองห้องพักที่โรงแรมโดยตรง (“การจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต”, 2556)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจในด้านประชากรศาสตร์ว่า ผู้ที่ใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครนั้นหากมีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่ต่างกันหรือไม่ และอย่างไร

2. วัตถุประสงค์

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ระเบียบวิธี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) และที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้ จำนวน 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจำนวนวัยรุ่น อายุ 18-61 ปี จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิดที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 40 มีค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.750-0.910 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 40 ชุด มีสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟาเท่ากับ 0.727- 0.913

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุประมาณ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-30,000 บาท

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้านห้องพัก ราคาความคุ้มค่า ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การให้ความสำคัญรายบุคคล และการรักษาความเป็นส่วนตัวแตกต่างกัน มีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

(1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านช่องทางให้บริการ และด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล แตกต่างกันในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

(2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในด้านห้องพัก ราคา ความคุ้มค่า และด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล แตกต่างกัน ส่วนในด้านความพึงพอใจโดยรวมนั้นมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

(3) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้ความสำคัญรายบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวแตกต่างกันในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

(4) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในด้านห้องพัก ด้านราคา ความคุ้มค่า การให้ความสำคัญรายบุคคล และความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน

(5) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านราคา ความคุ้มค่า และด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล แตกต่างกันในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

(6) ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยรวม และรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต							
	ปัจจัยประชากรศาสตร์	ด้านห้องพัก	ด้านราคาความคุ้มค่า	ด้านช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล	ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	ความพึงพอใจโดยรวม
เพศ	-	-	0.029*	-	-	0.022*	-	-
อายุ	0.004*	0.002*	-	-	-	0.046*	0.016*	-
สถานภาพ	-	-	-	-	-	0.001*	-	-
ระดับการศึกษา	0.002*	0.004*	-	-	-	0.036*	-	0.000*
อาชีพ	-	0.006	-	-	-	0.036	0.025	-
รายได้ส่วนตัว	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. อภิปรายผล

ปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุและระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีห้องพักให้เลือกหลายหลายแบบ ปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านราคา ความคุ้มค่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีห้องพักหลากหลายราคาให้เลือกจอง สอดคล้องกับงานวิจัยของรัศมี ศรีวัชร

ทานต์ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการจองห้องพัก Agoda ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักภายในประเทศของwww.agoda.com แตกต่างกัน และปัจจัยด้านพฤติกรรมในการบริการอินเทอร์เน็ต แรงจูงใจในการใช้บริการเว็บไซต์ในการเลือกจองห้องพักในหลากหลายรูปแบบและราคาสมน้ำสมเนื้อกับรูปแบบห้องพัก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักภายในประเทศของ www.agoda.com

ปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตาม เพศ มีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านช่องทางการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สามารถใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับงานวิจัยของวรลักษณ์ พลสม และ ปุณณัฐ ศกกันโท (2551) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุด

ปัจจัยประชากรศาสตร์ทุกด้านมีความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สามารถเปลี่ยนแปลงวันเข้าพักได้หากมีเหตุจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงวันเข้าพักที่เคยจองไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิมล จุงจิตร (2546) ได้พัฒนาระบบการจองตั๋วรถโดยสารบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมภาษา ASP ในการสร้างเว็บแอปพลิเคชันสามารถให้บริการจองตั๋วสำหรับลูกค้าโดยลูกค้าสามารถจองเองได้ และสามารถพิมพ์รายงานประเภทต่างๆ จากระบบได้

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผลที่ได้จากการวิจัย

1) ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านห้องพัก ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ห้องพักรงที่เคยใช้บริการมีคุณสมบัติตรงตามคาดหวัง ดังนั้น ทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตควรแสดงรูปภาพและข้อมูลของห้องพักตามความเป็นจริงและควรเป็นรูปภาพและข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้พบเห็นข้อมูลจริงก่อนการตัดสินใจได้

2) ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านราคา ความคุ้มค่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ราคาถูกกว่าการจองห้องพักในรูปแบบอื่นๆ เช่น การจองผ่านโทรศัพท์หรือที่โรงแรมโดยตรง ดังนั้นทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตควรปรับปรุงระบบข้อมูลราคาอยู่ตลอดเวลากับทางโรงแรม เพื่อเป็นทางเลือกหลัก ในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอีกทางให้การจองให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

3) ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านช่องทาง การให้บริการ ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ชื่อเว็บไซต์ของผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจดจำได้ง่าย ดังนั้น ทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตควรทำการสร้างให้เว็บไซต์ของตนเองให้ง่ายต่อการค้นหาหรือเรียกดูข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ

4) ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการจากพนักงาน ได้โดยตรงผ่านช่องทางต่างๆ เช่น อีเมล

โทรศัพท์ และช่องทางอื่นๆ ตามลำดับ ดังนั้น ทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตควรจะปรับปรุงระบบช่องทางการติดต่อสื่อสารทุกช่องทางให้ผู้ให้บริการสามารถติดต่อขอข้อมูลหรือการใช้บริการได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

5) ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านการให้ความสำคัญรายบุคคล ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ มีการแนะนำห้องพักที่ชื่นชอบโดยอัตโนมัติ ดังนั้น ทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตควรจะจัดให้มีการแชร์ข้อมูลความประทับใจจากลูกค้าในสถานที่ต่างๆ ให้กับผู้ใช้บริการรายอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะแสดงประสบการณ์ในการเข้าพักในด้านต่างๆ

6) ความพึงพอใจในการใช้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การให้ข้อมูลของลูกค้าไม่ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลโฆษณาจนเสียความเป็นส่วนตัว ดังนั้น ทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจะมีการปรับปรุงระบบการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และแสดงโฆษณาโปรโมชันต่างๆ ตรงตามข้อมูลที่ลูกค้าได้แจ้งไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการหรือพฤติกรรมในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ทางผู้ให้บริการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสามารถทราบพฤติกรรมการใช้บริการ และสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการได้มากยิ่งขึ้นในอนาคตได้ต่อไป และควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องมือการสื่อสารการตลาด อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการหรือพฤติกรรมในการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครให้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Marketing) การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online PR) หรือการโฆษณาที่มีปฏิสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต (Interactive Ads) เป็นต้น

7. เอกสารอ้างอิง

ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต. (2556). สืบค้นจาก <http://www.med.cmu.ac.th/eiu/informatics/Literacy/computer/internet/5.htm>.

การจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต. (2013, พฤษภาคม). สืบค้นจาก http://www.bluehouseenterprise.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=335:sources-of-internet-hotel-booking&Itemid=321.

รัศมี ศรีวิชรานนท์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักภายในประเทศของ www.agoda.com. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรลักษณ์ พลสมย และปยุตต์ ยศกันโท. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2550). สืบค้นจาก <http://www.ecommerce.or.th/e-Guide/.2550>.

สุรัสวดี สิทธิยศ. (2556). พฤติกรรมคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตซื้อสินค้าสูง. สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/Content/IT/79274>.