



รายงานการวิจัย
เรื่อง

แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
ของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
The Development's Criteria for Reservation and Payment
Applications of Five Star Luxury Hotels in Bangkok.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรมัตต์ปัญปรัชญ์ ต้องประสงค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภารัตน์ คุ่มบำรุง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชญา ลักษณะวิรามสิริ

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ



รายงานการวิจัย
เรื่อง

แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
ของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
The Development's Criteria for Reservation and Payment
Applications of Five Star Luxury Hotels in Bangkok.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภารัตน์ คุ่มบำรุง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชญา ลักษณะวิรามสิริ
คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ปีงบประมาณ 2557)

| | |
|-------------------|--|
| หัวข้อวิจัย | แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร |
| ผู้ดำเนินการวิจัย | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรมัตถ์ปัญโญ ต້องประสงค์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภารัตน์ คุ่มบำรุง ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญญา ลักษณะวิรามสิริ |
| ที่ปรึกษา | รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐจวน ประวัติเมือง |
| หน่วยงาน | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| ปี พ.ศ. | 2560 |

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยประยุกต์แบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรได้แก่ผู้ที่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชัน ผู้ปฏิบัติงานในการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณสูตรของทาร์โยยามาเน่ กำหนดความเชื่อมั่นเป็น 95% จำนวน 385 คน เก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจำแนกตามเขตพื้นที่ที่ตั้งอยู่ของโรงแรมระดับห้าดาว ได้รับการตอบกลับจำนวน 346 คน เป็นหญิง 179 คน ชาย 167 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,000 – 80,000 บาท ระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายแอปพลิเคชันของตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยตนเอง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 84.36 และใช้แอปพลิเคชัน Agoda มากที่สุด รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชัน Booking.com และ Hotel.com ตามลำดับ ส่วนรูปแบบการชำระเงิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระด้วยบัตรเครดิตมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ชำระผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ความต้องการด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว ประกอบด้วย ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน และด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติความต้องการด้านการออกแบบแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยภาพรวม 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .778 โดยคุณลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยภาพรวม 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .762 โดยคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านมีความน่าสนใจ ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาดผ่าน

แอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .778 โดยคุณลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก และแอปพลิเคชันจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ปัญหาสำหรับการใช้งานแอปพลิเคชันส่วนมากพบปัญหาบางครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างพบปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชันใช้เวลาในการโหลดเปลี่ยนหน้าหรือใช้เวลาในการประมวลผลนานมากที่สุด ส่วนอุปสรรคที่ผู้ใช้ส่วนมากพบได้แก่ แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการขอพิสูจน์ตัวตนของผู้ใช้งานหรือตรวจสอบความปลอดภัยก่อนใช้งาน แอปพลิเคชันที่ยุ่งยากจนทำให้ไม่อยากใช้งานต่อไป

การเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศสภาพต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกัน (1) ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา มีความชัดเจน สีและแสงมีความเหมาะสม สบายตา แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (2) ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน ได้แก่ มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว มีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอ ข้อมูลเป็นปัจจุบัน ต่อการเปรียบเทียบและการตัดสินใจเพื่อใช้บริการ แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง มีระบบในการสร้างความเชื่อมั่น มั่นใจ ในประสบการณ์การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน และมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา กรณีที่การจองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด (3) ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ได้แก่ การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย การเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว จำแนกตามอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้งานแตกต่างกันทุกด้าน การเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว จำแนกตามอาชีพและระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการแตกต่างกันทุกด้านยกเว้นด้านแอปพลิเคชันที่มีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการปรับปรุงแอปพลิเคชันอาจต้องใช้เวลา และส่งผลต่อการขาดความเชื่อมั่นจากการปรับเปลี่ยนที่บ่อยเกินไปและความคุ้นชินของการใช้งานสำหรับผู้สูงวัย

| | |
|----------------------------|---|
| Research Title | The Development's Criteria for Reservation and Payment Applications of Five Star Luxury Hotels in Bangkok. |
| Researchers | Asst. Prof. Phorramatpanyaprat Tongprasong Asst. Prof. Suparat Khumbamrung Asst. Prof. Anchana Lakviramsiri |
| Research Consultant | Assoc. Prof. Ranjuan Prawatmuang, D.B.A. |
| Organization | Faculty of Management Science, Suan Dusit University |
| Year | 2017 |

This application research is the mixed method research model. The objectives of this research are: (1) to study the behavior of reserving and spending money at five star hotels in Bangkok (2) to compare the requirement of using reservation and payment applications of five star hotels in Bangkok (3) to present the guideline to develop the application program for reservation and payment applications of five star hotels in Bangkok. The population is the five star hotel application experienced users and the hotel employees who work in reservation department related. The 385 sample is calculated by the Taro Yamane formula with the confidential level 95%. The questionnaires were collected using purposive sampling method, and the sample was classified by area. The final sample collected was 346 cases – 179 females and 167 males. Most of the sample is between 21 – 30 years old. Most of them are private company employees. Their income is about 60,000 – 80,000 baht per month. The education level of them is bachelor degree. When the researchers considered their behavior of using the reservation and payment applications, we found out that the majority of sampling use the application via hotels website, agencies website, and agencies application subsequently. 232 sampling (84.36%) has the experience in booking hotel room by themselves. The most popular applications for the respondents are agoda, booking.com, and hotel.com respectively. Most of the sampling pays with credit card and e-banking.

Three characteristics of hotel's reservation and payment application requirements are consist of application design, application usability, and marketing promotion in the application. The result showed that the respondents' average opinion about application design is about 4.25 with 0.778 of standard deviation while the most significant attribute in application design is various operation systems compatible. The average score for the requirement of application usage is about 4.34 with 0.762 of standard deviation. The most important characteristics of application usage are (1) the application is interesting, easy to use, and not complicated (2) the application can be

run as fast as possible (3) the application offer enough and up-to-date information about rooms and facilities for making the decision in reserving. The average viewpoint about marketing promotion on application is 4.27 with 0.778 of standard deviation. The most essential issues are the application is the convenience channel for reserving and paying process; and the application is available for 24 hours. Most of the sampling faces the problem in using application while using need loading screen or spending too much time in loading the application. The obstacle for using application is about the complication of user authentication or security determination.

The researchers compare the application requirements according to the demography – gender, age, career, income, and education level. We found out that the different gender of respondents has different application usage requirements in every points (1) application design – suitable background, and ease of use (2) application usability – introducing step for searching, stable systems, rapid processing systems, enough and up-to-date information about hotel room and facilities, confirmation reply for payment, problem solving channel available in case of any error (3) marketing promotion in application – interesting sale channel without salesman. For the sample with different age and income, they have totally different requirements in every point as well as the sampling with different career and education level except the updated version of application regularly. The application may take long time to load the new version and install for a several time. This may lead to lack of system reliability and familiarity especially for the elder.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ฉบับนี้ได้รับความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจากองค์การและบุคคลที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย ดังนี้

คณะนักวิจัยขอกราบขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่อนุมัติทุนอุดหนุนในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณอธิการบดีมหาวิทยาลัยสวนดุสิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนะศีกนิชานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนาการศึกษา พร้อมด้วย ดร.ยุชยา อยู่เย็น ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาลิสฐ์ ต้นสอน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและสนับสนุนในการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐจวน ประวัตินเมือง ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งเป็นกำลังใจตั้งแต่เริ่มต้นเขียนโครงร่างงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงเป็นงานวิจัยฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คุรุธิ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรานุช โสภากา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรภัทร อินทรวรพัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศาสน์ นิยม และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา สนวนมะลิ ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่ายังต่องานวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่ โรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 21 แห่ง และผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณนักวิจัย นักวิชาการ พนักงานของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่ได้ให้ความช่วยเหลือทุกท่าน

ท้ายนี้ขอขอบคุณนักวิจัยร่วมโครงการทุกท่านที่ร่วมทำงานวิจัยด้วยความมุ่งมั่น เพื่อให้ งานวิจัยบรรลุตามวัตถุประสงค์ ด้วยความเสียสละ และอดทน จนกระทั่งงานวิจัยประสบผลสำเร็จ การวิจัยในครั้งนี้มีส่วนช่วยในการส่งเสริมและพัฒนาการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย หากงานวิจัยฉบับนี้ยังคงมีข้อบกพร่องประการใด คณะนักวิจัยขออภัยมาในโอกาสนี้

คณะนักวิจัย

2560

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ค |
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| สารบัญ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญภาพ | ฬ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญ | 1 |
| วัตถุประสงค์ | 6 |
| ขอบเขตการวิจัย | 6 |
| ข้อจำกัด | 7 |
| สมมติฐานการวิจัย | 8 |
| คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย | 8 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย | 9 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค | 11 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด | 14 |
| แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย | 17 |
| แนวคิดการพัฒนาแอปพลิเคชัน | 21 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว | 26 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม | 38 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 46 |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย | 52 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 53 |
| การวิจัยเชิงปริมาณ | 53 |
| การวิจัยเชิงคุณภาพ | 59 |
| สถานที่เก็บข้อมูล | 61 |
| ระยะเวลาการทำวิจัย | 61 |
| การหาคุณภาพเครื่องมือ | 61 |

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการวิจัย | 62 |
| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง | 62 |
| พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจ โรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร | 64 |
| ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงิน ในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร | 71 |
| เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ | 72 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ | 324 |
| สรุปผลการวิจัย | 324 |
| อภิปรายผล | 329 |
| ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ | 331 |
| ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป | 332 |
| บรรณานุกรม | 333 |
| บรรณานุกรมภาษาไทย | 333 |
| บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ | 336 |
| ภาคผนวก | 340 |
| ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ | 341 |
| ภาคผนวก ข เครื่องมือวิจัย | 343 |
| ภาคผนวก ค ผลการตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 351 |
| ประวัติผู้วิจัย | 360 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 1.1 | จำนวนโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานครจำแนกตามเขตพื้นที่ | 6 |
| 3.1 | การกระจายจำนวนตัวอย่างจากโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเขตพื้นที่ | 55 |
| 4.1 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | 63 |
| 4.2 | พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน | 65 |
| 4.3 | พฤติกรรมด้านประสบการณ์สำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน | 66 |
| 4.4 | พฤติกรรมการดำเนินการสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน | 66 |
| 4.5 | พฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชันเพื่อการสำรองห้องพักโรงแรม | 66 |
| 4.6 | พฤติกรรมการเลือกรูปแบบการชำระเงินจากการสำรองห้องพักโรงแรม | 67 |
| 4.7 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน | 68 |
| 4.8 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน | 69 |
| 4.9 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาดผ่าน แอปพลิเคชัน | 70 |
| 4.10 | ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานแอปพลิเคชัน | 71 |
| 4.11 | อุปสรรคการใช้งานแอปพลิเคชัน | 72 |
| 4.12 | เปรียบเทียบความต้องการใช้ออปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ การชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพ | 73 |
| 4.13 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้ แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอป พลิเคชันจำแนกตามอายุผู้ใช้งาน | 77 |
| 4.14 | เปรียบเทียบความต้องการใช้ออปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ การชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุผู้ใช้งาน | 79 |
| 4.15 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้ออปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายจำแนก ตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 80 |
| 4.16 | เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความต้องการสำหรับการออกแบบ แอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย เป็นรายคู่ | 81 |
| 4.17 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้ออปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านพื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา จำแนกตาม อายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 82 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.18 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านพื้นที่ด้านหลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่ | 83 |
| 4.19 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการเสริมสร้างจุดเด่นของปุ่มกด จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 84 |
| 4.20 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการเสริมสร้างจุดเด่นของปุ่มกด เป็นรายคู่ | 85 |
| 4.21 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดใจในการใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 86 |
| 4.22 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดใจในการใช้งาน เป็นรายคู่ | 87 |
| 4.23 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 87 |
| 4.24 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งาน เป็นรายคู่ | 89 |
| 4.25 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 90 |
| 4.26 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการเป็นรายคู่ | 91 |
| 4.27 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่ายไม่ยุ่งยาก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 91 |
| 4.28 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เป็นรายคู่ | 93 |
| 4.29 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 93 |
| 4.30 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอเป็นรายคู่ | 95 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.31 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุผู้ใช้งาน | 96 |
| 4.32 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุของผู้ใช้งาน | 98 |
| 4.33 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลจำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 100 |
| 4.34 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่ | 101 |
| 4.35 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 102 |
| 4.36 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นรายคู่ | 103 |
| 4.37 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 104 |
| 4.38 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นรายคู่ | 105 |
| 4.39 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 105 |
| 4.40 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน เป็นรายคู่ | 107 |
| 4.41 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 107 |
| 4.42 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน เป็นรายคู่ | 109 |
| 4.43 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็ว จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 109 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.44 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็ว เป็นรายคู่ | 111 |
| 4.45 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 111 |
| 4.46 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่ | 113 |
| 4.47 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 113 |
| 4.48 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง เป็นรายคู่ | 115 |
| 4.49 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 115 |
| 4.50 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่ | 117 |
| 4.51 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 117 |
| 4.52 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งเป็นรายคู่ | 119 |
| 4.53 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักมีความผิดพลาด จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 119 |
| 4.54 | ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักมีความผิดพลาดเป็นรายคู่ | 121 |
| 4.55 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุผู้ใช้งาน | 122 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.56 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุของผู้ใช้งาน | 124 |
| 4.57 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 126 |
| 4.58 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก เป็นรายคู่ | 127 |
| 4.59 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 128 |
| 4.60 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน เป็นรายคู่ | 130 |
| 4.61 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 130 |
| 4.62 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ เป็นรายคู่ | 132 |
| 4.63 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 132 |
| 4.64 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายเป็นรายคู่ | 134 |
| 4.65 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 134 |
| 4.66 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายให้เป็นที่รู้จัก เป็นรายคู่ | 136 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.67 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 136 |
| 4.68 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ เป็นรายคู่ | 138 |
| 4.69 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 139 |
| 4.70 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ เป็นรายคู่ | 140 |
| 4.71 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 141 |
| 4.72 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นรายคู่ | 142 |
| 4.73 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 142 |
| 4.74 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่ | 144 |
| 4.75 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน จำแนกตามอาชีพ | 145 |
| 4.76 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้งาน | 148 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.77 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายจำแนกตามอาชีพโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 149 |
| 4.78 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย เป็นรายคู่ | 151 |
| 4.79 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านพื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาจำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 151 |
| 4.80 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านพื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่ | 154 |
| 4.81 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกดโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 154 |
| 4.82 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด เป็นรายคู่ | 157 |
| 4.83 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 157 |
| 4.84 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน เป็นรายคู่ | 160 |
| 4.85 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งานโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 160 |
| 4.86 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน เป็นรายคู่ | 163 |
| 4.87 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 163 |
| 4.88 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ เป็นรายคู่ | 166 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.89 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 166 |
| 4.90 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เป็นรายคู่ | 169 |
| 4.91 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ | 170 |
| 4.92 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้งาน | 174 |
| 4.93 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 176 |
| 4.94 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่ | 178 |
| 4.95 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 178 |
| 4.96 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นรายคู่ | 181 |
| 4.97 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 181 |
| 4.98 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นรายคู่ | 184 |
| 4.99 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 184 |
| 4.100 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก เป็นรายคู่ | 187 |
| 4.101 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 187 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.102 | เปรียบเทียบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน แอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน เป็นรายคู่ | 190 |
| 4.103 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 190 |
| 4.104 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน แอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว เป็นรายคู่ | 193 |
| 4.105 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบันโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 194 |
| 4.106 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน แอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่ | 197 |
| 4.107 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 198 |
| 4.108 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน แอปพลิเคชันด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง เป็นรายคู่ | 200 |
| 4.109 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัยโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 200 |
| 4.110 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน แอปพลิเคชันด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่ | 203 |
| 4.111 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 204 |
| 4.112 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง เป็นรายคู่ | 206 |
| 4.113 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 207 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.114 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด เป็นรายคู่ | 209 |
| 4.115 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ | 210 |
| 4.116 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้งาน | 214 |
| 4.117 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 215 |
| 4.118 | เปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก เป็นรายคู่ | 218 |
| 4.119 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 219 |
| 4.120 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน เป็นรายคู่ | 221 |
| 4.121 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 222 |
| 4.122 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ เป็นรายคู่ | 224 |
| 4.123 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 225 |
| 4.124 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายเป็น รายคู่ | 227 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.125 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 228 |
| 4.126 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก เป็นรายคู่ | 230 |
| 4.127 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 231 |
| 4.128 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ เป็นรายคู่ | 233 |
| 4.129 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 234 |
| 4.130 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ เป็นรายคู่ | 236 |
| 4.131 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 237 |
| 4.132 | เปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นรายคู่ | 239 |
| 4.133 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 239 |
| 4.134 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่ | 242 |
| 4.135 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน | 243 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.136 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน | 245 |
| 4.137 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 246 |
| 4.138 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย เป็นรายคู่ | 247 |
| 4.139 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านพื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 247 |
| 4.140 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านพื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่ | 249 |
| 4.141 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 249 |
| 4.142 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านพื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่ | 250 |
| 4.143 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 251 |
| 4.144 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน เป็นรายคู่ | 242 |
| 4.145 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 242 |
| 4.146 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน เป็นรายคู่ | 253 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.147 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 254 |
| 4.148 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบ แอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ เป็นรายคู่ | 255 |
| 4.149 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 255 |
| 4.150 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบ แอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเป็นรายคู่ | 256 |
| 4.151 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 257 |
| 4.152 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบ แอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายคู่ | 258 |
| 4.153 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้ แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งาน แอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน | 259 |
| 4.154 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระ เงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน | 261 |
| 4.155 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 263 |
| 4.156 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งาน แอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่ | 264 |
| 4.157 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาจำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 264 |
| 4.158 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอป พลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นรายคู่ | 265 |
| 4.159 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ ชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 266 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.160 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นรายคู่ | 267 |
| 4.161 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 267 |
| 4.162 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก เป็นรายคู่ | 268 |
| 4.163 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 269 |
| 4.164 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน เป็นรายคู่ | 270 |
| 4.165 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 270 |
| 4.166 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว เป็นรายคู่ | 271 |
| 4.167 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 272 |
| 4.168 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่ | 274 |
| 4.169 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการให้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 274 |
| 4.170 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการให้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง เป็นรายคู่ | 275 |
| 4.171 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 276 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.172 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่ | 277 |
| 4.173 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 277 |
| 4.174 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง เป็นรายคู่ | 279 |
| 4.175 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 279 |
| 4.176 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดเป็นรายคู่ | 281 |
| 4.177 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน | 282 |
| 4.178 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน | 284 |
| 4.179 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 286 |
| 4.180 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก เป็นรายคู่ | 287 |
| 4.181 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 288 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.182 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินเป็นรายคู่ | 289 |
| 4.183 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 290 |
| 4.184 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ เป็นรายคู่ | 291 |
| 4.185 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 291 |
| 4.186 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย เป็นรายคู่ | 293 |
| 4.187 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 293 |
| 4.188 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก เป็นรายคู่ | 295 |
| 4.189 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านมีการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 296 |
| 4.190 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ เป็นรายคู่ | 297 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.191 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 298 |
| 4.192 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ เป็นรายคู่ | 299 |
| 4.193 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 300 |
| 4.194 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นรายคู่ | 301 |
| 4.195 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 301 |
| 4.196 | เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่ | 303 |
| 4.197 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน | 304 |
| 4.198 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน | 305 |
| 4.199 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 306 |
| 4.200 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน | 308 |
| 4.201 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน | 310 |

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.202 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 312 |
| 4.203 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน | 315 |
| 4.204 | เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน | 317 |
| 4.205 | เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Scheffe | 318 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 2.1 | ส่วนประสมทางการตลาด | 15 |
| 2.2 | ลักษณะการดำเนินธุรกิจทางการท่องเที่ยว | 32 |
| 2.3 | ขั้นตอนการทำธุรกรรมในธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ | 33 |
| 2.4 | กรอบแนวคิดในการวิจัย | 52 |

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2557 โดยภาพรวมการท่องเที่ยวของไทยยังคงซบเซาต่อเนื่อง จากสถิติการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2556 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสิ้น 11.78 ล้านคน ลดลงร้อยละ 9.91 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงอย่างมากของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนมิถุนายนถึงร้อยละ 24.37 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ส่วนหนึ่งมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ที่ผ่านมาและการประกาศการห้ามออกจากเคหสถานเวลาค่ำคืนทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีผลจากการบังคับใช้กฎหมายท่องเที่ยวเพื่อควบคุมคุณภาพทัวร์จากประเทศจีน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2556 เป็นต้นมาก็นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนปรับลดลงไปค่อนข้างมาก จากเดิมที่เคยเติบโตอย่างก้าวกระโดดในระยะ 1 - 2 ปีก่อนจนกลายเป็นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติอันดับหนึ่งของไทยแทนมาเลเซีย (กองกฤษฎีการการท่องเที่ยว, 2557) ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ปรับลดลงอย่างต่อเนื่องกว่า 6 เดือนที่ผ่านมาส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวช่วงครึ่งแรกของปี 2557 ต่ำกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 6.56 หรือคิดเป็นมูลค่า 547,196.45 ล้านบาท เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรายภูมิภาคที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงครึ่งแรกของปี 2557 พบว่า กว่าร้อยละ 54.68 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งในภูมิภาคดังกล่าว มีจำนวนนักท่องเที่ยวปรับลดลงค่อนข้างมากถึงร้อยละ 17.18 จากช่วงเดียวกันของปี 2556 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ทางการเมืองสูง โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ ประเทศ ญี่ปุ่น (ลดลงร้อยละ 20.60) ประเทศมาเลเซีย (ลดลงร้อยละ 20.54) ประเทศจีน (ลดลงร้อยละ 20.36) และประเทศเกาหลีใต้ (ลดลงร้อยละ 13.43) ตามลำดับ ขณะที่ตลาดรองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป เพราะภาวะเศรษฐกิจของหลายประเทศในแถบยุโรปเริ่มส่งสัญญาณในทิศทางที่ดีขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 28.73 โดยเป็นภูมิภาคเดียวที่มีการเติบโตเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเติบโตขึ้นร้อยละ 6.36 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 3.38 ล้านคน จากแรงขับเคลื่อนของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ ฝรั่งเศส (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.60) รัสเซีย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71) และอังกฤษ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.30) ตามลำดับ

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจในช่วงปี พ.ศ. 2557 ต่อเนื่องครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2558 สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยจะมีทิศทางที่ดีขึ้น หลังจากที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้ยกเลิกประกาศเคอร์ฟิวทั่วประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มมีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยที่ดีขึ้น สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 ได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวทยอยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในด้านอัตราการจองห้องพักล่วงหน้า 3 เดือนก็เริ่ม

ปรับตัวดีขึ้น นอกจากนี้ด้วยชื่อเสียงและศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวของไทยการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำบวกกับมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ การยกเลิกค่าธรรมเนียมวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวจีนและไต้หวันเป็นเวลา 3 เดือน (นับตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 57 – 31 ต.ค. 57) รวมทั้งการนำเสนอกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทไทยให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งปัจจัยหนุนดังกล่าวคาดว่าจะทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปที่ได้รับแรงส่งจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวดีขึ้น สามารถกลับมาขยายตัวได้ตามปกติหรือในอัตราที่สูงกว่าปีก่อนหน้าได้ (จิราพร เรื่องทวิศิลป์, 2557) ช่องทางในการทำการสนับสนุนการท่องเที่ยวและทำการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่อีกช่องทางหนึ่งที่มีความนิยม คือ การทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นช่องทางที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภค ต้นทุนของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลต่ำมากอย่างอินเทอร์เน็ต หรือเป็นอุปกรณ์ที่อยู่ในมือของผู้บริโภคเกือบตลอดทั้งวันอย่างสมาร์ทโฟนสามารถทำให้เกิดรูปแบบทางการตลาดใหม่ ๆ เช่น การจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพักเน้นการเข้าพักในวันธรรมดา สนับสนุนให้มีการเข้าพักหลายวันต่อเนื่องกัน การเล่นเกมชิงรางวัล เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้ความสนใจผู้ใช้งาน เกิดการสร้างกระแสให้เป็นที่ยอมรับในสังคม และการทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ อาจทำให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันได้เห็นถึงโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ารุ่นใหม่เพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่งด้วย

รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวฉบับนี้เป็นฉบับที่ 6 ตรงกับไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2559 โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) คาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในไตรมาสนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องและจำนวนนักท่องเที่ยวโลกตลอดทั้งปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 เช่นเดียวกับสถานการณ์ การท่องเที่ยวของไทยที่ยังคงมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในไตรมาสนี้ซึ่งถือเป็น “High Season” คาดว่าจะมีจำนวน 7.63 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 3.93 แสนล้านบาท ทำให้ตลอดทั้งปี พ.ศ. 2559 คาดว่าประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.51 ล้านล้านบาท สูงกว่าปี พ.ศ. 2558 ที่สร้างรายได้ 2.26 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.93 เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.64 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 0.87 ล้านล้านบาท

ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ยังคงตัวในระดับต่ำ การเพิ่มขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำ อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม CLMV การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวรัสเซีย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและของภูมิภาคยุโรปซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลในเชิงบวก ในขณะที่มีปัจจัยลบเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศมาเลเซีย และการเปลี่ยนแปลง การใช้ธนบัตรของประเทศอินเดีย สำหรับปัจจัยภายในประเทศ ได้แก่ ความสงบภายในประเทศที่มีมาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวของไทย อาหาร กิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยว การดำเนินมาตรการของภาครัฐ อาทิ การยกเว้นค่าวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรวมทั้ง มาตรการที่ดำเนินการอย่างจริงจังกับปัญหาทัวร์ผิดกฎหมาย

ในขณะที่การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ยังคงตอบสนองเป็นอย่างดีต่อมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐไม่ว่าจะเป็น โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด พลัส ซึ่งในปี พ.ศ.2559 สร้างรายได้ 147,109.23 ล้านบาท

เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.75 จากปี พ.ศ. 2558 รวมทั้งมาตรการให้นักท่องเที่ยวไทยสามารถนำค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการท่องเที่ยวในประเทศมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

สำหรับปี พ.ศ. 2560 คาดว่าการท่องเที่ยวของไทยจะยังคงเติบโตต่อเนื่องตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกด้วยอัตราร้อยละ 5 และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 โดยมีปัจจัยบวกจากการเพิ่มขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำ ค่าเงินดอลลาร์และยูโรที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น การเปิดเส้นทางบินใหม่ของสายการบินต่าง ๆ รวมทั้งการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหลายระดับและการจัดทำรายการส่งเสริมไปยังกลุ่มเป้าหมายจีนและอินเดีย โดยมีปัจจัยที่อาจเป็นได้ทั้งบวกและลบ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ที่มีแนวโน้มการใช้สิ่งอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือสมาร์ทโฟนเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

สมาร์ทโฟนได้กลายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทย เพราะใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างครอบครัว ที่ทำงาน เพื่อน และประกอบธุรกิจการงานด้วยราคาของสมาร์ทโฟนที่หลากหลายรูปแบบทำให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีการใช้สมาร์ทโฟนอยู่ที่ร้อยละ 36 และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2556 มีการสร้างสถิติใหม่ในการใช้สมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 29.1 เพิ่มขึ้นจาก 7.1 ล้านเครื่อง เป็น 8 ล้านเครื่อง โดยบริษัท เทเลนอร์ผู้ให้บริการโทรคมนาคม ข้อมูล และสื่อระดับโลกเผยแพร่ผลสำรวจ Mobile Life 2013 เกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ร่วมตอบแบบสำรวจ 38,000 คน ใน 43 ประเทศทั่วโลก ซึ่งเริ่มทำการสำรวจข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 พฤศจิกายน 2555 ถึงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2556 เพื่อให้เข้าใจถึงการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้คนทั่วโลก ตลอดจนจะได้รู้ว่าแพลตฟอร์มและบริการใดที่จะมีการเติบโตในอนาคต บริษัทเทเลนอร์ยังได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค รวมถึงผลกระทบที่เกิดจากการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะทำให้บริษัทมองเห็นโอกาส และแนวโน้มที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต สิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่ง คือ การปรับราคาของสมาร์ทโฟนที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องผูกผันกับศักยภาพของสมาร์ทโฟนที่มีแนวโน้มจะพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานให้ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น

ผลการสำรวจข้อมูลในประเทศไทยของ ดร.สิขเรศ ศิราภานต์ ในปี พ.ศ. 2556 พบว่าอุปกรณ์ที่คนไทยมีความต้องการเป็นเจ้าของมากที่สุด คือ สมาร์ทโฟนถึงแม้ว่าจะเป็นอุปกรณ์สำคัญในการเข้าถึงโลกดิจิทัลได้ง่ายมากขึ้น แต่การเชื่อมต่อส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะมีผู้ใช้งานเพียงร้อยละ 39 ส่วนที่เหลือเลือกใช้เป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านระบบ Wifi ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยยังพบว่าให้ความสำคัญกับแบรนด์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ 30 จุด เมื่อเทียบกับผู้บริโภคจากประเทศอื่น โดยการสำรวจดังกล่าวมีการระบุ 18 ปัจจัยที่ผู้บริโภคทั่วโลกคำนึงถึงเมื่อเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ราคา อายุการใช้งานของแบตเตอรี่ แบรนด ขนาด คุณภาพหน้าจอ รุ่น กล้อง คุณภาพเสียง ดีไซน์ ความสะดวกง่ายในการใช้งาน ระบบปฏิบัติการ เครือข่ายผู้ให้บริการ ช่องเชื่อมต่อต่าง ๆ การเรียกใช้อินเทอร์เน็ต การปรับแต่งรูปแบบการใช้งาน ความหลากหลายของแอปพลิเคชัน ความสามารถในการเชื่อมต่อกับพีซี และความสามารถในการซิงค์ผ่านคลาวด์เซอร์วิส ส่วนเรื่องของราคาเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคนไทยให้ความสนใจรองลงมาเล็กน้อย เป็นการ

ส่งสัญญาณไปถึงแบรนด์ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่และผู้ให้บริการเครือข่ายว่า "ตลาดประเทศไทยมีความต้องการแบรนด์พรีเมียม" ซึ่งตลาดสมาร์ทโฟนในประเทศไทยได้เติบโตอย่างมาก โดยเมื่อปี 2555 ราคาเฉลี่ยของสมาร์ทโฟนได้ลดลงมาต่ำกว่าราคาที่สูงสุดที่ผู้บริโภคชาวไทยยินดีที่จะจ่าย ถือว่าเป็นตลาดที่มีความหลากหลาย และเติบโตเร็วที่สุดในทวีปเอเชีย แต่ก็ยังมีผู้คนจำนวนมากในพื้นที่ห่างไกลที่มีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ ในเอเชียในทางตรงกันข้ามผู้ใช้งานในเมืองและกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความพร้อมสำหรับเทคโนโลยีขั้นสูงต้องการใช้อัตราการเชื่อมต่อที่รวดเร็วที่สุดเท่าที่จะมีได้ในประเทศและทวีปเอเชีย นายจอห์น เอ็ดดี้ อับดุลลาห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจของบริษัท เทเลนอร์ในประเทศไทย กล่าวว่า อย่างไรก็ตามโครงการฟรี Wifi ของรัฐบาลนั้นยังไม่ได้มีการให้บริการอย่างกว้างขวางมากนัก และผู้ใช้งานส่วนใหญ่ยังคงรู้สึกว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตของแต่ละเครือข่ายยังมีราคาสูงอยู่ เพราะฉะนั้นถ้าเครือข่ายให้บริการในราคาที่ถูกลงสามารถกระตุ้นการใช้งานและเพิ่มความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการดังกล่าวได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนไทย ที่ยังมีความไม่มั่นใจในการใช้บริการ โมบาย แบงคิง และโมบายล์ วอลเลต (Mobile Banking - Mobile Wallet) โดยพบว่าผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยเพียงร้อยละ 4 เท่านั้นที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชอบที่จะทำรายการกับพนักงานโดยตรง จึงเห็นได้ว่าคนไทยยังทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสาขาของธนาคารและผ่านทางคอมพิวเตอร์มากกว่าที่จะทำผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประเด็นที่จำเป็น คือ ต้องมีการสร้างความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนและการสร้างความคุ้นเคยในการใช้บริการ แอปพลิเคชันให้มากขึ้น การสร้างความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและองค์การที่ให้ความปลอดภัยสูงในการธุรกรรมทางการเงินสามารถเพิ่มทางเลือกที่หลากหลาย ความสะดวก และสามารถยืนยันตัวตนได้อย่างแท้จริงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่ง

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนของคนไทยที่ได้กล่าวในข้างต้นแล้ว ยังมีงานสัมมนาทางวิชาการในหัวข้อ “Digital Evolution : Fast Forward Your Business” ธุรกิจก้าวกระโดดในยุคดิจิทัล เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ณ ห้อง 10201 จัดโดย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีวิทยากรคือ นายสีหนาท ล่ำซำ ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การชำระเงิน และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงสถานการณ์ตลาดที่น่าสนใจว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีคอมเมิร์ซในประเทศไทยเติบโตเพิ่มขึ้นตามลำดับ สัดส่วนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีคอมเมิร์ซแบ่งเป็นธุรกรรมแบบภาคธุรกิจสู่ผู้บริโภค (B2C) ร้อยละ 75.2 ภาคธุรกิจสู่ภาคธุรกิจ (B2B) ร้อยละ 23.4 และ ภาคธุรกิจสู่ภาครัฐ (B2G) ร้อยละ 1.4 ทั้งนี้ แยกตามอุตสาหกรรมสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดอันดับ 1 คือการท่องเที่ยวและโรงแรม รองลงมาเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ อุปกรณ์หรือสิ่งประดิษฐ์ที่นำมาใช้กับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความล้ำยุค (Gadget) เสื้อผ้าและแฟชั่น ตามลำดับ ธุรกรรมหลักในประเทศไทยยังใช้เงินสดและการโอนเงินร้อยละ 75 ส่วนบัตรเครดิต บัตรเดบิต และธุรกรรมออนไลน์มีเพียงร้อยละ 25 ซึ่งแนวโน้มที่กำลังเป็นที่นิยม คือ การใช้จ่ายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บนสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ส่งผลให้ผู้ให้บริการอย่างธนาคารต้องพัฒนาระบบหลังบ้าน (Back Office) ที่มีประสิทธิภาพในการรองรับการทำงานที่ดียิ่งขึ้น

นอกจากบริการโมบาย แบงก์กิ้ง (Mobile Banking) อีกหนึ่งบริการที่ค่อนข้างได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น คือ โมบายวอลเลต (Mobile Wallet) หรือการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แทนกระเป๋าสตางค์ ซึ่งคนไทยก็ยิ่งรู้สึกถึงความสะดวกที่จะใช้บริการนี้ โดยร้อยละ 49 ระบุว่าผู้ใช้บริการไม่รู้สึกว่าเป็นบริการที่มีความจำเป็น แต่ทางบริษัทเทเลนอร์เชื่อว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีความรู้และความเข้าใจในเทคโนโลยี จะสามารถเปลี่ยนแนวความคิดได้อย่างรวดเร็วเมื่อบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการพัฒนาต่อยอดไปอย่างไม่หยุดนิ่ง เพราะเห็นได้ว่าโมบายวอลเลตในเมืองไทยจะเติบโตและประสบความสำเร็จได้เหมือนหลายประเทศที่พัฒนาแล้วในทวีปเอเชียรวมถึงประเทศมาเลเซีย การที่กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่หันมาให้ความสนใจ ก็แสดงให้เห็นว่าเป็นบริการที่มีโอกาสเติบโตในอนาคต ซึ่งโมบายวอลเลตนั้นจะเป็นบริการที่สามารถทำกำไรให้กับร้านค้าและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการด้วยข้อความสั้น ผ่านการใช้แอปพลิเคชัน หรือทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้กับเซ็นเซอร์ตัวรับสัญญาณในร้านค้าเพื่อชำระเงินค่าสินค้าจะเป็นเรื่องปกติในประเทศที่กำลังมีการเติบโต ซึ่งประเภทของสินค้าและบริการที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงสุด ได้แก่ การชำระค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดือน การชำระค่าบริการ การเติมน้ำมันในสถานีบริการ และร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ผู้ใช้บริการรู้สึกมีความกังวลอยู่ก็คือ ความปลอดภัยในการใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องบริหารจัดการเพื่อกระตุ้นการขายและกำลังซื้อ ผลสำรวจพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าคาดหวังให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว จัดการง่าย เพิ่มช่องทางการขายสินค้าได้ง่าย สิ่งที่คาดหวังในฝั่งลูกค้า คือ ความสะดวก ราคาถูกกว่า และทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับซึ่งปัจจัยที่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการหรือผู้ขายมีทัศนคติไม่ติดต่อบริษัทอีคอมเมิร์ซ คือ การส่งของแล้วได้รับการยกเลิก ลูกค้าไม่ชำระเงิน และความไม่เชื่อถือกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยอนาคตต่อไปการซื้อขายจะมีการผสมผสานให้ทำงานได้หลากหลายรูปแบบ เน้นการทำงานที่ยืดหยุ่น เอื้อประโยชน์ สร้างความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ และมีความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าดียิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมที่ได้รับความนิยมสูงของประเทศอย่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม จึงควรได้รับการพัฒนาศักยภาพ ยกยกระดับคุณภาพการให้บริการด้วยการมีแอปพลิเคชันรองรับธุรกิจท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งาน สนับสนุนให้ได้รับความสะดวกสบายในการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ จัดทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอีคอมเมิร์ซ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการในด้านความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนคอมพิวเตอร์ หรือแท็บเล็ตจึงเป็นเหตุผลให้คณะนักวิจัยมีความต้องการศึกษาแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหวังว่างานวิจัยดังกล่าวจะสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ในการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการธุรกิจโรงแรมได้มากยิ่งขึ้น และผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการสำรองห้องพักโรงแรม และแอปพลิเคชันอื่นที่เกี่ยวข้องให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานได้มากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ผู้ที่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชัน
2. ผู้ปฏิบัติงานในการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ผู้ที่มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยแบบสอบถาม โดยมีผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ทั้งนี้คณะนักวิจัยใช้วิธีการประมาณการแบบไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน จากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551, หน้า 13) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
2. ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขต ซึ่งมีจำนวนโรงแรมระดับห้าดาวจำนวน 21 แห่ง (สมาคมโรงแรมไทย, 2559) ซึ่งคณะนักวิจัยทำการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจำแนกตามเขตพื้นที่ที่สังกัด

ตารางที่ 1.1 จำนวนโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานครจำแนกตามเขตพื้นที่

| เขต | จำนวนโรงแรมระดับห้าดาวในเขตพื้นที่ | คิดเป็นร้อยละ |
|----------|------------------------------------|---------------|
| บางรัก | 4 | 19.05 |
| ปทุมวัน | 4 | 19.05 |
| สาทร | 4 | 19.05 |
| ราชเทวี | 3 | 14.29 |
| พญาไท | 1 | 4.76 |
| คลองเตย | 1 | 4.76 |
| ห้วยขวาง | 1 | 4.76 |

ตารางที่ 1.1

| เขต | จำนวนโรงแรมระดับห้าดาวในเขตพื้นที่ | คิดเป็นร้อยละ |
|-----------|------------------------------------|---------------|
| บางคอแหลม | 1 | 4.76 |
| จตุจักร | 1 | 4.76 |
| บางกะปิ | 1 | 4.76 |
| รวม | 21 | 100.00 |

ที่มา: สมาคมโรงแรมไทย, 2559

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณมีตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพัก ประกอบด้วย เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรส
- พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันสำรองห้องพัก ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้งาน ช่องทางการสำรองห้องพัก แอปพลิเคชันที่เลือกใช้สำรองห้องพัก และรูปแบบการชำระเงิน

ตัวแปรตาม ได้แก่

- ทัศนະความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักของกลุ่มตัวอย่างโดยจะจำแนกรายด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับผู้ใช้งาน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันและด้านการส่งเสริมตลาด
- อุปสรรคและปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพัก
- แนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะนักวิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาจากผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน 2557 – เมษายน 2560

ข้อจำกัด

กลุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาเนื่องจากต้องอาศัยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากผู้มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน และพักในโรงแรมระดับห้าดาว ที่ต้องให้ความ

ระมัดระวังที่จะไม่เป็นการรบกวนกลุ่มตัวอย่างที่มาพักผ่อนในโรงแรมระดับห้าดาว ทำให้ได้ข้อมูลกลับมาล่าช้ากว่าที่กำหนด และไม่ครบตามจำนวนที่ต้องการ

สถานที่ในการจัดเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างอาจมีความสับสนในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานครมีจำนวนหลายแห่ง ทั้งนี้คณะนักวิจัยยึดตามข้อมูลของสมาคมโรงแรมไทย ซึ่งอาจมีความแตกต่างกับความเข้าใจของผู้ที่ให้ข้อมูลและการให้ระดับห้าดาวของแอปพลิเคชันด้านการสำรองที่พัก

ระยะเวลาในการทำงานวิจัย

ระยะเวลาในการทำงานวิจัยครั้งนี้ต้องดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลค่อนข้างยาก ทำให้ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอาจจะต้องใช้เวลาเกินกว่าที่ได้วางแผนไว้

ผู้ประกอบการโรงแรมห้าดาว

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมห้าดาวอาจจะยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการวิจัยเพื่อการเสริมศักยภาพ สำหรับการพัฒนาแบบร่วมมือ และการมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจ และต้องการให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการโรงแรมเป็นหลัก รวมถึงข้อมูลบางอย่างที่เป็นกระบวนการทำงานของโรงแรมที่จำเป็นต้องปกปิดข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการแข่งขันกับคู่แข่ง ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลได้ครบถ้วนตามเวลาที่ได้กำหนดไว้

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติความต้องการการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินที่แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

แอปพลิเคชัน หมายถึง โปรแกรมประยุกต์ที่ใช้งานสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือสมาร์ทโฟน หรือสามารถใช้งานผ่านเว็บไซต์ด้วยสมาร์ทโฟน ผู้ใช้งานสามารถจองห้องพักของโรงแรมหรือชำระเงินด้วยโปรแกรมดังกล่าวได้

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ หมายถึง ลักษณะที่ปฏิบัติหรือประพฤติกของผู้ใช้แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการสำรองห้องพัก ประสบการณ์การสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันและการเลือกรูปแบบของการชำระเงิน

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ใช้แอปพลิเคชันในการใช้สำรองห้องพักและชำระเงิน หรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้องของโรงแรมร่วมด้วย เช่น การสืบค้นข้อมูลแหล่งที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก การแสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ การร่วมกิจกรรมของโรงแรมหรือส่วนงานอื่นโดยใช้สถานที่ของโรงแรม เป็นต้น

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิด หรือความเชื่อ และแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล เป็นปฏิกิริยาโต้ตอบ โดยการประมาณค่าว่าชอบหรือไม่ชอบ ที่จะส่งผลกระทบต่อการตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

การบริการ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์การ อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์การเบื้องหลังความสำเร็จของทุกงาน มีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการต่าง ๆ ตลอดทั้งความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

การสำรองห้องพัก หมายถึง การสั่งจองห้องพักล่วงหน้าด้วยแอปพลิเคชันของสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หรือดิจิทัลแบบเคลื่อนที่ และเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยการรับจองห้องพักจะแยกจากการรับจองห้องจัดเลี้ยงหรือการรับจองโต๊ะในร้านอาหารแต่อาจมีความสัมพันธ์กัน

การชำระเงิน หมายถึง การจ่ายค่าสินค้าหรือค่าบริการ หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการด้วยเงิน หรือสิ่งที่มีมูลค่าแทนเงินที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวก มีความน่าเชื่อถือ มั่นคงปลอดภัย ซึ่งอาจจะทำได้โดยชำระในรูปแบบของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เทคโนโลยีทางการเงิน บัตรเครดิต ผ่านสถาบันทางการเงิน แคนเตอร์เซอร์วิส เป็นต้น

โรงแรมระดับห้าดาว หมายถึง โรงแรมระดับที่ดีที่สุด สูงที่สุด ก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับสุดยอดแน่นอน โดยมีข้อกำหนดดังนี้ โรงแรมจะต้องมีการตกแต่งที่โอ้อ่า สวยงาม ทั้งภายนอกและภายใน สิ่งอำนวยความสะดวกเพียบ บริการสุดแสนที่จะประทับใจ อุปกรณ์เครื่องใช้ทุกชนิดได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดีพร้อมใช้ตลอดเวลา ห้องพักที่มีขนาดใหญ่กว่า 30 ตารางเมตร เตี้ยขนาด 4 ฟุตขึ้นไป โทรทัศน์มีขนาดไม่น้อยกว่า 20 นิ้ว มีรายการให้ชมไม่น้อยกว่า 12 ช่องรายการ มีตู้เย็นแบบมินิบาร์และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบถ้วน ห้องน้ำต้องสะอาด มีขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์ต้องสะอาด สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วน มีโทรศัพท์ติดต่อกว้าง นอกจากนั้นยังมีห้องชุดให้เลือกใช้บริการถึง 3 แบบ ห้องอาหารก็ต้องมีบริการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ ห้องออกกำลังกาย (Fitness) ต้องที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด มีห้องอบไอน้ำ อ่างจากุสซี่ ห้องนวด มีสระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เป็นแนวทางของการพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองห้องพักและการชำระเงินสำหรับนักพัฒนาโปรแกรมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. เป็นแนวทางสำหรับวิสาหกิจเริ่มต้นด้านเทคโนโลยี ในการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการสนับสนุนเทคโนโลยีเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสำรองห้องพัก และการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้มากยิ่งขึ้น

3. ได้แนวทางของการเสริมศักยภาพในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว และสามารถนำไปประยุกต์กับโรงแรม ที่พักอาศัย หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีความต้องการนำระบบที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการด้านห้องพักและรูปแบบการชำระเงิน

เพื่อให้ได้มาซึ่งกรอบแนวคิดการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คำถามการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคณะนักวิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปหากรอบแนวคิดการวิจัยต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร คณะนักวิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา วารสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยสรุปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยจะนำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
3. แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย
4. แนวคิดการพัฒนาแอปพลิเคชัน
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เทคโนโลยีส่งผลให้ผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น นักการตลาดจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้องค์กรสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดสำหรับผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลกระทำเมื่อทำการประเมิน ครอบครอง การใช้ หรือบริโภค สินค้าและบริการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2552, หน้า 12)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมบุคคลในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการดำเนินการ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (Schiffman, & Kanuk, 2007, p.26)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน การจัดหา การใช้ และการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Engel, James, Roge, & Paul, 1993, p.59)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมิน ผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550, หน้า 53)

พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยปกติจะทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์ ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานะแวดล้อมในหลายระดับ (คิวารัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์, 2550, หน้า 19 - 20) ดังนี้

1. นิสัย (Habit) ปฏิบัติการโต้ตอบที่ถูกกำหนดไว้ หรือกำหนดเงื่อนไขเอาไว้ หรือมองในแง่การปฏิบัติงานประจำวันการประพฤติจะเป็นไปตามประสบการณ์ที่ผ่านมาและเกิดผลดีโดยไม่จำเป็นต้องพึงพาการกระทำที่เป็นไปตามคำสั่ง

2. การแก้ปัญหา (Problem Solving) เป็นลักษณะพฤติกรรมการตัดสินใจในระดับที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์แวดล้อม คือ การประเมินสิ่งใหม่ ปัญหาใหม่ หรือสถานการณ์ใหม่ โดยพยายามที่จะใช้วิธีการที่เคยใช้จนประสบความสำเร็จมาแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ เหล่านั้นและสิ่งที่จะได้รับก็คือ “พฤติกรรม” ซึ่งสิ่งที่ได้รับอาจจะสะสมเป็นพฤติกรรมใหม่

3. การสร้างสรรค์ (Creativity) สาเหตุของความเกี่ยวข้องตามลักษณะและสถานการณ์ใหม่ได้แก่ การที่ไม่สามารถที่จะนำเอาปฏิกริยาโต้ตอบหรือประสบการณ์ที่ผ่านมา มาประยุกต์ใช้พฤติกรรมการตัดสินใจแบบนี้ มักเกิดจากการมองเห็นช่องทางอย่างฉับไวด้วยตนเอง ซึ่งจะเรียกการตัดสินใจนี้ว่า “Heuristic”

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

สิทธิ์ อีธรรม (2551, หน้า 28) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคว่า เกิดขึ้นจากการถูกกระทบจากปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้เริ่มส่งผลตั้งแต่เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งเร้าจนถึงพฤติกรรมหลังซื้อ ดังนี้

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยม และระดับชั้นทางสังคม
2. ปัจจัยสังคม ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับกลุ่มที่มีอิทธิพล เช่น กลุ่มอ้างอิง ผู้นำความคิด ครอบครัว เป็นต้น
3. ปัจจัยจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ แรงจูงใจ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ
4. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ บุคลิกภาพ ความคิดต่อตนเองและรูปแบบการใช้ชีวิต
5. ปัจจัยทางสถานการณ์การซื้อ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และเวลา
6. ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ เว็บไซต์ และการสื่อสารอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค คือ การที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ซื้อ ดังนั้น ผู้ขายจึงควรศึกษาและทราบถึงหลักเกณฑ์การพิจารณาในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ (กิตติ ภัคศิริวัฒนะกุล และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2550, หน้า 34 - 35) โดยมีข้อพิจารณา ดังนี้

1. ข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ ผู้ขายควรเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ซื้อเท่าที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ซื้อต้องการประโยชน์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าไม่ว่าจะเป็นราคาที่เหมาะสม คุณภาพที่ดี บริการที่ดี และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป
2. การบริการส่วนบุคคล ผู้ขายควรให้ข้อมูลส่วนตัวแก่ผู้ซื้อหรือลูกค้าในแต่ละราย เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมไปถึงการปกป้อง

ข้อมูลอันเป็นความลับของลูกค้า เพราะหากข้อมูลดังกล่าวถูกเปิดเผยออกไปสู่สาธารณชนอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้

3. ความสะดวกสบาย ผู้ขายควรอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อเป็นการประหยัดเวลา และสร้างความประทับใจให้กับผู้ซื้อ

4. บริการหลังการขาย ก็เพื่อช่วยเหลือลูกค้าที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ผ่านช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ตลอดเวลา อาจจัดตั้งเป็นศูนย์เรียกใช้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) หรือใช้ระบบสารสนเทศสนับสนุนการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 146 - 148) ได้กล่าวถึง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ” ไว้ว่าพฤติกรรมในการซื้อ เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการที่มีสิ่งมากระตุ้นและการตอบสนองต่อผู้บริโภค โดยปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุดโดยวัฒนธรรมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความต้องการของบุคคลที่เติบโตและใช้ชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีวัฒนธรรมเดียวกันจะมีค่านิยม การรับรู้ ความชอบ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

2. ลำดับชั้นสังคม (Social Class) การจัดแบ่งลำดับชั้นของสังคมที่มีความเหมือนและความแตกต่างกัน โดยคนที่อยู่ในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีแนวโน้มที่จะแสดงออกต่างกัน ในขณะที่คนที่อยู่ในสังคมชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะแสดงออกคล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย วิธีการพูดหรือการใช้ชีวิต

3. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ผู้คนจะได้รับอิทธิพลจากสังคมนรอบข้างที่เป็นกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะทางสังคม ประกอบด้วย

3.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงปฐมภูมิ เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้านที่มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องและไม่เป็นทางการ เป็นต้น และกลุ่มอ้างอิงทุติยภูมิ เช่น กลุ่มศาสนา อาชีพ สมาคม เป็นลักษณะการติดต่อกันแบบเป็นทางการแต่มีความต่อเนื่องน้อย เป็นต้น

3.2 ครอบครัว (Family) มีความสำคัญและมีอิทธิพลมากที่สุดในกลุ่มอ้างอิงปฐมภูมิบุคคลในครอบครัวเป็นผู้ปลูกฝังอบรมนิสัยต่าง ๆ แก่บุคคล

3.3 บทบาทและสถานภาพ (Role and Status) แต่ละบุคคลแสดงออกในแต่ละกลุ่มที่เป็นสมาชิกอยู่ หนึ่งคนอาจมีหลายบทบาท ซึ่งแต่ละบทบาทก็จะแสดงสถานะทางสังคมที่สังคมยอมรับในตัวบุคคลนั้น ๆ

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) พฤติกรรมในการซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเฉพาะบุคคลด้านต่าง ๆ คือ อายุและขั้นตอนวงจรชีวิต (Age and Life Cycle Stage) อาชีพ (Occupation) สภาพทางเศรษฐกิจของบุคคล (Economic Circumstances) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) บุคลิกภาพลักษณะและแนวคิดของตนเอง (Personalities and Self-concept)

5. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ทางเลือกในการซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านจิตวิทยา 4 ประการ ได้แก่ การกระตุ้นเร้า การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ ดังนี้

5.1 การกระตุ้นเร้า (Motivation) ความต้องการของบุคคลมีลักษณะที่หลากหลาย และอาจเกิดขึ้นพร้อมกัน หรือแม้กระทั่งสิ่งที่เกิดขึ้นจากความตึงเครียด เช่น ความหิว ความกระหาย ความไม่สะดวก

5.2 การรับรู้ (Perception) ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นพร้อมที่จะแสดงออก การแสดงออกจะอยู่ในรูปแบบไหนนั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคล การรับรู้เป็นกระบวนการเลือก (Selection) การจัดการ (Organize) และการแปล (Interpret) ข้อมูลที่เป็นปัจจัยนำเข้า ส่งผลต่อการรับรู้ของบุคคลแตกต่างกันไป อันเนื่องมาจากการรับรู้ที่แตกต่างกัน

5.3 การเรียนรู้ (Learning) ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม แสดงว่าไม่เกิดการเรียนรู้ ในทางตรงกันข้าม ถ้าเกิดพฤติกรรมก็แสดงว่าเกิดการเรียนรู้สามารถสร้างบุคคลให้บุคคลได้ โดยใช้แรงขับดัน (Drive) สิ่งกระตุ้น (Stimuli) การชี้แนะ (Cue) การตอบสนอง (Response) และการบังคับ (Reinforcement)

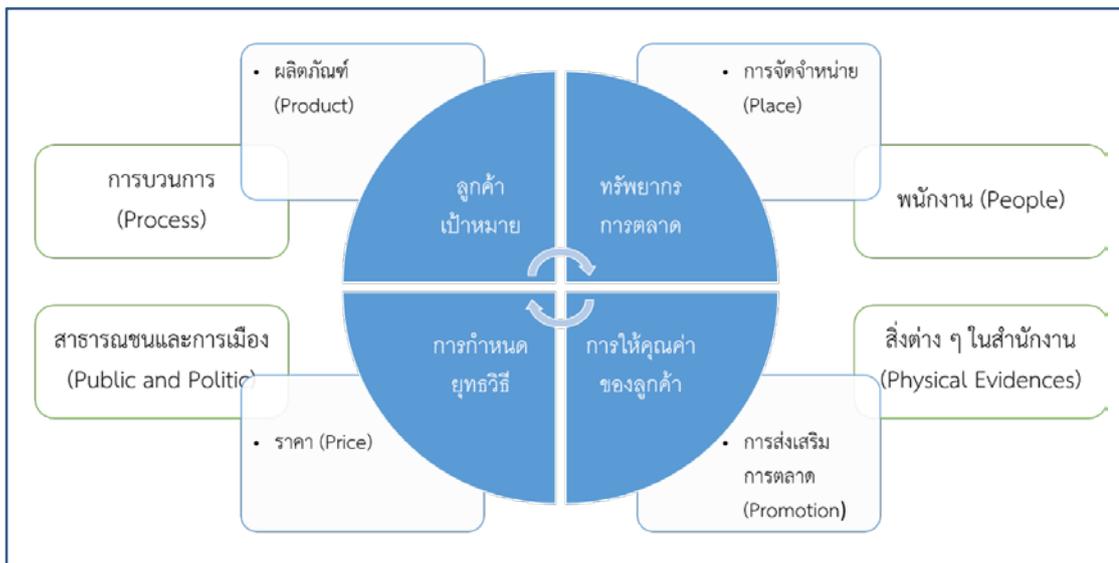
5.4 ความเชื่อและทัศนคติ (Belief and Attitude) มาจากการเรียนรู้ของบุคคลที่มีการปลูกฝังมาระยะเวลาหนึ่ง จากสภาพแวดล้อมและสังคมที่บุคคลรวมกันอยู่เป็นกลุ่มใหญ่ เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม และ ศาสนา ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค และความเชื่อและทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ยาก

นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานแอปพลิเคชันยังมีส่วนสัมพันธ์กับแนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด เพราะตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ เรียนรู้ และมีกิจกรรมการซื้อขายเกิดขึ้นในระบบ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกว่า 4P's แต่ถ้าหากเป็นธุรกิจบริการ จะมีส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นคือ พนักงาน (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งต่าง ๆ ภายในสำนักงาน (Physical Evidence) รวมเรียก 7P's แต่กระนั้นก็อาจจะไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากการประกอบธุรกิจในปัจจุบันต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับชุมชน สังคม และการเมืองทำให้ธุรกิจต้องให้คำนึงถึงอีก 2P's ได้แก่ สาธารณชน (Public) และการเมือง (Political) อย่างไรก็ตาม การตลาดไม่มีสูตรตายตัวเฉพาะที่จะกำหนดว่าส่วนประสมทางการตลาดมีเท่าใด แต่จะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ลูกค้ำ หรือลักษณะเฉพาะของธุรกิจแต่สิ่งนี้นักการตลาดควรให้ความสำคัญคือ ทฤษฎีทางการตลาด หรือทักษะความรู้และประสบการณ์ของนักการตลาดที่จะเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยลูกค้ำการสร้างคุณค่า เช่น ธุรกิจจำหน่ายดอกไม้ ถ้านักการตลาดสามารถค้นหาและทราบการให้คุณค่าของลูกค้ำและจุดมุ่งหมายของการส่งดอกไม้ นั้น นักการตลาดก็สามารถจัดบริการเสริม เช่น การบริการส่งเพื่อทำเซอร์ไพรส์ หรือแนะนำบริการเสริมอื่น ๆ เพิ่มเติมให้ลูกค้ำเลือกซื้อ เพื่อช่วยลูกค้ำสร้างคุณค่าได้ตามที่ต้องการ เป็นต้น โดยนักการตลาดต้องสามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้ำ และวางแผนด้านส่วนประสมการตลาด รวมทั้งการจัดสรรงบประมาณสำหรับส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม

เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยต้องจัดสรรในส่วนของสินค้าและบริการช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์โดยต้องมีการตัดสินใจและวางแผนในการจัดสรรให้กับแต่ละส่วนว่าจะเน้นหนักในส่วนใดที่จะเป็นตัวหลักในการจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า หรือกำหนดงบประมาณให้เท่ากันในทุกโปรแกรมโดยส่วนประสมทางการตลาดทุกตัวมีความสำคัญเท่ากัน จะขาดตัวใดตัวหนึ่งไม่ได้ เพียงแต่ว่าในสถานการณ์ที่แตกต่างกันนั้น ธุรกิจที่เลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดตัวใดตัวหนึ่งเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินการได้ แต่จะขาดการสนับสนุนจากส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ไม่ได้



ภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด
ที่มา: ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555, หน้า 20

ส่วนประสมทางการตลาดที่ธุรกิจต้องมีการกำหนด โดยเริ่มตั้งแต่การเชื่อมโยง การทำความเข้าใจกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และอาศัยทรัพยากรการตลาด นั่นคือ ทักษะและความสามารถของนักการตลาดในการทำความเข้าใจกับการให้คุณค่าของลูกค้า เพื่อนำมาจัดวางยุทธวิธีและส่วนประสมทางการตลาด ตั้งแต่การกำหนดแผนงานด้านสินค้าและบริการ ด้านคุณภาพ การออกแบบ รูปทรง การบรรจุหีบห่อ การผลิต และกระบวนการให้บริการ และส่วนที่สำคัญ คือ การจัดจำหน่าย ที่ต้องตัดสินใจว่าจะใช้คนกลางทางการตลาดแบบใด มีช่องทางการจัดจำหน่ายกี่ระดับ เช่น มีผู้ค้าส่ง หรือผู้ค้าปลีก เป็นต้น หลังจากนั้น ธุรกิจต้องทำการสื่อสารกับลูกค้าให้ทราบถึงลักษณะสินค้าและคุณประโยชน์ของสินค้าและบริการโดยใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่เรียกว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายตรง และการใช้พนักงานขาย เพื่อสร้างตราสินค้า รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ และสุดท้ายคือ การตั้งราคาว่าจะกำหนดราคาจากฐานของต้นทุนหรือตั้งราคาตามกำไรที่ต้องการหรือมีการใช้ราคาเป็นการจูงใจและกระตุ้นลูกค้า นอกจากนี้ นักการตลาดยังต้องนำความคิดเห็นสาธารณะและปัจจัยทางการเมืองมาพิจารณาในการกำหนดส่วนประสม

ทางการตลาดด้วย โดยรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาดมีดังนี้ (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555, หน้า 19 - 24)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ สินค้า (Goods) และบริการ (Service) ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งที่จับต้องได้ เช่น อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น และที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การบริการห้องพัก การเดินทาง สายการบิน เป็นต้น บางครั้งเป็นตัวบุคคล เช่น ดารา นักร้อง นักการเมือง หรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการตลาดสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกสิ่ง จึงทำให้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นเป็นตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Quality)

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการ โดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้ การกำหนดราคานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่ธุรกิจยังคงมีกำไร ลูกค้าก็สามารถซื้อได้

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวก สบายสูงสุด ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจ และที่ตั้งของลูกค้า โดยมีความเกี่ยวข้องกับงานของนักการตลาดในการออกแบบและพัฒนาระบบการจัดการช่องทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา และข้อมูลอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยการประสมประสานส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย โดยนักการตลาดจะเลือกใช้การส่งเสริมการตลาดในการแจ้งข่าว กระตุ้นใจ และการย้ำเตือนลูกค้า โดยมุ่งหวังให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือในบางครั้งต้องการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นในระยะสั้นด้วย

5. บุคลากร หรือพนักงาน (People) หมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนา และการฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและการปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ด้านทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า วิธีการเข้ามาทักทายหรือต้อนรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณทุกครั้งเมื่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมาใช้บริการ พนักงานนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในทรัพยากรการตลาดที่มีค่ายิ่งของธุรกิจ เนื่องจากในยุคปัจจุบัน การแข่งขันทางธุรกิจเกี่ยวข้องกับความเร็วและความมีประสิทธิภาพในการรับรู้จับทิศทางทำให้คุณค่าและความต้องการลูกค้าและตอบสนองได้อย่างดี อีกสาเหตุที่พนักงานเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ พนักงานเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรกหลังจากเข้ามาติดต่อในบริเวณสำนักงานหรือบริเวณที่ให้บริการ ดังนั้น ลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก ธุรกิจต้องมีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานให้มีบุคลิกภาพที่ดี

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนาน ๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยยึดแนวคิด One Stop Service ให้ลูกค้าอยู่ที่จุดเดียวคือบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์ และให้บริการลูกค้าตามแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าคือคนที่เรารัก” รวมทั้งการพัฒนามาตรฐานที่ให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

7. สิ่งต่าง ๆ ในสำนักงาน (Physical Evidence) หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน วางเฟอร์นิเจอร์ หรือการตกแต่งภายในสำนักงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและเหมาะสมกับคุณลักษณะของธุรกิจ การสร้างตราสินค้า หรือภาพลักษณ์ของธุรกิจไม่ได้อยู่ที่การสื่อสารการตลาดแค่เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงอาคารสำนักงานที่จะช่วยภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งของธุรกิจ โดยมุมมองนี้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของธุรกิจจากสิ่งเหล่านี้ และเกิดความมั่นใจในธุรกิจมากขึ้น โดยอุปกรณ์สำนักงานไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง เพียงแต่ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ

8. สาธารณชน (Public) หมายถึง กลุ่มประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ โดยธุรกิจต้องคำนึงถึงความยินดียุติของสาธารณชนและความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน สุขภาพของสาธารณชน รวมทั้งผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม หากธุรกิจใดละเลยหรือมองข้าม จะทำให้เกิดการต่อต้านจากสาธารณชน และอาจทำให้ลูกค้าโดยทั่วไปร่วมกันไม่ใช้สินค้าของธุรกิจ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อสาธารณชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งของทุกธุรกิจ เพื่อลดแรงต่อต้านจากสาธารณชนและเพิ่มการสนับสนุนของธุรกิจ

9. การเมือง (Political) หมายถึง การเมืองที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ แม้ว่าปัจจัยด้านการเมืองจะถูกกำหนดให้เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเมืองและกฎหมายด้วย เช่น กรณีการห้ามโฆษณาเกี่ยวกับสุรา เบียร์ หรือเครื่องดื่มชูกำลังที่ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องปรับกลยุทธ์ในการโฆษณาทันที เนื่องจากในช่วงเวลา 05.00 น. – 22.00 น. ทางรัฐบาลได้ออกกฎหมายห้ามโฆษณาในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นต้น

3. แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

การสื่อสารการเรียนรู้ การสื่อสาร หรือ การสื่อความหมาย (Communication) หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราว การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงออกของความคิดและความรู้สึก เพื่อการติดต่อสื่อสารข้อมูลซึ่งกันและกัน รูปแบบของการสื่อสาร แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ กล่าวคือ การสื่อสารทางเดียว (One - Way Communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถตอบสนองทันที (Immediate Response) กับ ผู้ส่ง แต่อาจจะมีผลป้อนกลับไปยังผู้ส่งในภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงเป็นการที่ผู้ส่งและผู้รับไม่

สามารถมีปฏิสัมพันธ์ ต่อกันได้ทันที การสื่อสารสองทาง (Two - Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันที โดยที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้การสื่อสารและการทำธุรกิจในยุคดิจิทัล อาศัยภาพเพื่อการสื่อสารประกอบข้อความเนื้อหาที่ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น เป็นสำคัญผู้เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องศึกษาเข้าใจ

1. การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อธุรกิจ หรือมัลติมีเดียมีองค์ประกอบหลักของหน้าจอ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านข้อความ องค์ประกอบด้านภาพและกราฟิก องค์ประกอบด้านเสียง และองค์ประกอบด้านการควบคุมจอภาพ

2. หลักการออกแบบจอภาพเพื่อการสื่อสาร

2.1 องค์ประกอบด้านข้อความ ข้อความ จัดเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญที่สุดในการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อธุรกิจ การออกแบบข้อความที่ดี ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงองค์ประกอบย่อยหลายด้าน เช่น รูปแบบตัวอักษร ขนาด ตัวอักษร ความหนาแน่นตัวอักษร สีของข้อความ และการจัดความสัมพันธ์ข้อความและภาพให้สอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพ และกราฟิกบนหน้าจอ รูปแบบและขนาดตัวอักษร มีงานวิจัยเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพบว่าผู้อ่านตัว อักษรตัวพิมพ์ภาษาไทยหรือภาษาต่าง ๆ ขนาด 80 ตัวอักษรต่อบรรทัดน้อยกว่า การอ่านตัวอักษรขนาดขนาด 40 ตัวอักษรต่อบรรทัด ในขณะที่ความเข้าใจจากการอ่านควรอยู่ระหว่าง 19 - 37 พอยต์ ในขณะที่ตัวหนังสือปกติมีขนาด 12 - 19 พอยต์ ส่วนรูปแบบของตัวอักษรควรใช้ตัวที่อ่านง่าย หากตัวอักษรที่ไม่ใช่ส่วนของเนื้อหาหลัก เช่น ตัวอักษร หัวเรื่องใหญ่ตัวอักษรประกอบการออกแบบ หรือตัวอักษรพิเศษอื่น ๆ ผู้ออกแบบอาจใช้ตัวอักษรรูปแบบและขนาดต่าง ๆ กันออกไป ได้ แต่ไม่ควรมีความหนาแน่นของตัวอักษรมากเกินไป ความหนาแน่นของ ตัวอักษร ส่วนใหญ่รวมถึงความหนาแน่นขององค์ประกอบอื่นบนจอภาพเข้าไปด้วย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานชอบจอภาพที่มีความหนาแน่นปานกลางหรือประมาณร้อยละ 40 ของพื้นที่หน้าจอมากที่สุด และจะเลือกจอภาพที่มีความหนาแน่นสูง หรือประมาณร้อยละ 50 ของพื้นที่หน้าจอ มากกว่าจอภาพที่มีความหนาแน่นต่ำ สีข้อความ เป็นองค์ประกอบหน้าจอ ที่ช่วยกระตุ้นความน่าสนใจ การใช้สีเป็นตัวกระตุ้นประสาทการรับรู้ที่สำคัญ การใช้สีที่เหมาะสมจะช่วยให้อ่านง่าย และสบายตา ผลงานวิจัยพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ชอบคู่อักษรสีขาว หรือเหลือง บนพื้นน้ำเงิน อักษรเขียวบนพื้นดำ และอักษรดำบนพื้นเหลือง หากใช้พื้นสีเทา คู่สีที่ผู้ใช้ชอบคือ สีฟ้า สีม่วง และสีดำ สีที่ชอบน้อยคือ ควรใช้พื้นหลังเป็นสีเข้มมากกว่าสีอ่อนเป็นพื้นหลัง ซึ่งระยะยาวจะช่วยลดความล้าของสายตา ในการอ่านจอภาพอันเนื่องมาจากความจ้าของสีพื้น การวางรูปแบบข้อความ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความบนจอภาพประการหนึ่งคือการวางรูปแบบข้อความ เทคนิคในการนำเสนอข้อความให้อ่านงาน สวยงาม น่าสนใจทำได้หลายวิธี ผู้ออกแบบสามารถนำเสนอข้อความที่เหมาะสมในแต่ละตอน หรือเสนอข้อความทั้งหมดในคราวเดียวกันก็ได้ โดยภาพรวม การออกแบบหน้าจอจะต้องมีความเหมาะสมและน่าอ่าน

2.2 หลักการออกแบบงานกราฟิกทั่วไป ที่ต้องคำนึงถึงรายละเอียดดังนี้

2.2.1 ความสมดุลของหน้าจอ ผู้ออกแบบจะต้องให้มีความสมบูรณ์แบบแบ่งครึ่งซ้ายขวาเท่ากัน หรือการจัดวางหรือองค์ประกอบที่ซ้ายขวาไม่เท่ากัน แต่ดูแล้วสมดุลกันก็ได้

2.2.2 ความเรียบง่าย เป็นสมบัติสำคัญของการออกแบบสื่อทุกประเภท ซึ่งออกแบบได้ไม่ยากแต่การออกแบบให้มีความเรียบง่ายและน่าสนใจด้วยนั้นทำได้ยากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกแบบข้อความ การออกแบบหน้าจอคอมพิวเตอร์จะมีองค์ประกอบของกราฟิกในรูปแบบต่าง ๆ กัน เกี่ยวข้องด้วย เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวาด และอื่น ๆ โดยยังมีข้อความประกอบหลัก “ความเรียบง่าย” หมายถึง การออกแบบหน้าจอสมาร์ตโฟนที่ผู้ออกแบบได้จัดผสมผสานองค์ประกอบร่วมต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานและสมาร์ตโฟน อย่างมีระบบ อ่านง่าย เข้าใจง่าย และผู้เรียนได้รับความรู้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.3 องค์ประกอบด้านภาพและกราฟิก ลักษณะ ของภาพและกราฟิกที่ใช้ประกอบธุรกิจ สามารถศึกษาและอธิบายได้ในภาพรวม หรืออาจแยกอธิบายตามเฉพาะของภาพแต่ละประเภทได้ Dwyer (กรมวิชากร, 2544, หน้า 59) ได้ศึกษาการรับรู้ภาพของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก และมีข้อสรุปเกี่ยวกับการรับรู้จากภาพต่าง ๆ ซึ่งมีความเหมือนจริงต่างกันทั้งภาพสีและขาว - ดำ พบว่าภาพสีเหมือนจริงให้การรับรู้ได้ดีที่สุดในขณะที่ภาพขาว - ดำเหมือนจริง ให้ประสิทธิภาพสูงสุดในกลุ่มขาว - ดำ ด้วยกัน ส่วนในกลุ่มภาพสี ภาพสีเหมือนจริงยังให้ประสิทธิภาพต่อการเรียนรู้เช่นกัน ดังนั้นการเลือกภาพประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์จึงสำคัญต่อผู้ใช้งานอย่างยิ่งด้วยการพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีโทรคมนาคม การใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น แม้จะเป็นการสื่อสารและการทำธุรกรรมผ่านเครือข่ายใด ๆ ก็ตาม

2.3 หลักการออกแบบ การออกแบบมีหลักการพื้นฐาน โดยอาศัยส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ คือ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความสวยงาม โดยมีหลักการ ดังนี้

2.3.1 ความเป็นหน่วย (Unity) ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน เป็นกลุ่มก้อน หรือมีความ สัมพันธ์กัน ทั้งหมดของงานนั้น ๆ และพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับ ในส่วนย่อย ๆ ก็คงต้องถือหลักนี้เช่นกัน

2.3.2 ความสมดุลหรือความถ่วง (Balancing) เป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะที่จะต้องดูความสมดุลของงาน ความรู้สึกทางสมดุลของงานนี้เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในส่วนของความคิดในเรื่องของความงามในสิ่งนั้น ๆ มีหลักความสมดุลอยู่ 3 ประการ ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing) คือมีลักษณะเป็นซ้าย - ขวา บน - ล่าง เป็นต้น ความสมดุลในลักษณะนี้ดูและเข้าใจง่าย ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Non-symmetry Balancing) คือ มีลักษณะสมดุลกันในตัวเองไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ในด้านความรู้สึกแล้วเกิดความสมดุลกันในตัว ลักษณะการสมดุลแบบนี้ผู้ออกแบบจะต้องมีการประลองดูให้แน่ใจในความรู้สึกของผู้พบเห็นด้วย ซึ่งเป็นความสมดุลที่เกิดในลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) ด้วยแสง - เงา (Shade) หรือด้วยสี (Colour) จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) การออกแบบที่เป็นวัตถุสิ่งของและจะต้องใช้ งานการทรงตัวจำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วง ได้แก่ การไม่โยกเอียง หรือให้ความรู้สึกไม่มั่นคงแข็งแรง ดังนั้นสิ่งใดที่ต้องการจุดศูนย์ถ่วงแล้ว ผู้ออกแบบจะต้องระมัดระวังในสิ่งนี้ให้มาก เช่น แก้วจะต้องตั้งตรง ยึดมันทั้งสี่ขาเท่า ๆ กัน การทรงตัวของคน ถ้ายืน 2 ขา ก็จะต้องมีน้ำหนักลงที่เท้า ทั้ง 2 ข้างเท่ากัน ถ้ายืนเอียงหรือพิงฝา น้ำหนักตัวก็จะลงเท้าข้างหนึ่ง และ ส่วนหนึ่งจะลงที่หลังพิงฝา

รูปปั้นคนในท่าวิ่งจุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ที่ใด ผู้ออกแบบจะต้องรู้และวางรูปได้ถูกต้อง เรื่องของจุดศูนย์ถ่วงจึงหมายถึงการทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

2.3.3 ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) ในเรื่องของศิลปะนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณากันหลายขั้นตอน เพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กัน อันได้แก่ การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest) งานด้านศิลปะผู้ออกแบบจะต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น โดยมีข้อบอกล่าว เป็นความรู้สึกที่เกื้อหนุนเองจากตัวของศิลปกรรมนั้น ๆ ความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน จุดสำคัญรอง (Subordinate) คงคล้ายกับจุดเน้นนั่นเอง แต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ ซึ่งอาจจะเป็นรองส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหล่นทางผลงานที่แสดง ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย จังหวะ (Rhythm) โดยทั่วไปสิ่งที่สัมพันธ์กันในสิ่งนั้น ๆ ย่อมมีจังหวะ ระยะเวลาหรือความถี่ห่างในตัวมันเองก็ดี หรือสิ่งแวดล้อม ที่สัมพันธ์ อยู่ก็จะเป็นเส้น สี เงาม หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง แสงไฟ ลวดลาย ที่มีความสัมพันธ์กัน ในที่นั้น เป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือผู้ออกแบบจะรู้สึกในความงามนั่นเอง ความต่างกัน (Contrast) เป็นความรู้สึกที่เกื้อหนุนเพื่อช่วยให้มีการเคลื่อนไหวไม่ซ้ำซากเกินไป หรือเกิดความเบื่อหน่าย จำเจ ในการ ตกแต่ง ก็เช่นกันผู้ออกแบบจะหาทางให้เกิดความรู้สึกขัดกันต่างกัน เช่น แก้วอ้อชุดสมัยใหม่ แต่ขณะเดียวกันก็มีแก้วอ้อสมัยรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย 1 ตัว เช่นนี้ผู้พบเห็นจะเกิดความรู้สึกแตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้สึก ไม่ซ้ำซาก รสชาติแตกต่างออกไป ความกลมกลืน (Harmonies) ความกลมกลืนในที่นี้หมายถึงพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมดแม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกัน การใช้สีที่ตัดกัน หรือ การใช้ผิว ใช้เส้นที่ขัดกัน ความรู้สึกส่วนน้อยนี้ไม่ทำให้ส่วนรวมเสียก็ถือว่าเกิดความกลมกลืนกันในส่วนรวม ความกลมกลืนในส่วนรวมนี้ถ้าจะแยกก็ได้แก่ความเน้นไปในส่วนมูลฐานทางศิลปะอันได้แก่ เส้น แสง - เงาม รูปทรง ขนาด ผิว สี นั่นเอง

การออกแบบยุคปัจจุบัน ในยุคก่อนจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์นำออกแบบใช้วิธีการนำดินสอ ปากกามา ชีด ๆ เขียน ๆ ลงบนกระดาษ เป็นการร่างแบบ ก่อนจะลงมือสร้างสรรค์ผลงานจริงอีกครั้ง ซึ่งต้องใช้เวลามาก ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน ใช้วัสดุอุปกรณ์ประกอบจำนวนมากกว่าจะได้ผลงาน แต่ละชั้น มาถึงยุคโลกไร้พรมแดน มีคอมพิวเตอร์มาช่วยอำนวยความสะดวก ย่นระยะเวลาการทำงาน ไม่ต้องใช้วัสดุอุปกรณ์จำนวนมากเหมือนยุคก่อน และใช้เวลาในการผลิตผลงานแต่ละชิ้นน้อยลง โดยอาศัยโปรแกรมกราฟิกต่าง ๆ ซึ่งมีอยู่หลากหลาย เช่น โปรแกรม Adobe Illustrator โปรแกรม Adobe Photoshop โปรแกรม Macromedia Freehand โปรแกรม Corel Draw เป็นต้น โปรแกรมกราฟิกที่ใช้กันส่วนใหญ่ ได้แก่ โปรแกรม Illustrator และโปรแกรม Photoshop นอกจากนั้นอาจจะใช้โปรแกรมออกแบบเว็บอื่นมาเสริม เช่น โปรแกรม Macromedia Dreamweaver โปรแกรม Netobject Fusion เป็นต้น จึงทำให้สามารถผลิตผลงานได้เร็วขึ้น ดีขึ้น และน่าสนใจมากกว่าเดิม โดยการนำแนวคิดในการออกแบบสื่อมัลติมีเดียไปบูรณาการกับแนวคิดการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้ได้งานออกมามีตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานและธุรกิจ

4. แนวคิดการพัฒนาแอปพลิเคชัน

การพัฒนาโปรแกรม ที่ใช้บนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุน ให้ผู้ใช้โทรศัพท์ได้ใช้อย่างยิ่งยั้ง โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือสมาร์ทโฟน ก็มีหลายระบบปฏิบัติการ ที่พัฒนาออกมาให้ผู้ใช้งาน ส่วนที่มีคนใช้และเป็นที่ยอมรับมากที่สุดคือ iOS และ Android จึงทำให้เกิดการเขียนหรือพัฒนา Application ลงบนสมาร์ทโฟนเป็นอย่างมาก เช่น แอปที่ เกม โปรแกรมสนทนา การสื่อสารแลกเปลี่ยน การนำเสนอภาพ และหลายธุรกิจก็เข้าไปเน้นในการพัฒนา Mobile Application เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้น ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า Mobile Application เป็นการพัฒนาโปรแกรมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้เข้าถึงการใช้งานแอปพลิเคชันที่ต้องการใช้งานได้

1. ประเภทของแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชัน นั้นคือ ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยในการทำงานของผู้ใช้งาน ดังนั้น แอปพลิเคชันจะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface : UI) ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของแอปพลิเคชันออกตามสภาพแวดล้อมการทำงาน (Platform) ได้ดังนี้ (1) Desktop Application คือแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรม Microsoft office โปรแกรม Windows Media Player โปรแกรม Paint เป็นต้น (2) Mobile Application คือแอปพลิเคชัน ที่ทำงานบน Mobile Device หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน เช่น IM+ เป็นต้น (3) Web Application คือแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเว็บ เช่น โปรแกรม Gmail โปรแกรม Hotmail และโปรแกรม Google+ เป็นต้น โดย เว็บแอปพลิเคชัน อาจแบ่งออกได้อีกเป็น (4) Internet Application โดยอินเทอร์เน็ต หมายถึง การใช้งานเฉพาะภายในองค์กร ซึ่งตรงข้ามกับ Internet ที่เป็น World Wide Web นั้นเอง

2. ขั้นตอนการพัฒนาแอปพลิเคชัน

ธีรวัฒน์ ประกอบผล และเอกพันธ์ คำปัญญา (2555, หน้า 41 - 44) ได้กล่าวไว้ว่าการกำหนดระยะเวลาในวงจรการพัฒนาแอปพลิเคชันมีอยู่หลายแบบ และในการดำเนินโครงการพัฒนาที่ไม่ได้มีลำดับก่อนหลังตามแผนเสียเลยทีเดียว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการทำงานที่เกิดขึ้นจริง การพัฒนาแอปพลิเคชันที่เป็นการพัฒนาโปรแกรมขนาดเล็กอาจแบ่งเป็นเพียง 3 ขั้นตอนพื้นฐาน คือ วิเคราะห์ความต้องการออกแบบโปรแกรม และการนำไปใช้งานหรือการเขียนโปรแกรมขึ้นมาใช้งาน แต่สำหรับโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องจัดทำแผนพัฒนานั้น จะแบ่งระยะการพัฒนาเพิ่มเป็น 5 หรือ 7 ระยะ ตามลักษณะโครงการและการทำงานของผู้พัฒนา ในแต่ละระยะการพัฒนานั้นสามารถย้อนกลับมาขั้นตอนเดิมได้เสมอ หรืออาจย้อนมาเริ่มตั้งแต่ระยะเริ่มต้น เพราะการพบปัญหาที่แท้จริงจะมาพร้อมกับการเริ่มต้นการทำงานจริงในแต่ละระยะทำงาน หรือบางครั้งอาจพบเมื่อเริ่มต้นใช้งานระบบจริงแล้ว อย่างไรก็ตาม การกำหนดวงจรอาจมีลักษณะที่ต่างออกไปจากนี้ ขึ้นกับมุมมองการบริหารงานหรือสภาพที่เกิดขึ้นจริงขณะพัฒนาแอปพลิเคชัน

2.1 ระยะวางแผนโครงการ วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือ การกำหนดข้อสรุปความจำเป็นและแนวทางสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน ดังนั้นงานในระยะนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดปัญหา (Problem Definition) โดยทำความเข้าใจกับปัญหาพร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา

จากนั้นจึงศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จากนั้นจึงกำหนดทางเลือกที่เหมาะสมพร้อมกำหนดแผนสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน ในแผนนี้จะประกอบไปด้วย เป้าหมายของการดำเนินโครงการ ขอบเขตของโครงการ แนวทางการแก้ปัญหาที่เลือก และทรัพยากรที่ต้องใช้สำหรับพัฒนาโครงการระยะนี้เป็นช่วงสั้นเมื่อเทียบกับระยะอื่น ๆ ในวงจรการพัฒนาแอปพลิเคชัน แต่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นจุดที่ต้องตัดสินใจว่าต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป ซึ่งเป็นผลต่อการเตรียมการต่าง ๆ สำหรับการพัฒนา

2.2 ระยะเวลาวิเคราะห์ วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือการศึกษาคำถามความเข้าใจกับระบบงานปัจจุบันอย่างละเอียด เพื่อกำหนดแนวทางสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชัน งานในระยะนี้จึงเป็นการรวบรวมความต้องการเป็นหลัก (Requirement Gathering) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้านความต้องการจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและนำมาวิเคราะห์จนได้ข้อสรุปที่เป็นความต้องการที่แท้จริงชัดเจน พร้อมเสนอแนวทางสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันออกมาเป็นแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน

2.3 ระยะเวลาการออกแบบแอปพลิเคชัน วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือการออกแบบแอปพลิเคชันขึ้นมา โดยทั่วไปเป็นการกำหนดองค์ประกอบและกระบวนการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันที่สอดคล้องกับความต้องการที่ได้วิเคราะห์มาแล้ว ให้ความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการทำงานของแอปพลิเคชัน และอยู่ในขอบเขตที่กำหนด เช่น การออกแบบส่วนประสานงานกับผู้ใช้ หรือ User Interface เป็นต้น

2.4 ระยะเวลานำแอปพลิเคชันไปใช้ วัตถุประสงค์คือ การทำให้แอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเกิดขึ้นจริง โดยการสร้างขึ้นมาทดสอบการทำงาน และนำไปติดตั้งใช้งาน และประเมินผลว่าระบบนั้นตรงกับความต้องการที่แท้จริง สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือไม่ งานหลักในระยะนี้จึงเป็นการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาใช้งานตามกระบวนการที่ออกแบบไว้ มีการฝึกอบรมผู้ที่เกี่ยวข้องให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้

2.5 ระยะเวลาบำรุงรักษาแอปพลิเคชัน วัตถุประสงค์ของระยะนี้คือ กระทบทำให้ระบบสามารถใช้งานได้ยาวนาน สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคต งานในระยะนี้ส่วนใหญ่จึงเป็นการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อมีการใช้งานระบบแล้ว การเพิ่มเติมความสามารถใหม่ ๆ เข้าไป การแก้ไขข้อผิดพลาดที่ค้นพบ และการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ประกอบขึ้นด้วยคำสองคำ ได้แก่ Mobile กับ Application ซึ่งมีความหมายดังนี้ โมบาย คือ อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพาซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐานของโทรศัพท์แล้วยังทำงานได้เหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่พกพาได้จึงมีคุณสมบัติเด่นคือขนาดเล็ก น้ำหนักเบาใช้พลังงานค่อนข้างน้อย สำหรับแอปพลิเคชันหมายถึงซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User) โดยแอปพลิเคชันจะต้องมีสิ่งทีเรียกว่า ส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้ (UserInterface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางใช้งานต่าง ๆ ดังนั้น Mobile Application หมายถึงแอปพลิเคชันที่ช่วยการทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่มีแอปพลิเคชันที่ช่วยการทำงานของระบบปฏิบัติการ (Operating System: OS) ที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างของระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้แก่ Symbian ที่ใช้กันอยู่ในสมาร์ต

โฟนหลายค่ายได้แก่ โนเกีย Windows Mobile ของค่าย Microsoft Blackberry ของค่าย RIM (Research in Motion) Web ของค่าย Palm iOS ของค่าย Apple และ Android ของค่าย Google

1. ระบบปฏิบัติการ Android

Android เป็นชื่อเรียกชุดซอฟต์แวร์ หรือแพลตฟอร์ม (Platform) สำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีหน่วยประมวลผลเป็นส่วนประกอบ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ (Telephone) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cell phone) อุปกรณ์เล่นอินเทอร์เน็ตขนาดพกพา (MID) เป็นต้น แอนดรอยด์นั้นถือกำเนิดอย่างเป็นทางการในวันที่ 5 พฤศจิกายน 2550 โดยบริษัท กูเกิล จุดประสงค์ของแอนดรอยด์นั้นมีจุดเริ่มต้นมาจากบริษัท Android Inc. ที่ได้นำระบบปฏิบัติการลินุกซ์ (Linux) ซึ่งนิยมนำไปใช้งานกับเครื่องแม่ข่าย (Server) เป็นหลัก นำมาลดทอนขนาดตัว (แต่ไม่ลดทอนความสามารถ) เพื่อให้เหมาะสมแก่การนำไปติดตั้งบนอุปกรณ์พกพา ที่มีขนาดพื้นที่จัดเก็บข้อมูลที่จำกัด โดยคาดว่า แอนดรอยด์ นั้นจะเป็นหุ่นยนต์ตัวน้อย ๆ ที่คอยช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่พกพามัน ไปในทุกที่ทุกเวลา Android เป็นการนำระบบปฏิบัติการลินุกซ์ (Linux) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้เป็นเครื่อง Server มาพัฒนาให้มีขนาดเล็กลงแต่ความสามารถไม่ลดลง หรือเป็นชุดของซอฟต์แวร์ หรือแพลตฟอร์ม สำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีหน่วยความจำประมวลผลเป็นส่วนประกอบ จัดตั้งขึ้นโดยบริษัท กูเกิล

ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ Android เริ่มต้นพัฒนาโดยบริษัท Android Inc. และต่อมาได้ขายลิขสิทธิ์ Android ให้กับ Google ซึ่งในขณะนั้นเข้าใจว่าเป็นเพียงระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เท่านั้นต่อมาในปี ค.ศ. 2007 ก็เกิดปรากฏการณ์ของ Android ขึ้นอีกครั้ง ซึ่งในครั้งนั้นได้มีการเปิดเผยถึงระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะ Open Platform ที่ผู้ใช้งานสามารถพัฒนาซอฟต์แวร์ขึ้นมาใช้งานเองได้จากกลุ่มบริษัทพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ บริษัทที่เรียกว่า Open Handset Alliance ซึ่งทำให้ทั่วโลกจับตากับการเคลื่อนไหวของ Android มากขึ้น

แอนดรอยด์เป็นระบบปฏิบัติการสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ซึ่งประกอบไปด้วยระบบปฏิบัติการ (Operating System) มิดเดิลแวร์ (Middleware) และโปรแกรมประยุกต์หลัก (Key Application) โดย Android มีพื้นฐานอยู่บนระบบปฏิบัติการลินุกซ์ (Linux) ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ในฐานะ Open Source ที่นำมาจำหน่ายหรือแจกฟรีในลักษณะเป็นแพ็คเกจ โดยผู้จัดทำซอฟต์แวร์จะรวมซอฟต์แวร์สำหรับใช้งานในด้านอื่น ๆ เป็นชุดเข้าด้วยกันส่วนในการพัฒนาซอฟต์แวร์บนแอนดรอยด์นั้น จะใช้ภาษาจาวา (JAVA) ในกระบวนระบบงานต่าง ๆ โดยภาษา JAVA เป็นภาษาโปรแกรมเชิงวัตถุ (Object Oriented Programming Language หรือ OOP) ซึ่งข้อดีของภาษา JAVA คือ การไม่ขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มทำให้ภาษา JAVA มีอิสระในการใช้งานสูง นอกจากลักษณะต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น แอนดรอยด์ยังมีลักษณะเป็นซอฟต์แวร์ Open Source เหมือนกับ Linux ซึ่งส่งเป็นผลดีที่ทำให้แอนดรอยด์ได้รับความนิยมอย่างสูง และยังมีกรรมร่วมกันของกลุ่มบริษัทพัฒนาอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อสนับสนุนแอนดรอยด์อีกด้วย ทำให้แอนดรอยด์ หรือ Google Android เป็นระบบปฏิบัติการได้รับความนิยมสูงสุด และมีการพัฒนา Smartphone และ Tablet ออกมารองรับเป็นจำนวนมาก เช่น เครื่อง HTC เครื่อง LG เครื่อง Motorola เครื่อง Samsung และเครื่อง Sony Ericsson เป็นต้น และเนื่องจากแอนดรอยด์เป็น Open Source ทำให้มีการพัฒนาและสร้าง Android ในฉบับของตนเองขึ้นซึ่งสามารถแบ่งแอนดรอยด์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภท

Android Open Source Project (AOSP) ประเภท Open Handset Mobile (OHM) และประเภท Cooking หรือ Customize ดังนี้

1. Android Open Source Project (AOSP) เป็นแอนดรอยด์ประเภทแรกที่ Google เปิดให้สามารถ “ต้นฉบับแบบเปิด” ไปติดตั้งใช้งานในอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

2. Open Handset Mobile (OHM) เป็นแอนดรอยด์ที่ได้รับการพัฒนาร่วมกับกลุ่มบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ที่ร่วมกับ Google ในนาม Open Handset Alliances (OHA) ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะพัฒนาแอนดรอยด์ในแบบฉบับของตนเองออกมา พร้อมได้รับสิทธิในการมีบริการเสริมต่าง ๆ จาก Google ที่เรียกว่า Google Mobile Service (GMS) ซึ่งเป็นบริการเสริมที่ทำให้แอนดรอยด์มีประสิทธิภาพ แต่การจะได้มาซึ่ง GMS นั้น ผู้ผลิตอุปกรณ์จะต้องทำการทดสอบระบบ และขออนุญาตทาง Google ก่อน

3. Cooking หรือ Customize เป็นแอนดรอยด์ที่นักพัฒนานำรหัสต้นฉบับจากแหล่งที่หลากหลายมาปรับแต่งในฉบับของตนเอง โดนจะทำการปลด Lock สิทธิการใช้งานอุปกรณ์

นอกจากเป็นซอฟต์แวร์ระบบเปิดแล้ว แอนดรอยด์ยังมีลูกเล่นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสั่งจากเสียง (Voice Control) การจัดการอัลบั้มรูปภาพในลักษณะเลื่อนซ้อน การเข้าถึงบัญชีรายชื่อ โทรศัพท์อย่างรวดเร็วและหลายรูปแบบ การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ รองรับระบบการติดต่อสื่อสารแบบ SMS โปรแกรม e-Mail โปรแกรม Facebook โปรแกรม Google Maps โปรแกรม Google Search Engine และโปรแกรม GPS และยังมีแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ที่มีผู้คนทั่วโลกร่วมกันคิดค้นอีกจำนวนมาก ซึ่งผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลด Android Market แล้วกดส่งไปที่สมาร์ทโฟนได้ทันที โดยการพัฒนาเวอร์ชันของแอนดรอยด์

การแบ่งส่วนประกอบออกเป็นส่วนใหญ่ในโครงสร้างของระบบแอนดรอยด์ที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน โดยส่วนบนสุดจะเป็นส่วนที่ผู้ใช้งานทำการติดต่อ โดยตรงซึ่งก็คือส่วนของแอปพลิเคชัน จากนั้นก็จะลำดับลงมาเป็นองค์ประกอบอื่นตามลำดับ และสุดท้ายจะเป็นส่วนที่ติดต่อกับอุปกรณ์โดยผ่านทาง Linux Kernel โครงสร้างของแอนดรอยด์ อธิบายแต่ละส่วนได้ดังนี้

1. Applications เป็นส่วนของโปรแกรมที่มีมากับระบบปฏิบัติการ หรือเป็นกลุ่มของโปรแกรมที่ผู้ใช้งานได้ทำการติดตั้งไว้ โดยผู้ใช้งานสามารถเรียกใช้โปรแกรมต่าง ๆ ได้โดยตรง ซึ่งการทำงานของแต่ละโปรแกรมจะเป็นไปตามที่ผู้พัฒนาโปรแกรมได้ออกแบบและเขียนโค้ดโปรแกรมไว้

2. Application Framework เป็นส่วนที่มีการพัฒนาขึ้น เพื่อให้ นักพัฒนาสามารถพัฒนาโปรแกรมได้สะดวก และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยนักพัฒนาไม่จำเป็นต้องพัฒนาในส่วนที่มีความยุ่งยากมาก ๆ

3. Libraries เป็นส่วนของชุดคำสั่งที่พัฒนาด้วย C/C++ โดยแบ่งชุดคำสั่งออกเป็นกลุ่มตามวัตถุประสงค์ของการทำงาน

4. Android Runtime จะมี Dalvik Virtual Machine ซึ่งการทำงานของ Dalvik Virtual Machine จะทำการแปลงไฟล์ที่ต้องการทำงานให้เป็นไฟล์ .DEX ก่อนเพื่อให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเมื่อใช้งานกับหน่วยประมวลผลกลางที่มีความเร็วไม่มาก ส่วนต่อมาเป็น Core Libraries ที่เป็นส่วนรวบรวมคำสั่งและชุดคำสั่งสำคัญ โดยเขียนด้วยภาษาจาวา (Java Language)

5. Linux Kernel เป็นส่วนที่ทำหน้าที่สำคัญ ในจัดการกับบริการหลักของระบบปฏิบัติการ เช่น เรื่องหน่วยความจำ พลังงาน ติดต่อกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ความปลอดภัย เครือข่าย โดยแอนดรอยด์ ได้นำส่วนนี้มาจากระบบปฏิบัติการลินุกซ์ รุ่น 2.6 (Linux 2.6. Kernel) ซึ่งได้มีการออกแบบมาเป็นอย่างดี

2. ฐานข้อมูล SQLite

ฐานข้อมูล SQLite เป็น Database ขนาดเล็กที่ได้รับความนิยมอย่างมากกับ Application ที่ทำงานบน Smart Phone ประเภทต่าง ๆ รูปแบบการทำงานของ SQLite เป็นแบบ Standalone ทำงานอยู่ใน Application นั้น ๆ SQLite มีโครงสร้างง่ายต่อการจัดเก็บและนำไปใช้และไฟล์ที่จัดเก็บนั้นก็มีความเล็กมากเกือบเท่ากับการเก็บข้อมูลจริงเพราะฉะนั้น SQLite Database จึงเหมาะสมกับแอปพลิเคชันที่ทำงานบนสมาร์ตโฟนอย่างยิ่งโดยเฉพาะอันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้าน ฮาร์ดแวร์และหน่วยความจำรวมทั้งความสามารถในการประมวลผลข้อมูลต่าง ๆ ในสมาร์ตโฟนย่อมน้อยกว่า PC Desktop เป็นธรรมดา

ฐานข้อมูล SQLite เป็นฐานข้อมูลขนาดเล็กที่นิยมใช้กับแอปพลิเคชันที่ใช้บนสมาร์ตโฟน ที่มีโครงสร้างง่ายต่อการนำไปใช้และการจัดเก็บ มีการจัดเก็บไฟล์ที่เล็กมากเกือบเท่าข้อมูลจริงเพราะฉะนั้น SQLite Database จึงเป็นฐานข้อมูลที่เหมาะสมที่สุดที่จะใช้กับสมาร์ตโฟน

3. โปรแกรม Java

องค์ประกอบหลัก แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

3.1 Java Virtual Machine (JVM) เป็นส่วนที่ทำหน้าที่เป็นตัวอินเทอร์พรีเตอร์ (interpreter) เป็นส่วนที่ทำหน้าที่เป็นตัวอินเทอร์พรีเตอร์ (interpreter) คือ จะทำการแปลจาวาไบต์โค้ด ให้เป็นภาษาที่เครื่องเข้าใจจาวาไบต์โค้ดสามารถรันได้หลายแพลตฟอร์ม ถ้าแพลตฟอร์มนั้นไม่มี JVM

3.2 Java Runtime Environment (JRE) เป็นส่วนที่ใช้ในการรันโปรแกรมภาษาจาวา เป็นส่วนที่ใช้ในการรันโปรแกรม โดยจะทำงาน 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 โหลดไบต์โค้ดโดยใช้ Class loader คือการโหลดคลาสทุกคลาสที่เกี่ยวข้องในการรันโปรแกรม

3.2.2 ตรวจสอบไบต์โค้ดโดยใช้ Byte code Verifier คือการตรวจสอบว่าโปรแกรมจะต้องไม่มีคำสั่งที่ทำให้เกิดความผิดพลาดกับระบบ เช่น การแปลงข้อมูลที่ผิดพลาด หรือมีการแทรกแซงเข้าสู่ระบบภายใน เป็นต้น

3.2.3. รันไบต์โค้ด โดยใช้ Runtime Interpreter

3.3 Java 2 Software Developer Kit (J2SDK) เป็นชุดพัฒนาโปรแกรมภาษาจาวา ประกอบไปด้วยโปรแกรมต่าง ๆ แต่ไม่มีโปรแกรม Editor รวมอยู่ด้วย เช่น โปรแกรมคอมไพเลอร์ (javac.exe) และโปรแกรมอินเทอร์พรีเตอร์ (java.exe)

4. โปรแกรม Eclipse

Eclipse เป็นโปรแกรมที่ใช้พัฒนาภาษา Java ที่เป็นซอฟต์แวร์แบบ Open Source ที่พัฒนามาจากนักพัฒนาเอง จึงทำให้พัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว Eclipse มีองค์ประกอบหลักที่เรียกว่า Eclipse Platform ซึ่งให้บริการพื้นฐานหลักสำหรับรวบรวมเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้สามารถ

ใช้งานในสภาพแวดล้อมเดียวกัน และยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานให้มากขึ้น เมื่อต้องการเพิ่มเพียงแค่ต้องเพิ่ม Plug-in สำหรับงานนั้น ๆ ขึ้นมาแล้วนำไปติดตั้งเพิ่มให้กับ Eclipse เท่านั้น และ Eclipse ยังมีข้อดี เช่น ติดตั้งง่าย ใช้งานได้กับ J2SDK ทุกเวอร์ชัน รองรับภาษาต่างประเทศได้หลายภาษา อีกทั้ง มีปลั๊กอินที่ใช้เสริมประสิทธิภาพของโปรแกรมได้เป็นอย่างดี

เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบพกพา (Wireless communication through portable devices) ได้แก่ สมาร์ทโฟน และสมาร์ตแท็บเล็ต มีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว และได้รับความนิยมมาก เพราะเป็นการสื่อสารแบบจอสัมผัส (Touch-screen media) ทำให้พกพาสะดวก ใช้งานง่าย ผู้ใช้ไม่ต้องแบกน้ำหนักของเครื่องมือสื่อสารเหมือนเดิม เมื่อมีเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายความเร็วสูงรองรับก็ยิ่งทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา และในหลาย ๆ โอกาสมากยิ่งขึ้น

ประเภทของโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile application) ที่มีจำนวนมากบนสมาร์ตโฟน และสมาร์ตแท็บเล็ต ยิ่งทำให้ผู้ใช้สามารถทำการสื่อสารไร้สายรูปแบบต่างๆ ได้คล่องตัวยิ่งขึ้น เช่น ผู้ใช้สามารถส่งอีเมล ค้นหาสถานที่ ถ่ายภาพ เล่นเกม ดูดวง ตรวจสอบการจราจร และพูดคุยในเครือข่ายสังคมออนไลน์ สลับกลับไปมาได้อย่างรวดเร็ว ปรากฏการณ์การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบพกพาเหล่านี้เป็นที่มาของการวิจัยถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตโดยการออกแบบและพัฒนาต้องศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการพักผ่อน หรือพักค้างแรม

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว

การดำเนินธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในกระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการหรือที่เรียกว่า Electronic Commerce หรือ e-Commerce มีอัตราการเจริญเติบโตสูงได้รับความสนใจและสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ขณะเดียวกันนวัตกรรมเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และบริการมาเสนอซื้อขายบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่า Electronic Tourism หรือ e-Tourism การเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2554 – 2556 พบว่า มูลค่ายอดขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจด้วยกัน (Business to Business (B2B) e-Commerce) เพิ่มขึ้นจาก 217,458 ล้านบาทในปี 2553 เป็น 282,946 ล้านบาทในปี 2555 ในขณะที่มูลค่ายอดขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer (B2C) e-commerce) ได้เพิ่มขึ้นจาก 67,783 ล้านบาทในปี 2553 เป็น 121,392 ล้านบาท ในปี 2555 และจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตพบว่า ความนิยมในการช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคชาวไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 31 ในปี 2549 เป็นร้อยละ 64 ในปี 2555 นอกจากนี้จะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคแล้ว ด้านผู้ประกอบการเองก็เริ่มให้ความสนใจในการทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น ข้อมูลจากการตรวจสอบสถานะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในปี 2554 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติแสดงให้เห็นว่า มูลค่าของธุรกรรมเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 427,460 ล้านบาทในปี 2551 เป็น

608,587 ล้านบาทในปี 2554 นอกจากนี้จากการสำรวจในปี 2556 พบว่า ส่วนมาก (ร้อยละ 66.8) ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และเป็นแบบ B2C หรือธุรกรรมระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า (ร้อยละ 79.7) และยังพบว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 24.0 อยู่ในกลุ่มท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยว โรงแรมและรีสอร์ท โดยแบ่งออกเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กร้อยละ 66.8 และผู้ประกอบการขนาดกลางร้อยละ 26.6 (NSO, 2014)

คำจำกัดความของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) มีผู้ให้ความหมายที่แตกต่างกันกันไป ดังต่อไปนี้

Turban, King, Lee, Long, & Turban (2012, p. 4) กล่าวถึง ความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce อย่างกว้าง กล่าวคือ "กระบวนการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า บริการหรือข้อมูลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยส่วนใหญ่ ผ่านอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต" จากนิยามนี้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่เพียงแค่การซื้อขายเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการให้บริการลูกค้า ความร่วมมือระหว่างพันธมิตรธุรกิจ การเรียนรู้ผ่านออนไลน์และธุรกรรมต่าง ๆ ที่ผ่านทางออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกองค์กร

Landon, Kenneth, & Trever (2007, p. 10) กล่าวถึงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างแคบ กล่าวคือให้ความหมายเฉพาะธุรกรรมที่เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนสิ่งมีค่า เช่น เงิน ระหว่างองค์กรหรือบุคคลเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการเท่านั้น ส่วนกรณีธุรกรรมออนไลน์ที่เกิดขึ้นภายในบริษัทจะเรียกว่า Electronic Business หรือ e-Business

สมเกียรติ ตั้งวงวิทย์ นักวิจัยที่มีชื่อจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) กล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย การออกแบบ การผลิต การซื้อขายสินค้าและบริการธุรกรรมทุกรูปแบบ โดยมีขอบเขตขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การนำเสนอขายไปจนถึงการปิดการขายและต่อเนื่องไปถึงการบริการหลังการขายโดยตรง กระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

กล่าวสรุปโดยย่อว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หมายถึง การประกอบการพาณิชย์โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น โดยทุกขั้นตอนของกระบวนการทำพาณิชย์ทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย ต้องกระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภทที่สามารถโต้ตอบกันได้ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือ อุปกรณ์เคลื่อนที่ เป็นต้น

ส่วนความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว (Electronic Commerce in Thailand) หรือที่นิยมเรียกว่า e-Tourism นั้นหมายถึงการประกอบการพาณิชย์ของทุกองค์การบริษัทในอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากคำจำกัดความดังกล่าวสามารถพิจารณาได้ว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยวเป็นการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเฉพาะประเภทหนึ่งที่อยู่ภายใต้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม (สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2545, หน้า 64)

สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ชี้ให้เห็นว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21

จาก 1.81 ล้านล้านบาทในปี 2557 เป็น 2.19 ล้านล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.3 ล้านล้านบาทในปี 2559 (Chinmaneevong, 2015) เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในด้านการสร้างความเจริญเติบโตและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยช่วยในการทำการตลาด การนำเสนอสินค้าท่องเที่ยวออนไลน์ การให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อ การจองและการสั่งซื้อออนไลน์ได้ (Pesonen & Palo-oja, 2010) นอกจากนี้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังช่วยในด้านการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว คนกลาง และลูกค้า (Reynolds, 2006) เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้นระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้และข้อมูล จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในอนาคต ดังนั้นอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์จึงมีความสำคัญมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศได้

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตที่สูงมากโดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในทวีปยุโรป เหตุผลสำคัญที่เทคโนโลยีได้เพิ่มบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะเทคโนโลยีสามารถอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์ ดังต่อไปนี้

1. การแข่งขันที่ไร้พรมแดน เครือข่ายคอมพิวเตอร์ทำให้ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์และเวลาลดลง การทำธุรกิจข้ามพรมแดนจึงทำให้ง่ายขึ้นเพราะสามารถทำธุรกิจได้ตลอดเวลาและสถานที่
2. การลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการได้ในการเดินทางด้วยตนเอง สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ ทำให้ลดการเดินทางที่มาจำเป็น การกระจายข้อมูลข่าวสารเป็นไปได้อย่างง่ายดายและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนในทุกกิจกรรมลดลง
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการเพื่อรักษาฐานลูกค้า เทคโนโลยีสามารถสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าได้ เพราะได้อำนวยความสะดวกสบายในการบริการลูกค้าและติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรงและรวดเร็ว
4. การทำกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพสูง เทคโนโลยีสามารถทำให้การตลาดขยายตัวหรือหดตัวโดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงแรงงานและพื้นที่ โดยมีจุดเริ่มต้นในการลงทุนต่ำ
5. คุณลักษณะสินค้าของการท่องเที่ยวรวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตระหนักดีว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ดีมีประสิทธิภาพ ช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถสร้างกลไกการเพิ่มรายได้จากการเพิ่มยอดขาย ประหยัดค่าใช้จ่ายและลดระดับสินค้าคงคลังตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีพรมแดน นอกจากนี้ยังทำให้ผู้รับบริการมีบทบาทในเชิงรุก นั่นคือ สามารถเลือกหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดสินค้าบริการได้ตามความพึงพอใจ และท้ายที่สุดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ระบบธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงเป็นแบบหลายมิติมิใช่เพียงมิติเดียวจากผู้ขายไปยัง ผู้ซื้อเท่านั้น แต่ยังสามารถเชื่อมต่อไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการติดต่อซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า วัตถุดิบ และรวมทั้งการโอนเงินด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจัยสนับสนุนการซื้อขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีเหตุผล 2 ประเด็นที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและระบบเทคโนโลยี (สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2545, หน้า 65-66) คุณลักษณะพิเศษของสินค้าการท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วนและมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะของสินค้าท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. สินค้าบริการการท่องเที่ยวประกอบด้วยข้อมูลข่าวสารหลากหลาย (Heterogeneity) ซึ่งลูกค้าต้องการทราบข้อมูลที่รวดเร็ว ถูกต้อง และมีคุณภาพสูง ไว้ใช้ในการพิจารณาเลือกสินค้าและบริการ ในการเดินทางท่องเที่ยวลูกค้าจำเป็นต้องทราบข้อมูลพื้นฐานของสายการบิน ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคารหรือร้านอาหาร เป็นการเดินทางไปต่างประเทศที่มีความสลับ ซับซ้อน การบริโภคข้อมูลย่อมมีความสำคัญมากขึ้น ยกตัวอย่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในธุรกิจระหว่างประเทศซึ่งผู้ประกอบการ ลูกค้า และทุกองค์การที่เกี่ยวข้องต่างต้องการข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้ในการพิจารณาประกอบการทำธุรกิจ ข้อมูลเหล่านี้ เช่น การขอวีซ่า และหนังสือเดินทาง กฎศุลกากร อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาษีสนามบิน ข้อบังคับเรื่องสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลเหล่านี้ได้ด้วยตนเองจากอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรืออยู่ที่ใดก็ตาม อินเทอร์เน็ตอำนวยความสะดวกสบายในการสืบค้นข้อมูลที่ทันสมัยและหลากหลายได้มากกว่าตัวแทนท่องเที่ยวซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องเวลาเปิดการทำงาน

2. สินค้าบริการการท่องเที่ยวไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ (intangibility) ลูกค้าอาจขาดความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากไม่สามารถทดลองใช้สินค้าก่อนในขณะที่ เป็นเรื่องที่ยุ่งยากสำหรับผู้บริหารที่ต้องการหาจุดขาย (Unique Selling Propositions) หรือทำสินค้าบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง ในการซื้อสินค้าบริการเปรียบเสมือนเป็นการซื้อความหวังที่ลูกค้าคาดการณ์ไว้หลังจากที่ได้รับข้อมูลหรือข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้เองที่ผู้บริหารจำเป็นต้องทำสิ่งที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็น (Tangibilize the Intangibles) ให้สามารถมองเห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ ให้ได้โดยการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น แผ่นพับโบชัวร์ วีดีโอเทป เป็นต้น อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและสร้างความสนใจในสินค้าบริการได้ เพราะลูกค้าสามารถมองเห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำไปสู่การจองสินค้าในที่สุด นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เช่น อินเทอร์เน็ตสามารถขาย ตรวจสอบคุณภาพของห้องพักได้อย่างใกล้ชิดซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์สามารถทำได้

3. สินค้าบริการการท่องเที่ยวมีความเสื่อมสูงที่ไม่สามารถเก็บรักษาและนำมาขายในวันอื่น (Perishability) สินค้าบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์อื่นคือ ไม่สามารถเก็บรักษาและนำมาขายในภายหลัง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตคงที่สูง ยกตัวอย่าง ที่นั่งว่างของสายการบิน ที่นั่งว่างของรถทัศนจร ห้องพักรว่างของโรงแรม ไม่ว่าจะมียอดลูกค้าเต็มจำนวนหรือไม่ก็ตาม ผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้าบริการประจำอยู่แล้วได้แก่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าพลังงานเชื้อเพลิง ค่าบำรุงรักษา เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะทำการสำรองสินค้าเกิน (Overbooking) ปริมาณที่ตน

มีไว้เพื่อป้องกันรายได้ที่อาจสูญหายในกรณีที่ลูกค้ายกเลิกกะทันหันถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะได้รับค่ายกเลิกสินค้าก็ตาม ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยในการสำรองสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวก เพราะลูกค้าสามารถทำการสำรองสินค้าบริการทางออนไลน์ (Online Booking) ด้วยตนเอง โดยการเข้าไปในหน้าเว็บไซต์ของผู้ผลิตสินค้าพิจารณาเปรียบเทียบราคา ขอข้อมูลเพิ่มเติม ทำการเจรจา ก่อนที่จะสั่งซื้อสินค้าด้วยตนเอง ตลอดจนการชำระเงินและทำการยกเลิกสินค้าบริการโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งบริการของตัวแทนท่องเที่ยวเหมือนแต่ก่อนในขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็สามารถเช็คสินค้าที่ว่างได้อย่างง่ายดาย ซึ่งช่วยในการประกอบธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถลดค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้าบริการ และช่วยตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

จากการที่ลูกค้าสามารถทำการสำรองที่นั่งออนไลน์โดยใช้อินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง ผู้ประกอบการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการผลิตโฆษณาโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีราคาสูงขึ้นทุกวัน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับสื่อชนิดอื่น ยกตัวอย่าง สำหรับธุรกิจสายการบินที่มีต้นทุนการผลิตบัตรโดยสารสูง ปัจจุบันนี้บริษัทสายการบินต่าง ได้ให้บริการสำรองที่นั่งทางออนไลน์ด้วยบัตรโดยสารอินเทอร์เน็ต (Electronic Ticket หรือ e-Ticketing) โดยที่ผู้โดยสารสามารถซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต และพิมพ์รับทางตั๋วได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไหนก็ได้ ซึ่งจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายการผลิตบัตรโดยสารเหมือนแต่ก่อน อนึ่ง ปัญหาที่ลูกค้าลืมหรือทำบัตรโดยสารหายก็จะหมดไป นอกจากนี้แล้วบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเหมาะสำหรับลูกค้าที่ธุรกิจที่ต้องการเปลี่ยนเที่ยวบินอยู่เสมอโดยที่ผู้โดยสารไม่จำเป็นต้องติดต่อที่บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว หรือติดต่อสำนักงานสายการบินเพื่อติดสติ๊กเกอร์เหมือนแต่ก่อน

รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบเป็นขั้นตอน (A Stage Model for E-Commerce Development) การนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในเชิงพาณิชย์นั้น หมายถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) และโปรแกรมประยุกต์เพื่อสนับสนุนธุรกิจ การดำเนินงาน การจัดการ และการตัดสินใจ (Thong, 1999) และถือได้ว่าเป็นชุดของกระบวนการที่สามารถนำมาใช้ได้ ในหลายขั้นตอนในกระบวนการทางธุรกิจ (Burgess, Cooper, & Alcock, 2001) ซึ่งองค์กรสามารถนำมาใช้ได้เป็นขั้นตอนตามวัตถุประสงค์และความพร้อมขององค์กร (Burgess et al., 2001; Chen, & McQueen, 2008; Rao, Metts, & Monge, 2003) ในขณะเดียวกันก็มีการแบ่งการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาจมีการเรียกชื่อแตกต่างกันไป แต่ในภาพรวมแล้ว จะเริ่มตั้งแต่มีการนำเว็บไซต์มาใช้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ทำการตลาดออนไลน์ รับคำสั่งซื้อออนไลน์ และทำธุรกรรมออนไลน์ และเมื่อองค์กรมีความพร้อมมากขึ้นอาจมีการบูรณาการกิจกรรมทั้งหมดเข้ากับกระบวนการภายในของธุรกิจผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Teo, & Pian, 2004) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด หรือเรียกว่าเป็นธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) (Chen, & McQueen, 2008) อย่างไรก็ตาม ขั้นตอนการพัฒนาที่สูงขึ้นจะมีความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยโดยรูปแบบการพัฒนาที่เป็นขั้นตอนนี้สามารถนำมาใช้ในการอธิบายถึงวิวัฒนาการของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อปรับปรุงบริษัทได้ด้วย ในบทความนี้ขั้นตอนของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้จะยึดตามทฤษฎีว่าด้วยการต่อขยายรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA) พัฒนาโดย Burgess

et al. (2001) เนื่องจากเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสามารถนำมาประยุกต์ได้ตามความเหมาะสม

ผลกระทบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม

เมื่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการประกอบธุรกิจได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่ง สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2545, หน้า 70) อธิบายไว้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคมีช่องทางการบริโภคข้อมูลมากขึ้น กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากผู้ผลิตสินค้าไม่ว่าจะเป็นสายการบิน โรงแรม ธุรกิจที่พัก ศูนย์ประชุมนานาชาติ บริษัทเรือสำราญเหล่านี้ สามารถติดต่อทำธุรกรรมกับลูกค้าได้โดยตรงทางอินเทอร์เน็ต ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบคุณภาพของสินค้าและบริการ เปรียบเทียบกับผู้ผลิตโดยตรง ทำการสั่งจองสินค้า ตลอดจนชำระด้วยตนเอง กิจกรรมดังกล่าวสามารถกระทำได้ตลอดเวลาทุกสถานที่ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม

2. ผู้ผลิตสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกรรม ผู้ผลิตสินค้าได้รับประโยชน์จากการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้จำนวนมาก ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้า ค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกรรม และค่าใช้จ่ายในการทำตลาด นอกจากนี้สามารถพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Ticketing) ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าบัตรโดยสารทั่วไป ได้รับความนิยมและนำมาใช้ในธุรกิจสายการบินมากขึ้น ทั้งนี้ผู้โดยสารสามารถสำรองที่นั่ง รับทางตั๋ว (e-Ticket slip) จากคอมพิวเตอร์ที่บ้านหรือที่ทำงาน ผู้โดยสารเพียงแต่นำทางตั๋วนี้พร้อมกับบัตรสำคัญประจำตัวไปแสดงที่สนามบินก็สามารถเช็คอิน (Check-in) ได้

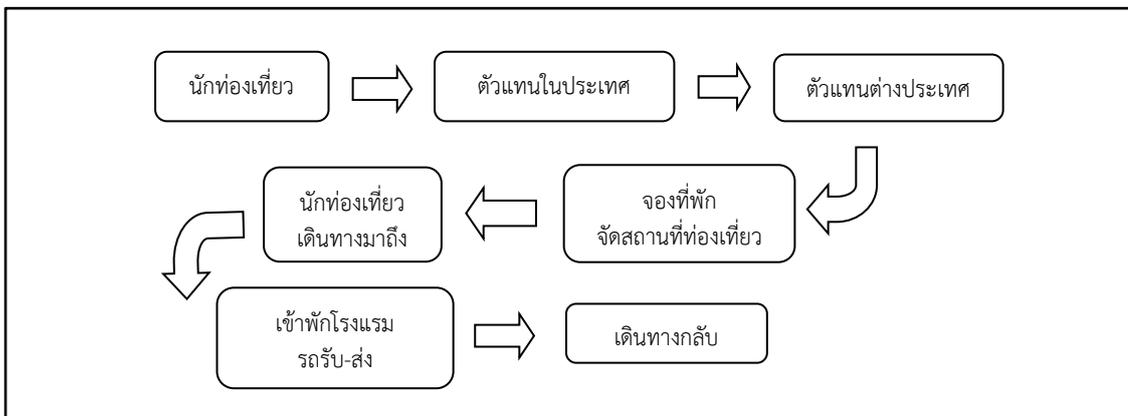
3. การลดความสำคัญของคนกลาง จากการที่ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตสินค้าได้โดยตรงทางอินเทอร์เน็ต นั้นหมายถึงบทบาทคนกลางที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ผลิตสินค้ามีความสำคัญน้อยลง ความจำเป็นที่ผู้ผลิตสินค้าจะพึ่งพาคนกลางยิ่งน้อยลงอีก ถ้าคนกลางไม่สามารถสร้างความจงรักภักดีจากลูกค้าและไม่สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาหรือปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้า (Customer Loyalty)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยว

การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวข้องผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตนั้นมีทั้งตัวแทนจำหน่าย และผู้ประกอบการที่เปิดเว็บไซต์ให้บริการนักท่องเที่ยวในหลาย ๆ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเริ่มพัฒนาเข้าสู่ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โรงแรม สายการบิน ร้านค้าของพื้นเมือง เป็นต้น ในปี พ.ศ. 2542 เว็บไซต์ต่างประเทศที่ให้บริการการจองเพื่อการท่องเที่ยวโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้าท่องเที่ยวมีประมาณร้อยละ 52 และมีการจองผ่านผู้ประกอบการเอง เช่น สายการบิน โรงแรม ประมาณร้อยละ 48 ในจำนวนนี้เว็บไซต์เกี่ยวกับสายการบินจะมีการจองผ่านมากถึง 1 ใน 3 ของการจองเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมา คือ กลุ่มโรงแรมและรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 9 และร้อยละ 1 ตามลำดับ (สุทธิศา เพ็ชรเจริญทรัพย์, 2546, หน้า 53)

จากการเก็บข้อมูลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโลก พบว่าสัดส่วนของเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนมีรายได้สูง อาชีพระดับบริหาร และใช้คอมพิวเตอร์เป็นประจำ ผู้ใช้บริการสามารถที่จะสืบค้นข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโรงแรม ราคาบัตรโดยสารและสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ใช้ข้อมูลเพื่อการต่อรองกับบริษัทแต่กลุ่มผู้ใช้ยังไม่แน่ใจและวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย คุณภาพของสินค้าและความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2543, หน้า 38)

สำหรับการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการจองตั๋ว บริการโรงแรมที่พักต่าง ๆ บริการจัดเตรียมเอกสารเดินทาง และบริการรถเช่า เป็นต้น สำหรับธุรกิจนำเที่ยวโดยตรงนั้น สามารถแบ่งย่อยออกได้อีก 2 ประเภท คือการจัดนำเที่ยวภายในประเทศซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งการท่องเที่ยวในประเทศของคนในประเทศเองหรือการนำนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเที่ยวภายในประเทศ (Inbound) และการพานักท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ (Outbound) ในด้านการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศนั้น ตัวนักท่องเที่ยวเองอาจจะติดต่อมายังบริษัทนำเที่ยวของไทยโดยตรงหรือผ่านบริษัทตัวแทนในประเทศของตนก็ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวิธีหลัง (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2543, หน้า 41) ดังแสดงในภาพที่ 2.2



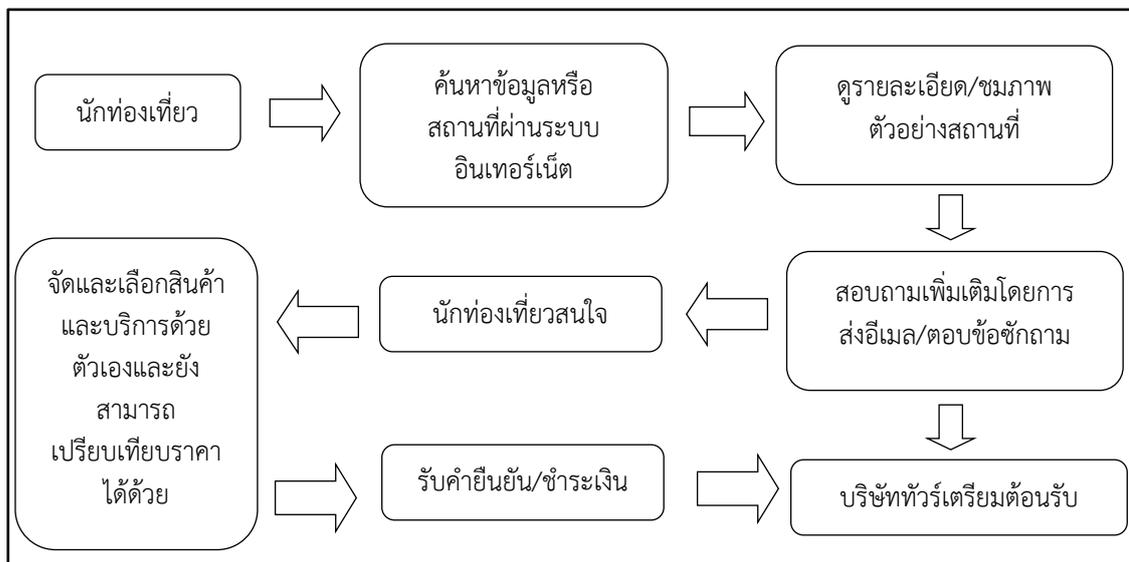
ภาพที่ 2.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจทางการท่องเที่ยว

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2543, หน้า 41

วิธีการแบบเดิมนี้นับเป็นอุปสรรคที่สำคัญ เนื่องจากต้องมีการพินิจพิจารณาตัวแทนนำเที่ยวในต่างประเทศอย่างมากในการติดต่อลูกค้าซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ซึ่งหากมีข้อขัดแย้งเกิดขึ้นกับบริษัทตัวแทนเหล่านี้ก็จะเป็นไปได้สูงที่บริษัทนำเที่ยวจะสูญเสียลูกค้าบางกลุ่มไป หรือหากต้องการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุดก็ต้องติดต่อผ่านตัวแทนเหล่านั้นได้เช่นกัน และยังทำให้ไม่มีโอกาสตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้อย่างเต็มที่และรวดเร็วทันเหตุการณ์อีกด้วย ดังนั้นจึงได้มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาให้กับกิจการของบริษัท ทำให้มีโอกาสเพิ่มขยายฐานลูกค้า เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่และปริมาณของข้อมูลที่จะนำเสนอจึงสามารถนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไปได้ทั่วโลกทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลของ

การบริการได้ด้วยตนเองและยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สอบถามข้อสงสัยโดยตรงกับผู้ให้บริการได้ทันที ทำให้บริษัทฯ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาตัวแทนอีกต่อไป (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2543, หน้า 41 - 43)

ขั้นตอนการทำธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เริ่มจากเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่การใช้บริการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ท่องเที่ยวซึ่งสามารถเลือกได้จากการค้นหา หรือมีเว็บไซต์ที่ต้องการจะเลือกใช้บริการอยู่แล้ว จากนั้นผู้ใช้บริการสามารถทำการค้นหาข้อมูล รายละเอียด และสิ่งต่าง ๆ ที่ได้ปรากฏในเว็บไซต์ และเมื่อต้องการข้อมูลก็สามารถเก็บบันทึก หรือทำการสอบถามผ่านยังผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการได้ เช่น การส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การสอบถามผ่านกระดานข่าว หรือวิธีการอื่น ที่ทำให้ได้ข้อมูลครบสมบูรณ์เพียงพอในการตัดสินใจ เมื่อผู้ใช้บริการสามารถเลือกสิ่งที่ต้องการจากภายในเว็บไซต์นั้นแล้ว ยังสามารถเข้าสู่เว็บไซต์อื่น ๆ ที่มีข้อมูลที่ต้องการเช่นเดียวกันเพื่อเปรียบเทียบราคา หรือการบริการต่าง ๆ ทำให้สามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น และได้รับในสิ่งที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด เช่น กรณีที่ต้องการซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินสามารถเลือกหาสายการบินและราคาที่ถูกใจมากที่สุด และเมื่อได้ตรวจสอบเปรียบเทียบจนสามารถตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการผ่านกับเว็บไซต์หรือผู้ประกอบการรายใดแล้ว ก็สามารถดำเนินการสั่งซื้อได้ตามขั้นตอนของเว็บไซต์ โดยแต่ละเว็บไซต์จะมีระบบการบริการการสั่งซื้อและการชำระเงินที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก รวมถึงได้รับการยืนยันและเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่สั่งซื้อไว้ตรงกับความต้องการ และมีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความปลอดภัยเมื่อได้สั่งซื้อ ทางผู้ประกอบการจะทำการจัดส่งสินค้าจนกระทั่งผู้ใช้บริการได้รับและได้ใช้บริการ ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนการทำธุรกรรมในธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ที่มา: สุทิตา เพียรเจริญทรัพย์, 2546, หน้า 53

ทฤษฎีว่าด้วยการต่อ ยอดรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA) รูปแบบ eMICA ที่พัฒนาโดย Burgess et al. (2001) ได้รับการนำมาใช้เพื่อประเมินการพัฒนาเว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์ขององค์กร โดยทั่วไปองค์กรจะเริ่มจากการมีเว็บไซต์ที่เรียบง่ายแต่เมื่อองค์กร มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมากขึ้นก็จะสามารถพัฒนาเว็บไซต์เหล่านี้ให้มีการทำงานที่ซับซ้อนได้มากขึ้น รูปแบบ eMICA ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 3 ขั้นตอน ที่สอดคล้องกับขั้นตอนทั้ง 3 ของกระบวนการทางธุรกิจ ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การนำเว็บไซต์มาใช้ในการส่งเสริมสินค้าและบริการของธุรกิจ (Web-based promotion) ขั้นตอนที่ 2 การนำเว็บไซต์มาเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ (Provision of information and services) และ ขั้นตอนที่ 3 การนำเว็บไซต์มาใช้ในการประมวลผลการทำธุรกรรม (Transaction processing) ทั้งนี้ ขั้นตอนของการพัฒนาจะเป็นการแสดงถึงการขับเคลื่อนของธุรกิจ ที่ชี้ให้เห็นว่าภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นอยู่ในขั้นตอนใด ของการพัฒนาในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ซึ่งระดับของความซับซ้อนและการทำงานจะเพิ่มขึ้นตามพัฒนาการในแต่ละขั้นตอน โดยในขั้นตอนเริ่มต้นหรือขั้นตอนการแนะนำส่งเสริมสินค้าและบริการของธุรกิจ มีความซับซ้อนและมีการทำงานน้อยที่สุด ถัดมาเป็นขั้นตอนของการให้ข้อมูลสารสนเทศและการบริการ ความซับซ้อนก็จะเพิ่มขึ้นกว่าขั้นตอนแรก และเมื่อเข้าสู่ขั้นตอนสุดท้ายคือการประมวลผลการทำธุรกรรมจะเป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนและมีการทำงานมากที่สุด การเพิ่มระดับการทำงานของเว็บไซต์ตามที่กล่าวมานี้ก็จะทำให้เว็บไซต์ขององค์กรเปลี่ยนจากเว็บที่เรียบง่าย ไม่มีการเคลื่อนไหว ไปสู่เว็บที่มีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น มีการเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่าผ่านการจัดการสารสนเทศและการทำงานที่หลากหลาย (Timmers, 1998)

การทำงานของทั้ง 3 ขั้นตอนของรูปแบบ eMICA ซึ่งประยุกต์มาจากงานของ Doolin et al. (2002) รวมทั้งนำเสนอปัจจัยสนับสนุน และปัญหาและอุปสรรคในแต่ละขั้นตอน โดยอาศัยแนวทางจากงานของ Rao et al. (2003)

ขั้นตอนที่ 1 – การส่งเสริมสินค้าและบริการ (Promotion Stage)

การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เว็บไซต์ในขั้นตอนนี้ เป็นขั้นเริ่มต้น เป็นการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการส่งเสริมสินค้าและบริการของธุรกิจ โดยในขั้นตอนนี้เว็บไซต์จะทำหน้าที่เป็นเสมือนหน้าต่างเข้าสู่เว็บ (Barry, 2000) เพื่อให้ข้อมูลสินค้าและบริการของธุรกิจและสื่อสารแบบทางเดียวจากธุรกิจสู่ผู้บริโภค เว็บจะมีลักษณะไม่เคลื่อนไหว ไม่มีการบูรณาการกับทั้งกระบวนการภายในและ/หรือภายนอก และใช้เพื่อดึงดูดลูกค้ารายใหม่ (O'Corner, & O'Keefe, 1997) โดยขั้นตอนที่ 1 ของ eMICA นี้จะประกอบด้วยข้อมูล 2 ระดับ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลแบบละเอียด ดังนี้

ระดับที่ 1 – ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป (Basic Information) ในระดับนี้เว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ มี หน้าแรกของเว็บไซต์ (Home page) ที่เรียบง่ายเพื่อให้ข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ แก่ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์อันได้แก่ ชื่อบริษัท ที่อยู่ โทรศัพท์และโทรสาร และขอบเขตของธุรกิจ

ระดับที่ 2 – ข้อมูลแบบละเอียด (Rich Information) ในระดับนี้เว็บไซต์จะมีข้อมูลตามที่ระบุไว้ในระดับที่ 1 และข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ รายงานประจำปี อีเมลสำหรับติดต่อ และข้อมูลรายละเอียดของสินค้า และ/หรือบริการของธุรกิจ

ปัจจัยสนับสนุน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาเว็บไซต์ในขั้นตอนนี้ให้ประสบความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นประเภทของกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ และความเอาใจจริงเอาใจของธุรกิจ Rao et al. (2003) ได้นำเสนอปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ๆ ไว้ดังนี้

1. พันธสัญญา (Commitment) หมายถึงความมุ่งมั่นในการสร้างแรงจูงใจของธุรกิจ ที่จะนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเพิ่มยอดขาย ให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากขึ้น หรือช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย (O'Corner, & O'Keefe, 1997) ประการสำคัญก็คือว่าพันธสัญญาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จในอนาคต

2. เนื้อหา (Content) หมายถึงการที่ธุรกิจในอนาคตต้องพิจารณาถึงการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน มีประสิทธิภาพผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ ที่จัดทำได้อย่างน่าสนใจและใช้งานง่าย (Jeffcoate, Chappell, & Feindt, 2000; O'Brien, & Marakas, 2008)

3. ราคาที่ยืดหยุ่น (Price flexibility) หมายถึงการที่ธุรกิจสามารถกำหนดราคาสินค้าให้แข่งขันได้กับเว็บไซต์ของธุรกิจอื่นโดยยังคงมีกำไรในระดับที่ยอมรับได้ เนื่องจากโดยธรรมชาติของเว็บไซต์แล้วราคาขายในประเทศจะเปิดเผยสู่การแข่งขันในตลาดโลก ถ้าธุรกิจตั้งราคาสูงเกินไปอาจสู้คู่แข่งไม่ได้ ดังนั้นบริษัทควรมีการวางแผนให้ดีกว่าที่จะมีการลงทุนในช่องทางเว็บไซต์เพื่อให้แน่ใจว่าจะสามารถจัดการกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันนี้ได้ (O'Brien, & Marakas, 2008; Rao et al., 2003)

4. ค่าใช้จ่ายในการเข้าถึง (Access cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงเว็บไซต์ของผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงเป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาล และผู้ให้บริการเทคโนโลยีที่มีอยู่ ในการสนับสนุนการใช้งานเว็บไซต์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย (Rao et al., 2003)

อุปสรรคที่บริษัทต้องเผชิญในขั้นตอนนี้ ประกอบด้วย

1. การต่อต้านเทคโนโลยีโดยบุคคลภายในองค์กร และความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีในองค์กร แม้ว่าผู้บริหารอาจจะได้รับการโน้มน้าวให้ยอมรับในทิศทางใหม่ของการทำธุรกิจออนไลน์ แต่หากผู้บริหารมีทัศนคติต่อการยอมรับเทคโนโลยีในระดับต่ำอาจเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และหากพนักงานมีความรู้หรือความชำนาญในด้านเทคโนโลยีที่ไม่เพียงพออาจเป็นอุปสรรคต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เช่นกัน เพื่อแก้ปัญหานี้ ธุรกิจอาจใช้บริการที่ปรึกษาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาทำงานร่วมกัน และให้คำแนะนำแก่พนักงาน (Durlacher Research Limited, 2000)

2. การยอมรับของผู้จัดการในด้านการเจริญเติบโตของธุรกิจ ระดับการยอมรับของฝ่ายจัดการสามารถเป็นอุปสรรคได้ เนื่องจากการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้จัดเป็นเรื่องใหม่ที่มีประเด็นที่ต้องพิจารณาหลายเรื่อง เช่น การเจริญเติบโตที่น่าพอใจ การแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และแรงกดดันจากผลการดำเนินงาน (Rao et al., 2003)

3. การลงทุนทางการเงิน ต้นทุนทางการเงินขององค์กร ได้แก่ การลงทุนในฮาร์ดแวร์ การอบรมและต้นทุนในการนำมาใช้ มีความสำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งหากมีงบประมาณเพื่อการลงทุนน้อยก็จะเป็นอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (Walczuch, Braven, & Lundgren, 2000)

4. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ไม่สามารถรองรับการใช้งานจัดเป็นอุปสรรคอีกอันหนึ่งในการสนับสนุนการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (APEC, 1999)

ขั้นตอนที่ 2 – การให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ (Provision of Information and Services Stage)

ขั้นตอนที่ 2 ของรูปแบบนี้เป็นขั้นตอนของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและการบริการ จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างธุรกิจและลูกค้า หรือระหว่างธุรกิจด้วยกัน ประกอบไปด้วย 3 ระดับซึ่งมีความซับซ้อนและการทำงานที่มากยิ่งขึ้น โดยในแต่ละระดับจะมีความซับซ้อนที่แตกต่างกันไป

ระดับที่ 1 – การติดต่อสื่อสารในระดับต่ำ (Low interactivity) การทำงานในระดับที่ 1 ของขั้นตอนนี้ เว็บไซต์มีการติดต่อสื่อสารในระดับที่ต่ำ ซึ่งประกอบด้วยการนำเสนอแคตตาล็อกสินค้าขั้นพื้นฐาน (ไม่มีฐานข้อมูล) การเชื่อมโยงภายในไปยังข้อมูลที่เป็นการเพิ่มคุณค่าในระดับต่ำ และการนำเสนอแบบฟอร์มสอบถามออนไลน์ (online inquiry)

ระดับที่ 2 – การติดต่อสื่อสารในระดับกลาง (Medium interactivity) ในระดับที่ 2 นี้จะมีลักษณะการทำงานที่เพิ่มขึ้นจากระดับที่ 1 เป็นการนำเว็บไซต์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารในระดับที่สูงขึ้นจากระดับที่ 1 โดยมีการเชื่อมโยงไปยังผู้สนับสนุนการให้บริการภายนอกและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนลูกค้าในลักษณะออนไลน์โดยใช้ คำถามที่พบบ่อย (FAQs) การนำเสนอรายการแสดงสินค้าในระดับที่สูงขึ้นที่สามารถค้นหาได้จากฐานข้อมูล แผนที่เว็บไซต์ (Site maps) และรูปลักษณะและบริการสนับสนุนอื่น ๆ เช่น โปสการ์ด สมุดเยี่ยมของผู้เข้าชม รวมทั้งแผนที่การเดินทาง

ระดับที่ 3 – การติดต่อสื่อสารในระดับสูง (High interactivity) เมื่อเว็บไซต์เข้าสู่ระดับที่ 3 ลักษณะของเว็บไซต์จะมีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากเป็นการติดต่อสื่อสารในระดับที่สูงขึ้น และมีการเชื่อมโยงไปยังผู้สนับสนุนสินค้าหรือบริการภายนอกเพื่อนำเสนอบริการที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ห้องสนทนา กระดานสนทนา มัลติมีเดีย จดหมายข่าว แต่จะยังไม่มีการทำธุรกรรมทางการเงินในขั้นตอนนี้ ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยที่สนับสนุนการพัฒนาเว็บไซต์ในขั้นตอนที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ในขั้นตอนนี้ เว็บไซต์จะเป็นที่รวบรวมและเผยแพร่สารสนเทศที่ต้องการเชื่อมโยงกับฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายขายของธุรกิจกับฝ่ายอื่น ๆ ภายในบริษัท และต้องมีการเชื่อมต่อกับระบบในการจัดการกับธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Rao et al., 2003) จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรเพื่อรองรับกับการเชื่อมโยงนี้

2. การลงทุน ในขั้นตอนนี้ต้องการการลงทุนเพิ่มเติมสำหรับการฝึกอบรม และฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจดำเนินไปด้วยความราบรื่นตามกลยุทธ์ขององค์กร (Chen, & McQueen, 2008; Rao et al., 2003)

3. การใช้งานเว็บไซต์ ธุรกิจต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ โดยมีการออกแบบและพัฒนาส่วนที่เชื่อมต่อกับผู้ใช้เว็บให้ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งนี้ผู้ใช้ภายในมีแนวโน้มที่จะปรับตัวได้เร็วขึ้นถ้าระบบง่ายต่อการใช้ ส่วนผู้ใช้นอกก็มีแนวโน้มที่จะใช้ประโยชน์จากระบบถ้าหากมีการออกแบบอย่างเหมาะสม และง่ายต่อการใช้งาน (Chapman, Ettkin, & Helms, 2000; O'Brien & Marakas, 2008; Rao et al., 2003) อุปสรรค ในขั้นตอนนี้นอกจากอุปสรรคทั้งหมดที่กล่าวไปในขั้นตอนที่ 1 แล้ว ยังมีอีก 2 ประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนาส่วนเชื่อมต่อกับผู้ประกอบการด้วยกัน เนื่องจากในขั้นตอนนี้ต้องมีการบูรณาการระหว่างระบบภายในกับภายนอกบริษัท ถ้าผู้จัดจำหน่ายของธุรกิจไม่สามารถใช้ระบบร่วมกันได้ก็จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวในการบูรณาการระบบกับผู้จัดจำหน่าย (Chen, & McQueen, 2008; Rao et al., 2003)

2. ปัญหาด้านวัฒนธรรมหรือภาษา เนื่องจากเว็บไซต์ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทางการตลาดเท่านั้น แต่ยังใช้เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจในตลาดระดับโลก และมีการสื่อสารแบบสองทาง ดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์และกำหนดกลยุทธ์การตลาด พนักงานจึงจำเป็นต้องเพิ่มความรู้ในแต่ละด้านมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นในด้านภาษาหรือวัฒนธรรม (Timmers, 2000; Zhivago, 2000)

ขั้นตอนที่ 3 – การประมวลผลการทำธุรกรรม (Transaction Processing Stage) เว็บไซต์ในขั้นตอนที่ 3 ของ eMICA เป็นขั้นตอนที่ก้าวหน้าที่สุด เพราะเป็นการเน้นการทำธุรกรรมมากกว่าการนำเว็บมาใช้เหมือนกับในขั้นตอนแรก ๆ โดยในขั้นตอนนี้มีการรวมการทำงานด้านความปลอดภัยเข้าด้วยกัน เช่น การเข้ารหัสข้อมูล (Encryption) การติดตั้งด่านกันการบุกรุก (Firewalls) เพื่อความปลอดภัยทั้งในด้านการทำธุรกรรม ด้านฐานข้อมูล รวมทั้งระบบสนับสนุนภายในองค์กร

การทำงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในขั้นตอนนี้ ได้แก่ การขายออนไลน์ และระบบการชำระเงินออนไลน์ที่ปลอดภัย ปัจจัยสนับสนุน ขั้นตอนนี้เรียกได้ว่าเป็นขั้นตอนของการบูรณาการกระบวนการภายในซึ่งทุกฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้ ดังนั้นปัจจัยสนับสนุนในขั้นตอนนี้ (Rao et al., 2003) ประกอบไปด้วย

1. ความสามารถในการขยายเทคโนโลยีสารสนเทศของธุรกิจในการเงิน
2. ชีตความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร เนื่องจากในขั้นตอนนี้ธุรกิจต้องมีเทคโนโลยีในระดับสูงมีบุคลากรที่มีความสามารถ ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนในการสรรหาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน
3. การทำธุรกิจระหว่างธุรกิจด้วยกัน (B2B) ต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดระหว่างธุรกิจคู่ค้าจากการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว
4. การพัฒนาชุมชนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นและลูกค้าเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำการค้าและสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ
5. การเลือกใช้ระบบการชำระเงินที่มีต้นทุนการทำธุรกรรมบนเว็บในอัตราต่ำ จัดว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญประการหนึ่งที่ธุรกิจต้องพิจารณา โดยธุรกิจอาจมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรอง

อุปสรรค เนื่องจากขั้นตอนนี้จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการรับมือกับความซับซ้อนด้านธุรกรรมการเงินของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้น จึงมีอุปสรรคภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของธุรกิจ (Rao et al., 2003) เช่น

1. ระบบการเงิน หากระบบการเงินการเข้ากันไม่ได้ในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่ยังไม่พัฒนา อาจเป็นผลให้การทำธุรกรรมการเงินข้ามประเทศเป็นไปได้ หรือทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าคุณค่าที่จะได้รับ (International Trade Centre UNCTAD/WTO, 2005; Rao et al., 2003; Walczuch et al., 2000)

2. นโยบายภาษีและการค้าของรัฐบาล เนื่องจากอาจต้องมีการรายงานและชำระค่าภาษีและหรือภาษีศุลกากรข้ามพรมแดน (Rao et al., 2003) เช่น ในเรื่องของภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) อาจมีความไม่ชัดเจนในประเทศต่าง ๆ หรือแตกต่างกันระหว่างการขายบนเว็บไซต์และร้านค้า รวมทั้งความซับซ้อนในการเก็บภาษี (Kommerskollegium, 2012)

3. การรักษาความปลอดภัยหรือความเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะความปลอดภัยของข้อมูลในบัตรเครดิตและข้อมูลทางการเงินอื่นๆ เช่น เลขที่บัญชีที่ส่งผ่านไปบนอินเทอร์เน็ต (Laudon & Laudon, 2009) ธุรกิจอาจต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเข้ารหัสข้อมูลประเภทนี้ให้กับผู้ให้บริการภายนอก (Timmers, 2000; Kommerskollegium, 2012)

4. กฎหมายที่รองรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากได้มีการพัฒนาการบังคับใช้กฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับสัญญา ภาษี ความเป็นส่วนตัว สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า (Timmer, 2000; Kommerskollegium, 2012) ซึ่งปัญหากฎหมายเหล่านี้ก็จะเป็อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5. การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ประเทศในยุโรปได้มีการเสนอกฎหมายใหม่ โดยกฎหมายนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อาจถูกฟ้องร้องได้หากเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ SMEs ทำการฝ่าฝืนทรัพย์สินทางปัญญา (Sanderson, 2000) ซึ่งประเด็นทางกฎหมายเหล่านี้ อยู่นอกเหนือความสามารถทางการเงินของ SMEs ที่จะรับได้

เมื่อนักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจได้ทำรายการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วยความถูกต้อง สะดวก รวดเร็วและปลอดภัยแล้ว การบริการในธุรกิจโรงแรมที่ต้องดำเนินการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบต่อเนื่องก็มีส่วนสำคัญที่จะสร้างความสะดวก ความสบาย ความประทับใจ ความผูกพันไว้กับลูกค้าเพื่อการเดินทางในครั้งต่อไป ซึ่งเป็นรายได้ที่ต่อเนื่องของกิจการในธุรกิจโรงแรมได้เป็นอย่างดี

6. แนวความคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

การพักอาศัยถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนและเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้เมื่อบุคคลมีการเดินทางไปยังที่แห่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นเพื่อท่องเที่ยวหรือเพื่อทำกิจธุระและต้องมีการค้างแรม ดังนั้น ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวกับที่พักแรมมีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ซึ่งธุรกิจโรงแรมได้มีการพัฒนารูปแบบมาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าวไว้แล้วโดยสามารถพิจารณาได้จากความหมายของโรงแรมดังนี้

ความหมายของโรงแรม

วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง (2559, หน้า 15) ได้กล่าวไว้ว่าโรงแรม เป็นคำศัพท์ที่มาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง คฤหาสน์ อาคารขนาดใหญ่ บ้านพักขนาดใหญ่ บ้านพักของคนที่ผู้มีฐานะร่ำรวย และหมายความรวมถึง สถานที่ทางราชการต่าง ๆ เช่น ศาลากลางจังหวัด (Hotel de ville) โรงกษาปณ์ (Hotel de la monnaie) โรงพยาบาล (Hotel des Invalides) สำหรับให้บริการลูกค้าเข้าพักแรม รวมทั้งมีการให้บริการอาหารเครื่องดื่ม บริการซักรีด จำหน่ายสินค้าที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ให้กับประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการ โดยได้รับเงินเป็นค่าตอบแทนการให้บริการ โรงแรมจึงจัดว่าเป็นธุรกิจประเภทให้บริการโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ และสร้างความประทับใจในการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดการใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไปอันจะส่งผลให้โรงแรมเกิดรายได้และมีผลกำไรในการดำเนินงาน

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่ซึ่งใช้เป็นที่พักแรม โดยให้บริการด้านห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีการให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องประชุมสำหรับการอบรม สัมมนา และมีห้องจัดเลี้ยงให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพัก โดยผู้เข้าพักแรมต้องจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนในการใช้บริการ

ลักษณะและประเภทของโรงแรม

ลักษณะของโรงแรม ดังต่อไปนี้

1. เป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนไหวไม่ได้ (อสังหาริมทรัพย์)
2. การขายบริการจะต้องขาย ณ ที่ทำการผลิต ณ สถานที่ที่ผู้ใช้บริการอยู่และในเวลาที่ต้องการ
3. ไม่สามารถเก็บผลผลิตไว้ได้เพราะห้องว่างแต่ละคืนจะทำให้เกิดการขาดทุนที่เอาคืนไม่ได้
4. ขึ้นอยู่กับแรงงานมนุษย์ มีขอบเขตจำกัดในการใช้เครื่องทุ่นแรงทำแทน
5. เป็นการบริการเฉพาะบุคคล แต่อุปสงค์จะมีลักษณะแตกต่างกันไปและไม่สม่ำเสมอ
6. ต้องอาศัยการบริการหลายอย่าง ได้แก่ การขนส่ง การบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม การให้ความบันเทิง ท่องเที่ยว

สำหรับ วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง (2559, หน้า 16) ได้จำแนกประเภทของโรงแรมได้ 6 ประเภท ได้แก่ การแบ่งตามทำเลที่ตั้ง การแบ่งตามหน้าที่ การแบ่งตามจำนวนห้องพัก การแบ่งตามราคาเช่าห้องพัก การแบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพัก และการแบ่งตามระดับชั้น (จำนวนดาว) ของโรงแรม โดยมีหลักเกณฑ์ที่สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามทำเลที่ตั้ง (Location) สามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

1.1 โรงแรมในเมืองใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง ย่านธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยว และย่านสถานบันเทิงต่าง ๆ เช่น โรงภาพยนตร์ ภัตตาคาร สถานที่ราชการ เป็นต้น โรงแรมขนาดใหญ่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ตกแต่งโรงแรมอย่างหรูหรา มีการให้บริการด้าน

ต่าง ๆ ครอบคลุมตลอดจนมีการให้บริการสถานที่ในการจัดเลี้ยง จัดประชุมอบรม สัมมนา โดยกำหนดราคาให้บริการสูงกว่าโรงแรมประเภทอื่น ๆ

1.2 โรงแรมในเมืองเล็ก เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองเล็ก ๆ ลูกค้ายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว นักเดินทาง รายได้โดยส่วนใหญ่ของโรงแรมเกิดจากการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากโรงแรมประเภทนี้ใช้เป็นสถานที่สังสรรค์ของคนในท้องถิ่น

1.3 โรงแรมชานเมือง เป็นโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งตามชานเมืองที่มีการคมนาคมสะดวก บรรยากาศรอบนอกของโรงแรมมีความเงียบสงบ อากาศบริสุทธิ์

1.4 โรงแรมในสถานที่ตากอากาศ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ โรงแรมที่ตั้งใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา น้ำตก เป็นต้น และโรงแรมที่ไม่มีธรรมชาติดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อมุ่งเน้นกิจกรรมนันทนาการ เช่น บ่อนการพนัน สนามกอล์ฟ เป็นต้น

1.5 โรงแรมท่าอากาศยาน เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าอากาศยานเพื่อเป็นที่พักให้กับคนเดินทาง เจ้าหน้าที่ของสายการบิน เพื่อให้สามารถเข้าพักได้ใกล้ ๆ โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง

2. ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามหน้าที่ มีการจำแนกโดยพิจารณาตามหน้าที่การใช้งานในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ โรงแรมเพื่อการค้าหรือการพาณิชย์ โรงแรมเพื่อการพักผ่อน โรงแรมเพื่อการประชุม โรงแรมเพื่อพักอาศัย และโรงแรมเพื่อให้บริการแก่นักเดินทางโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ

3. ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามจำนวนห้องพัก สามารถแบ่งประเภทตามจำนวนห้องพักได้ดังต่อไปนี้

3.1 โรงแรมขนาดเล็ก ห้องพักเดี่ยว ต่ำกว่า 30 ห้อง

3.2 โรงแรมขนาดกลาง มีห้องพักเดี่ยวมากกว่า 30 ห้อง แต่ไม่เกิน 100 ห้อง

3.3 โรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักเดี่ยวไม่น้อยกว่า 100 ห้อง

4. ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามราคาค่าเช่าห้องพัก สมาคมโรงแรมได้แบ่งราคาค่าเช่าห้องพัก โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มดังต่อไปนี้

4.1 โรงแรมที่คิดราคาค่าห้องพักเดี่ยวไม่เกินวันละ 300 บาท

4.2 โรงแรมที่คิดราคาค่าห้องพักเดี่ยวไม่เกิน วันละ 600 บาท แต่ไม่ต่ำกว่า วันละ 300 บาท

4.3 โรงแรมที่คิดราคาค่าห้องพักเดี่ยวไม่เกินวันละ 900 บาท แต่ไม่ต่ำกว่า วันละ 600 บาท

4.4 โรงแรมที่คิดราคาค่าห้องพักเดี่ยวตั้งแต่วันละ 900 บาท ขึ้นไป

5. ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้ามาพัก สามารถแบ่งแยกโรงแรมประเภทแบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพักได้ดังต่อไปนี้

5.1 โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว หมายถึง โรงแรมที่ลูกค้าเดินทางมาพักในระยะเวลาสั้นเพื่อทำธุรกิจการค้า ท่องเที่ยว อบรม ประชุม สัมมนา

5.2 โรงแรมสำหรับพักประจำ หมายถึง โรงแรมประเภทให้ลูกค้าเข้าพักเป็นเวลายาวนาน น้อย 1 เดือน คิดค่าเช่าเป็นรายเดือน

6. ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามระดับชั้น หรือให้เป็นจำนวนดาว โดยสามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

6.1 โรงแรมระดับประหยัด หรือโรงแรมระดับ 1 ดาว

6.2 โรงแรมชั้น 3 หรือโรงแรม 3 ดาว

6.3 โรงแรมชั้น 2 หรือโรงแรม 3 ดาว

6.4 โรงแรมชั้น 1 หรือโรงแรม 4 ดาว

6.5 โรงแรมชั้นพิเศษ หรือโรงแรม 5 ดาว

ปัจจัยหลักในการพิจารณาตัดสินมาตรฐานโรงแรม

1. สภาพทางอากาศ เช่น ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม เป็นต้น
2. การก่อสร้าง เช่น โครงสร้างทางกายภาพของโรงแรม ระบบในโรงแรม ระบบในโรงแรม การเลือกใช้วัสดุและระบบความปลอดภัย
3. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพักและผู้มาใช้บริการ เช่น ปริมาณของใช้ที่จัดให้ และอุปกรณ์ตกแต่ง
4. คุณภาพการบริการและการรักษาคุณภาพ เช่น บุคลิกภาพ คุณภาพ การบริการ ความสะอาด สุขอนามัย และชื่อเสียงของโรงแรม เป็นต้น
5. การบำรุงรักษาโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

มาตรฐานโรงแรมแต่ละระดับชั้น

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 38 - 39) กล่าวถึง ปัจจัยในการตรวจพิจารณาให้มาตรฐานดาวในแต่ละระดับดังนี้

1. มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว

มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว นอกจากเรื่องความสะอาดและปลอดภัยที่โรงแรมทุกระดับให้ความสำคัญแล้ว โรงแรมจะเน้นการมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไป เช่น ห้องพักที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ และภายในห้องน้ำก็จะมีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระไว้บริการ

2. มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว

มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว จะมีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปไว้บริการ เช่น ห้องพักที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมว โชตล่องประตู พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป และโทรศัพท์ติดต่อกภายใน และห้องน้ำจะเป็นแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระ เป็นต้น

3. มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว

มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับปานกลาง เช่น ห้องพักขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร ซึ่งมีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไปพร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน และในห้องน้ำจะมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อน - น้ำเย็น สบู่ หมวกอาบน้ำ แก้วผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า และถุงใส่ผ้าอนามัย และบริการอื่น ๆ ที่มี เช่น รুমเซอร์วิส คอฟฟี่ช็อป ห้องประชุมและอุปกรณ์ที่จำเป็น ศูนย์ธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ และห้องน้ำคนพิการ เป็นต้น

4. มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว

มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว จะมีการตกแต่งที่สวยงามพร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักมาตรฐานซึ่งกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ภายในมีเตียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5

ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไปที่มีรายการให้ชมมากกว่า 8 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ กระจก ต้ม น้ำร้อนไฟฟ้าพร้อมขา กาแฟ ชุดชักรองเท้า ถุงซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ ที่สามารถโทรทางไกล/ต่างประเทศได้โดยตรง ภายในห้องน้ำจะมีเครื่องใช้ครบถ้วน อุปกรณ์ในห้องน้ำ ที่มีเพิ่มจากระดับ 3 ดาวคือ โฟมอาบน้ำ แชมพู ผ้าเช็ดมือ ชุดเครื่องมือตัดเย็บขนาดพกพา (Sewing Kit) ไดรฟ์แปม ปลั๊กไฟสำหรับโกนหนวด มีห้องชุดในบริการ 2 แบบ นอกจากนั้นยังมีห้องอาหาร ห้อง ออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิด ห้องอบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ ห้องประชุม ใหญ่ และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

5. มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว

มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน เรียบพร้อม ด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ประทับใจ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ ในสภาพดี ห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า 30 ตารางเมตรพร้อมเตียงสะอาดขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ซึ่งมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการตู้เย็น มินิบาร์ และอุปกรณ์ การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน ห้องน้ำมีขนาดใหญ่สุขภัณฑ์สะอาด สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วนพร้อม เครื่องชงน้ำหนักร และโทรศัพท์ฟองอยู่ภายใน นอกจากนั้นยังมีห้องชุดให้เลือกใช้บริการถึง 3 แบบ และห้องอาหารซึ่งให้บริการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์ มากกว่า 7 ชนิดห้องอบไอน้ำอ่างจากุซซี่ ห้องนวด สระว่ายน้ำห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้องมีระบบตรวจสอบความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

นอกจากนี้สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น) ได้จัดบทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรี สอร์ทปี 2558 ภายใต้การดำเนินการโครงการกิจกรรมเผยแพร่ผลวิเคราะห์ระบบเตือนภัยและระบบ ฐานข้อมูลแก่สาธารณะโดยความร่วมมือระหว่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงานพัฒนาหน่วยบริการอุตสาหกรรมกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวง อุตสาหกรรมจัดดำเนินการโดยเมื่อเดือนธันวาคม 2557 ได้วิเคราะห์ความสำคัญของธุรกิจโรงแรมและ รีสอร์ทต่อระบบเศรษฐกิจไทยและแนวโน้มธุรกิจไว้ดังนี้

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเป็นธุรกิจบริการด้านที่พักที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวของไทยซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศกว่า 9 แสนล้านบาทในปี 2550 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากรายได้ของประเทศในส่วนของโรงแรมและร้านอาหารจะพบว่าการขยายตัว เพิ่มขึ้นโดยลำดับจาก 309,622 ล้านบาทในปี 2545 จนมีมูลค่าถึง 439,720 ล้านบาทในปี 2551 หรือ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.25 ต่อปีคิดเป็นสัดส่วนต่อจีดีพีของประเทศไทยเท่ากับร้อยละ 4.9 และพบว่าตั้งแต่ปี 2547 เริ่มมีอัตราการขยายตัวที่มีแนวโน้มลดลงจนกระทั่งติดลบร้อยละ 0.1 ในปี 2552 จึงนับเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบ ด้านเพื่อที่จะชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ รวมถึงสภาพปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจทางด้าน โรงแรมและรีสอร์ทเพื่อให้หน่วยงานองค์การ สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจใช้ เป็นปัจจัยในการกำหนดมาตรการสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ต่อไป

ด้านอุปสงค์

1. แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 59.27 ล้านคนในปี 2540 เป็น 113.57 ล้านคนในปี 2551 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.63 ต่อปีแต่เริ่มเห็นอัตราการขยายตัวที่ลดลงนับจากปี 2546 จนถึงปี 2550 โดยเฉพาะจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการลดลงจนกระทั่งในปี 2552 ติดลบร้อยละ 2.98 โดยในปี 2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 14.15 ล้านคน ลดลงจากปี 2551 ซึ่งเป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงที่สุดคือประมาณ 14.58 ล้านคนสำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยก็มีอัตราการขยายตัวที่ลดลงเช่นกันโดยปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงมาจากเนื่องจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรักและการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ซึ่งมีผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมและมีผลทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยลดลงถึงร้อยละ 7.36

นอกจากนี้ในช่วงที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2551 ผลกระทบจากสถานการณ์การเมืองภายในประเทศที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นตลอดจนวิกฤติเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและยุโรปส่งผลกระทบต่ออัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยโดยนักท่องเที่ยวขยายตัวเพียงร้อยละ 0.83 ในปี 2551 จากการปิดสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมืองในปลายปี 2551 และลดลงถึงร้อยละ 2.98 ในปี 2552 จากเหตุการณ์ความรุนแรงในเดือนเมษายน 2552 ซึ่งรุนแรงกว่าการเกิดธรณีพิบัติภัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวในปี 2548 ที่ลดลงเพียงร้อยละ 1.15

2. นอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มลดลงแล้วยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไทยไปต่างประเทศกลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 1.64 ล้านคนในปี 2540 เป็น 4.02 ล้านคนในปี 2550 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 13.21 ต่อปีซึ่งมากกว่าอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยและจากข้อมูลปี 2546 จนถึงปี 2550 มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ลาวและประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกได้แก่ ฮองกงและญี่ปุ่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของประเทศในภูมิภาคแถบอาเซียนและเอเชียตะวันออกอื่น ๆ ที่นับเป็นคู่แข่งที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในอนาคต

3. ในส่วนของจำนวนผู้เข้าพักแรมในสถานพักแรมหรือโรงแรมก็มีแนวโน้มที่ลดลงในปี 2551 และ 2552 ตามลำดับโดยเป็นผลมาจากจำนวนผู้เข้าพักแรมชาวต่างประเทศที่มีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2549 ในขณะที่แนวโน้มจำนวนผู้เข้าพักแรมในสถานพักแรมที่เป็นชาวไทยมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่เป็นการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยทำให้สัดส่วนจำนวนผู้เข้าพักแรมชาวไทยต่อจำนวนผู้เข้าพักแรมรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.7 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 62.7 ในปี 2552

4. จากการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายค่าห้องพักต่อคนต่อวันสูงกว่าคนไทยประมาณ 2.23 เท่า ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมมาก อาจกล่าวได้ว่ารายได้ของประเทศที่มาจากธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารที่มีอัตราการขยายตัวติดลบน่าจะมีปัจจัยสำคัญมาจากการที่อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลงรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นจึงนับเป็นโจทย์สำคัญสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องหามาตรการรับมืออย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ด้านอุปทาน

ขณะที่แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงและจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักในสถานพักแรมก็มีแนวโน้มลดลงกลับพบว่าจำนวนสถานพักแรมและจำนวนห้องพักยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.17 และ 2.60 ต่อปีตามลำดับย่อมจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในธุรกิจบริการด้านโรงแรมและรีสอร์ทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นอกจากความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานแล้วยังมีปัจจัยสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทอีกด้วยไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรวมถึงกระแสนิยมการสื่อสารผ่านระบบสังคมออนไลน์รวมถึงการเปิดเสรีทางการค้าแนวโน้มของราคาน้ำมันแนวโน้มอัตราแลกเปลี่ยนล้วนมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการจะต้องมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและพยายามเร่งพัฒนาตนเองและเตรียมพร้อมอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ของคณะนักวิจัยให้ความสำคัญกับธุรกิจโรงแรมห้าดาวซึ่งเป็นกลุ่มโรงแรมที่แบ่งตามระดับชั้น ด้วยเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อและมีความต้องการความสะดวกและความสบายนับตั้งแต่การสำรองห้องพัก จนกระทั่งเดินทางกลับถึงภูมิลำเนาของตน โดยในกรุงเทพมหานคร มีรายชื่อโรงแรมระดับชั้น 5 ดาว จากการจัดแบ่งโดยสมาคมโรงแรมไทย ดังนี้

รายชื่อโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร

สมาคมโรงแรมไทยได้จัดทำการศึกษาข้อมูลจากโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนในกรุงเทพมหานคร และผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับห้าดาวในปี 2558 พบจำนวนโรงแรมระดับห้าดาวทั้งสิ้น 21 แห่งได้แก่

1. โรงแรมเซอราตัน แกรนด์ สุขุมวิท ตั้งอยู่ที่ 250 ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 02-6498888 โทรสาร 02-6498000
2. โรงแรมเอทัส ลุมพินี ตั้งอยู่ที่ 1030 ถนนพระราม 4 แขวงสี่แยกมหานาค เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 02 618 9555
3. โรงแรม เดอะแกรนด์โพรวิงส์คอนเวนชั่น ตั้งอยู่ที่ 333 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 02 378 8000
4. โรงแรมเดอะ สุโขทัย ตั้งอยู่ที่ 13/3 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 02-3448888 โทรสาร 02-3448899
5. โรงแรมรามาดา พลาซ่า แม่น้ำ ริเวอร์ไซด์ ตั้งอยู่ที่ 2074 ถนนเจริญกรุง เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 02-6881000 โทรสาร 02-2911048
6. โรงแรมบันยันทรี ตั้งอยู่ที่ 21/100 ถนนสาทรใต้ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 02-6791200 โทรสาร 02-6791199
7. โรงแรมเมโทรโพลิแทน ตั้งอยู่ที่ 9 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10130 โทรศัพท์ 02 625-3313 โทรสาร 02 625 3300
8. โรงแรมสวิสโซเทล เลอ คองคอร์ด ตั้งอยู่ที่ 204 ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10320 โทรศัพท์ 02-694-2222 โทรสาร 02-694-2223
9. โรงแรมคอนราด กรุงเทพ ตั้งอยู่ที่ 87 ถนนวิฑูย์ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 02-6909999 โทรสาร 02-690-9000

10. โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล ตั้งอยู่ที่ 973 ถนนเพลินจิตร ลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 02-656-0444 โทรสาร 02-656-0555
11. โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส ตั้งอยู่ที่ 444 มาบุญครองเซ็นเตอร์ ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 02-216-3700 โทรสาร 02-611-7039
12. โรงแรมอมารี วอเตอร์เกท ตั้งอยู่ที่ 847 ประตูน้ํา ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-653-9000 โทรสาร 02-653-9045
13. โรงแรมพูลแมน บางกอก คิงเพาเวอร์ ตั้งอยู่ที่ 8/2 ถนนรางน้ำ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-6809999 โทรสาร 02-6809998
14. โรงแรมวี ตั้งอยู่ที่ 117/39-40 ถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-3093939 โทรสาร 032-3093838
15. โรงแรมเดอะ สุโกศล กรุงเทพ ตั้งอยู่ที่ ถนนศรีอยุธยา แขวงทุ่งพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02 247 0123
16. โรงแรมดุสิตธานี ตั้งอยู่ที่ 946 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ 02-236-9999 โทรสาร 02-236-6400
17. โรงแรมแชงกรี-ลา ตั้งอยู่ที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ 02-236-7777 โทรสาร 02-236-8579
18. โรงแรมโซฟิเทล ตั้งอยู่ที่ 188 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ 02-2381991 โทรสาร 02-2381988
19. โรงแรมรอยัล ออคิด เชอราตัน ตั้งอยู่ที่ 2 ถนนเจริญกรุง ซอย 30 แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ 02-2660123 โทรสาร 02-2368320
20. โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ตั้งอยู่ที่ 1695 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 02-5411234 โทรสาร 02-5411087
21. โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ ตั้งอยู่ที่ 999/99 ถนนพระราม 1 แขวง ลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 02-100-1234 โทรสาร 02-100-6200

ในมุมมองของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การยอมรับและเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ให้เกิดคุณค่ามีหลายองค์ประกอบ เช่น การรับรู้ถึงความง่ายและประโยชน์จากการใช้งาน (Adams et al. 1992; Chau, 1996; Davis, 1989; Rotchanakitumnuai, & Speece, 2009) การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ยังเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมศาสตร์ที่ว่า การที่บุคคลหนึ่งจะทำสิ่งหนึ่ง ๆ ให้ลุล่วงได้ ควรจะมีความพร้อมที่จะทำสิ่งนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบงานที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล และมีทรัพยากรพร้อมที่จะใช้งาน (Ajzen, 2002; Bhattacharjee, 2000; Choudhury, & Karahanna, 2008; Pavlou, & Chai 2002; Taylor, & Todd, 1995) ในระดับองค์การการปรับใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ของบุคลากรในองค์การ เกิดจากปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนของผู้บริหาร ขนาดองค์การ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในองค์การ (Armstrong, & Sambamurthy, 1999) ปัจจัยภายนอกที่ทำให้องค์การมีการปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ แรงกดดันจากคู่แข่งหรืออุตสาหกรรม ธุรกิจโรงแรมและตัวแทนการท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่จากงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย พบว่า มีระดับความก้าวหน้า

ในการทำอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับการนำเสนอข้อมูลออนไลน์ และผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าความสมบูรณ์ในการมีคุณลักษณะในการนำเสนอข้อมูลออนไลน์ยังมีไม่ครบถ้วน ข้อมูลบางอย่างในปัจจุบันน่าจะกลายเป็นส่วนสำคัญที่ธุรกิจน่าจะมีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น การมีโปรชนียอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าติดต่อกลับ หรือการมีภาพแสดงแหล่งท่องเที่ยวหรือสินค้าและบริการมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 89.4 และร้อยละ 85 ตามลำดับ ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ถูกจัดอยู่ในระดับความก้าวหน้าเพียงระดับนี้ไม่ได้ให้ความสำคัญกับรายละเอียดของเว็บไซต์หรืออาจจะไม่ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบนเว็บไซต์มากเท่าที่ควรและไม่สามารถก้าวสู่ระดับความก้าวหน้าในขั้นการมีการสื่อสารแบบผสมผสานและติดต่อได้รวดเร็ว (Interactive and Emerging Online Communication) ความสามารถในการทำรายการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Transaction) และความเชื่อมโยงของระบบต่าง ๆ เพื่อการทำการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ของไทย (e-TourismSystem Integration)

เมื่อคณะนักวิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย แนวคิดการพัฒนาโปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยว และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ได้ทำการค้นคว้าหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและของต่างประเทศ เพื่อทบทวนหาตัวแปรที่สอดคล้อง สัมพันธ์และตัวแปรที่มีความต่างกัน จากงานวิจัยเรื่องแนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมของประชาชน กรุงเทพมหานคร เรื่องพฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน เรื่องความสัมพันธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว (e-Tourism) เรื่องภาพรวมของสมาร์ตโฟนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวในยุคของเทคโนโลยีที่ผสมผสานระหว่างโลกแห่งความเป็นจริง เข้ากับโลกเสมือนเทคโนโลยีที่มองไม่เห็น และการเดินทางอย่างชาญฉลาด คือ การเดินทางไปพร้อมกับสมาร์ตโฟน ดังนี้

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความแตกต่างของการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (InformationTechnology Assimilation) มาให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism) และระดับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism Progression) ของโรงแรมที่ดำเนินการในประเทศไทยทั้งขนาดใหญ่กลาง และย่อม การปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรหนึ่ง ๆ เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารของโรงแรมเห็นความสำคัญและสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับปัจจัยภายนอกพบว่า คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม ทำให้โรงแรมมีการปรับปรุงการให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์

ให้ดียิ่งขึ้น และปรับกลยุทธ์ด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการที่มีระดับสูง ในขณะที่ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับแรงกดดันจากการเข้าร่วม AEC ของไทยทำให้มีการปรับตัวในการให้บริการการท่องเที่ยวนานาชาติ และสร้างแรงกดดันให้โรงแรมต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในระดับไม่สูงมากนัก โดยรวม โรงแรมทั้งขนาดใหญ่ กลาง และย่อม ไม่มีความแตกต่างในการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการการท่องเที่ยวลูกเรือในส่วนของระดับความก้าวหน้าของการให้บริการการท่องเที่ยวลูกเรือของโรงแรมทั้งสามขนาดพบว่า โรงแรม โดยรวมมีความก้าวหน้าในระดับการนำเสนอข้อมูลออนไลน์ โรงแรมส่วนใหญ่มีการสื่อสารแบบผสมผสานและติดต่อได้รวดเร็วในระดับที่ไม่สูงมากนัก ในระดับของการทำรายการอิเล็กทรอนิกส์และความเชื่อมโยงของระบบต่าง ๆ เพื่อให้บริการการท่องเที่ยวลูกเรือของโรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับที่ไม่สูง โดยเฉพาะโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก และจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ความก้าวหน้าในการให้บริการการท่องเที่ยวลูกเรือมากขึ้น เช่น มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

สุชาติ พลาศัยภิรมย์ศิลป์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน พบว่าแนวโน้มการใช้งาน Mobile Device อย่างสมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนา Mobile Applications และเทคโนโลยีของตัวเครื่องโทรศัพท์จากค่ายผู้ผลิตโทรศัพท์ โดยเฉพาะการพัฒนาต่อยอดแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของบริษัทต่าง ๆ ที่แข่งขันกันเพื่อชิงความเป็นหนึ่งในตลาดด้าน Mobile Application ซึ่งการพัฒนาแอปพลิเคชันแบ่งเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันระบบ (Operation System) และแอปพลิเคชันซอฟต์แวร์ที่ตอบสนองการใช้งานบนอุปกรณ์ และด้วยแอปพลิเคชันที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้ผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่มีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ทำธุรกรรมทางการเงิน เชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือแม้แต่การเล่นเกมซึ่งมีทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ด้วยอัตราการขยายตัวด้านการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ ทำให้บริษัทชั้นนำด้านโทรศัพท์มือถือหลายแห่งหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาโปรแกรมบนโทรศัพท์มือถือ โดยเชื่อว่าอัตราการดาวน์โหลดเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด

ทาริกา ปัญญาดี (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนของประชาชน กรุงเทพมหานคร ผลวิจัยสรุปได้ ดังนี้ (1) ลักษณะประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 29 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท (2) พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้ใช้ในประเทศไทย พบว่า ประชาชนใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ NOKIA ใช้ระบบ AIS ใช้แบบเติมเงิน ใช้มากกว่าวันละ 6 ครั้ง ระยะเวลาการใช้ต่อครั้ง 1 - 5 นาที และจะใช้ช่วงกลางวันเป็นส่วนใหญ่ (3) ข้อมูลการใช้เทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนของประชาชนในประเทศไทย ส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีที่มากับตัวเครื่อง จำนวนที่ใช้ 1 - 5 แอปพลิเคชัน ราคาต่ำกว่า 20 บาท ใช้ Social Network เป็นประจำ และใช้เป็นประจำทุกวัน (4) การได้รับประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชันเพื่อแชท (chat) กับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ได้รับความบันเทิงผ่อนคลาย ได้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคม (Social Network) การให้

คำปรึกษาของผู้ให้บริการมีให้เลือกหลากหลายช่องทาง และจากคำปรึกษาได้ความสะดวกรวดเร็วผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ผู้ที่มีอายุ 15 - 19 ปี มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่าอายุ 40 ปีขึ้นไป ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่ารับจ้าง (2) ผู้ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ BlackBerry มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่าผู้ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Nokia ผู้ที่ใช้วิธีชำระเงินแบบเติมเงินมีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่าที่ใช้วิธีชำระเงินแบบรายเดือน (3) ผู้ที่มีจำนวนเทคโนโลยีที่ใช้มากกว่า 15 แอปพลิเคชัน มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน มากกว่า ผู้ที่มีจำนวนเทคโนโลยีที่ใช้ 11 - 15 แอปพลิเคชัน ผู้ที่ใช้เทคโนโลยีบนมือถือทุกวัน มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่าผู้ใช้เทคโนโลยีบนมือถือนาน ๆ ครั้ง (4) ผู้ที่ได้รับประโยชน์จาก Social Network มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่าผู้ที่ได้ประโยชน์จากอื่น ๆ การให้คำปรึกษา การเอาใจใส่ดี มีการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมากกว่าเข้าใจง่าย

นุชรินทร์ ศรีสุวรรณ (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ซึ่งได้ศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้งาน และปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ ส่วนใหญ่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 24 - 26 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสบการณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1 - 3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์โดยเฉลี่ยต่อเดือน 500 - 1,000 บาท ยี่ห้อโทรศัพท์ที่นิยมใช้งานคือ Nokia ระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้คือ Symbian OS และมีความถี่ในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ครั้งต่อวัน ส่วนมากให้ความสำคัญกับเลือกใช้อุปกรณ์ให้ตรงต่อความต้องการ และต้องการความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา

ลินจง โพชารี (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว (e-Tourism) พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 29,999 บาท ซึ่งพบว่า (1) ประสบการณ์การใช้เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ใช้บริการมีความถี่ในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ ภายในปีที่ผ่านมา 1 - 3 ครั้ง โดยสื่อที่ทำให้รู้จักและเลือกใช้บริการเว็บไซต์ e-Tourism คือการค้นหารายชื่อเว็บไซต์จากเว็บค้นหาหรือเว็บรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ผ่านมาน้อย (2) ความพึงพอใจในการใช้บริการ e-Tourism พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐานการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสูง ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมรายด้านเท่ากับ 3.77 โดยพอใจระดับสูงที่ความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ที่ช่วยในการค้นหาข้อมูล ด้านระบบบริการสั่งซื้อ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสูง ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมรายด้านเท่ากับ 3.64 โดยพอใจระดับสูงที่ขั้นตอนในการซื้อสินค้าและบริการ และความชัดเจนในการชี้แจงวิธีการสั่งซื้อและการให้บริการ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสูง ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมรายด้านเท่ากับ

3.47 โดยพอใจระดับสูงที่การชี้แจงถึงวิธีการรักษาความปลอดภัยบนเว็บไซต์ และการรับรองความปลอดภัยในการชำระเงินจากสถาบันการเงิน ธนาคาร ด้านการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสูง ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมรายด้านเท่ากับ 3.72 โดยพอใจระดับที่การให้คำปรึกษา แนะนำการบริการใหม่ๆ หลังการใช้บริการ การประกันการซื้อสินค้าและบริการในปัจจุบัน (3) ปัจจัยทางการตลาดของ e-Tourism ระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดีมาก ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.83 ระดับความคิดเห็นด้านราคาอยู่ในระดับดีมาก ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.94 ระดับความคิดเห็นด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับดีมาก ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.84 ระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการอยู่ในระดับดีมาก ที่ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.99 (4) เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลักในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่าน e-Tourism (5) ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ ด้านระบบบริการสั่งซื้อ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ด้านการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่าน e-Tourism ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 (6) ปัจจัยทางการตลาดของ e-Tourism ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่าน e-Tourism ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

Zornitza, Dimitrios, & Christos (2555: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพรวมของอุปกรณ์สมาร์ตโฟนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวในยุคของเทคโนโลยีที่ผสมผสานโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนเทคโนโลยีที่มองไม่เห็น เทคโนโลยีที่ใสใจและเทคโนโลยีปรับตัวตอบสนองการบริการที่เกี่ยวข้องให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวจากทุกที่ทุกเวลาอาจจะไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตอีกต่อไป วิสัยทัศน์หรือกระบวนการทัศน์ใหม่จะแสดงถึงการทำงานร่วมกันของอุปกรณ์มือถือการรับรู้ และบริบทที่ผสมผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) ที่จะมีศักยภาพในการเพิ่มประสบการณ์ใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยได้รับมาก่อน การวิจัยได้ศึกษาถึงภาพรวมของสมาร์ตโฟนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวรวมถึงแนวโน้มที่จะทำให้เกิดความท้าทายในการออกแบบแอปพลิเคชันในปัจจุบัน ในโลกของ AR (Augmented Reality) และการศึกษาค้นคว้านี้จะเป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยอย่างต่อเนื่องถึงการพัฒนาความเข้าใจที่ดีขึ้นของการออกแบบพื้นที่บนสมาร์ตโฟนตามบริบทการใช้งาน AR (Augmented Reality) สำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

Katelyn (2555: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการเดินทางอย่างชาญฉลาด คือการเดินทางไปพร้อมกับสมาร์ตโฟน เทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทุกวัน การเจริญเติบโตของเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลของการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี วิชยานิพนธ์ฉบับนี้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากประวัติศาสตร์จนถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันโดยเฉพาะจากอินเทอร์เน็ตที่เป็นแอปพลิเคชันบนมือถือหรือสมาร์ตโฟน ทั้งนี้การศึกษาดังกล่าวจะมุ่งเน้นไปที่การใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการบริโภคของผู้ใช้งาน ซึ่งแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการท่องเที่ยวนั้น สามารถดาวน์โหลดลงในสมาร์ตโฟน ติดตัวและเดินทางไปกับผู้ใช้งานได้ทุกที่ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงสิ่งที่ปัจจัยเกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนข้อมูลสำหรับการเดินทางในนิตยสารของประเทศฟินแลนด์ ชื่อ Matkaopas ที่แนะนำให้ผู้อ่านได้ทราบถึงแอปพลิเคชัน

บนมือถือสำหรับการท่องเที่ยวอีกด้วย ขอบเขตของการศึกษาจะเป็นการหาผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการท่องเที่ยว ก่อนที่จะมีการออนไลน์ด้วยตนเองตามการสำรวจของ Webropol โดยมีองค์ประกอบของคำถามในแบบสอบถามของการวิจัย ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อใช้แอปพลิเคชันเคลื่อนที่สำหรับการท่องเที่ยว และสามารถใช้งานแอปพลิเคชันในการเดินทางทั่วโลกอย่างมีประสิทธิภาพมาก ผลลัพธ์ที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้จากคำถามและมุมมองของผู้ตอบแบบสอบถาม จากคำตอบหลายทางเลือกในลักษณะที่เป็นคำถามเปิด

Hoffman, & Bateson (2549: บทคัดย่อ) สรุปลเกี่ยวกับการบริการว่าการบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของผู้มารับบริการโดยต้องสร้างระบบการบริการที่มีคุณภาพซึ่งต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลักคือต้องรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการอย่างต่อเนื่องให้บริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจบริการที่เป็นไปตามที่ให้อำนาจหรือตามที่เสนอไว้รูปแบบการให้บริการที่หลากหลายจะต้องไม่ลดคุณภาพบริการหลักที่มีอยู่เดิมการให้บริการต้องมีการปรับปรุงได้ดีขึ้นเสนอบริการที่เกินความคาดหวังแก่ผู้รับบริการที่ทีมงานต้องพร้อมเสมอให้มีการวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และรูปแบบการบริการต้องมีรูปแบบที่พิเศษอยู่ในระดับเป็นผู้นำในการบริการนั้น ๆ ดังนั้นการให้บริการจึงควรคำนึงถึงหลักการสำคัญดังนี้คือ (1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่กล่าวคือประโยชน์หรือบริการที่องค์การจัดให้จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะมิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย (2) หลักความสม่ำเสมอกล่าวคือบริการนั้นจะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อความพึงพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติ (3) หลักความเสมอภาคกล่าวคือบริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการอย่างเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน (4) หลักความประหยัดกล่าวคือค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการให้บริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับและ (5) หลักความสะดวกกล่าวคือบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนักทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้มาใช้บริการมากจนเกินไปโดยให้เอกชนมาร่วมดำเนินการแทนงานบางอย่างที่มีใช้งานหลักเน้นลูกค้าหรือผู้รับบริการมีการกระจายอำนาจสนับสนุนให้หน่วยงานที่มีใช้ภาครัฐมีบทบาทมากขึ้น (Rhodes: 1996)

นอกจากงานวิจัยแล้วยังมีแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาสถานที่ต่าง ๆ และมีความสมบัติและฟังก์ชันการทำงานพอสังเขป ดังนี้

Tourist Buddy แอปพลิเคชันประเภทการท่องเที่ยว ภาษาอังกฤษ พัฒนาโดย Yanisa Vanichachiva ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยอัจฉริยะเสมือนจริงในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว คุณสมบัติคือสามารถดูรายชื่อ ข้อมูลสถานที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ของสถานีดำรงจท่องเที่ยวและหน่วยบริการประชาชนที่อยู่ใกล้ผู้ใช้งานมากที่สุดทุกที่ในประเทศไทย แสดงผลที่ตั้งของสถานีดำรงจท่องเที่ยวบนแผนที่ ตลอดจนข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์ที่จำเป็น เช่น สายด่วน 1155 หมายเลขโทรศัพท์สนามบินทุกแห่ง ค่าเตือนและข้อปฏิบัติของนักท่องเที่ยว ข้อมูลสิ่งอันตราย รวมถึงพฤติกรรมของกลุ่มมิจฉาชีพที่สำคัญจะมีพิกัดและสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศ ข้อมูลเทศกาลท่องเที่ยวตลอดทั้งปี จากการ

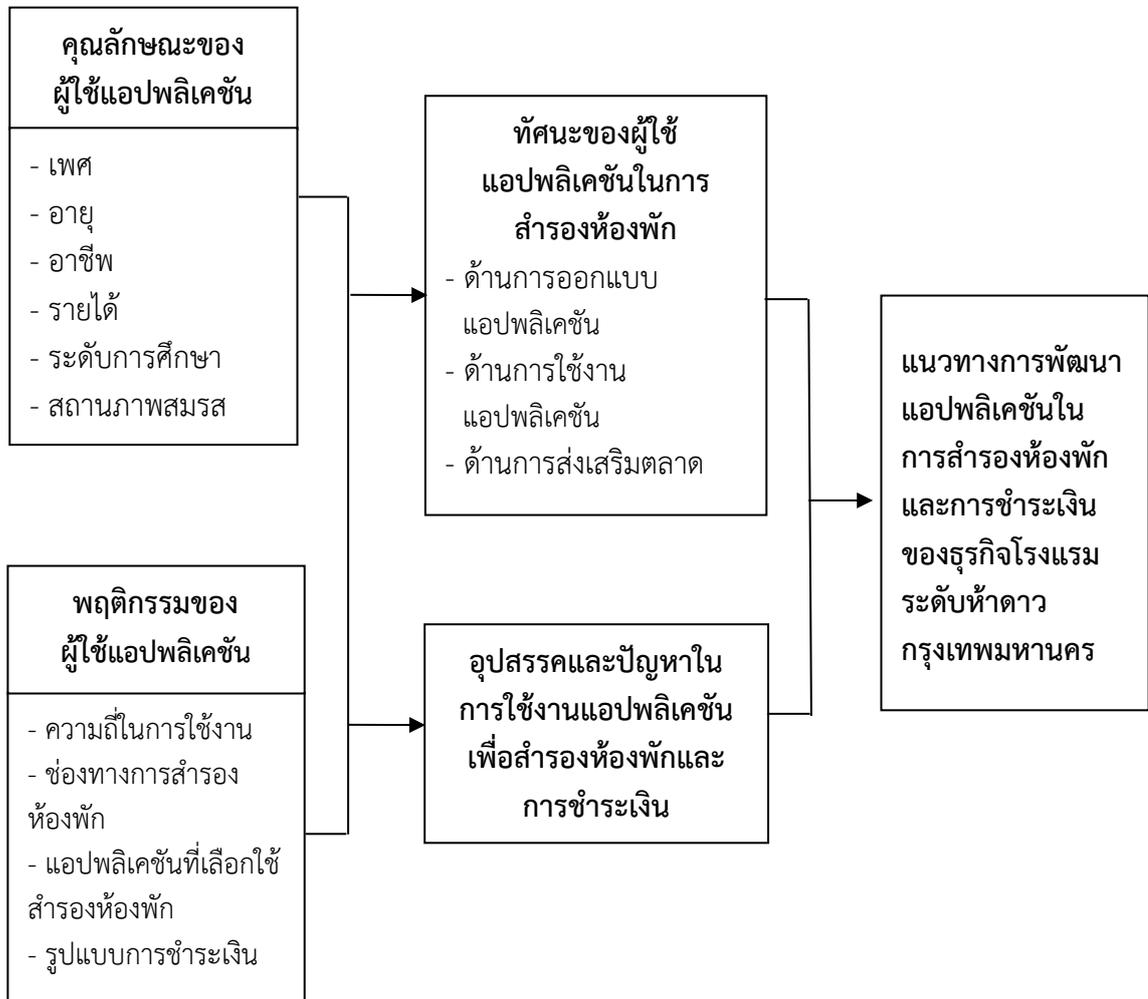
ทดสอบการใช้งานพบข้อดีของแอปพลิเคชันคือเลือกภาษาได้สองภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีข้อมูลให้เลือกหลากหลาย ส่วนข้อด้อยคือ หมุดพิกัดมีขนาดใหญ่ทำให้หมุดซ้อนกันมากทำให้ไม่สะดวกในการค้นหา

Around Me แอปพลิเคชันจากต่างประเทศประเภทวิถีชีวิต (Lifestyle) ภาษาอังกฤษ พัฒนาโดย Attorno A Me S.R.L.© สำหรับ Attomo A Me S.R.L. มีให้เลือกการใช้งานได้หลายภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ภาษาอิตาลี ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาโปรตุเกส ภาษารัสเซีย และภาษาสเปน คุณสมบัติหลัก สามารถช่วยค้นหาสถานที่ที่อยู่ใกล้ที่สุด เช่น ร้านอาหาร ธนาคาร สถานีบริการน้ำมัน สถานีบริการแก๊ส สถานีบริการรถแท็กซี่ ซูเปอร์มาร์เก็ต สถานบันเทิง ร้านกาแฟ โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม และที่เด่นที่สุดคือบริการเสริมที่มีคุณลักษณะความเป็นจริงและให้ทิศทาง GPS ที่ขับเคลื่อนไปยังปลายทางที่ผู้ใช้เลือก จากการทดสอบการใช้งานพบข้อดีของแอปพลิเคชันคือรองรับการใช้งานหลายภาษา และมีข้อมูลใช้ให้เลือกได้หลากหลาย ส่วนข้อด้อยที่พบคือ เมื่อเริ่มเข้าใช้งานการประมวลผลจะช้า ไอคอนไม่สื่อความหมายกับอรรถประโยชน์ของการสื่อสาร

Trivago แอปพลิเคชัน ค้นหาโรงแรม สำหรับวันหยุดพักผ่อนที่สุดแสนวิเศษหรือว่าติดต่อธุระการงานต่าง ๆ ก็สามารถโหลดติดมือถือเอาไว้ค้นหาสถานที่พัก ค้นหาโรงแรม จองที่พัก ที่ถูกใจเพื่อความสะดวก ใช้ง่าย ใช้งดี สามารถค้นหาและเทียบราคาโรงแรมกว่า 1,000,000 ที่จาก 200 เว็บไซต์ จองโรงแรมทั่วโลก แคใส่สถานที่หรือชื่อโรงแรม ใส่วันที่เดินทาง และกดค้นหา สามารถหาดีลราคาที่ดีที่สุด และจองห้องพักได้ทันที ค้นหาโรงแรม ค้นหาที่พัก นี้รวบรวมข้อมูลที่พิกจำนวนมากเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบราคาห้องพัก โดยค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์ Agoda เว็บไซต์ Booking.com เว็บไซต์ Expedia และอื่น ๆ รวมถึงการอ่านรีวิวจากเว็บไซต์จองโรงแรมต่าง ๆ เช่น Expedia โปรแกรม Hotels.com โปรแกรม Booking.com มารวมไว้ในที่เดียว เป็นที่รวบรวมที่พัก โรงแรม พร้อมแผนที่การเดินทางไปยังที่พัก สะดวกครบครัน เพื่อให้คุณวางแผนการเดินทางได้ง่ายยิ่งขึ้น

การศึกษาและข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนจะได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้งาน ผลลัพธ์ของการใช้งานจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความง่ายต่อการใช้งานและความสะดวกสบายจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนสำหรับการท่องเที่ยวและการสำรองห้องพักโรงแรม ดังนั้น ความหมายที่แท้จริงสำหรับการท่องเที่ยว นั้น ผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งปันประสบการณ์ของพวกนักท่องเที่ยวในทันที (Real Time) และงานวิจัยจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของโรงแรมระดับห้าดาว สำหรับนักพัฒนาที่ได้รับความคิดและแรงบันดาลใจจากผู้ใช้งานโดยตรง โดยคณะนักวิจัยได้ออกแบบกรอบแนวคิดตามที่นำเสนอในภาพที่ 2.4

8. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เมื่อออกแบบแนวคิดการวิจัยแล้วคณะนักวิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยต่อไปเพื่อหาแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมห้าดาว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร คณะนักวิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งที่มา 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ทัศนคติความต้องการ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันที่สามารถสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งที่ได้มาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการใช้แบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา รวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งมีผู้ที่ได้ศึกษาค้นคว้าไว้แล้ว ทั้งที่อยู่ในรูปแบบเอกสาร ตำรา บทความ เว็บไซต์ ฯลฯ เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

โดยวิธีการศึกษาและการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะนักวิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาวิจัยทั้งระเบียบวิธีวิจัยที่เป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ซึ่งเป็นวิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ที่มีลักษณะผสมผสานจากการวิจัยเชิงปริมาณ ที่คณะนักวิจัยจะทำการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม ทัศนคติ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ซึ่งจะสำรวจข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาว นอกจากนี้คณะนักวิจัยยังได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมปัญหา อุปสรรค และความต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ รวมถึงแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้แก่ ผู้มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมตัวแทนผู้ผลิตหรือพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนและตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้รับผิดชอบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรมระดับห้าดาว เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ประชากร ประกอบด้วย

1.1.1 ผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร

1.1.2 ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร และผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวกรุงเทพมหานคร ดังนี้

คณะนักวิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาวกรุงเทพมหานคร สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการสำรองห้องพักโรงแรมและการชำระเงิน ทักษะ อุปสรรคและปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและชำระเงิน สำหรับวิธีการหากลุ่มตัวอย่างคณะนักวิจัยใช้วิธีการการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร หรือกรณีที่ประชากรไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) สามารถคำนวณได้จากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 1088) โดยกำหนดให้ช่วงความเชื่อมั่นเป็น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

- เมื่อ
- n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 - P แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด
 - E แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
 - Z แทน ระดับความเชื่อมั่น ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

คณะนักวิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 หรือ .50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ .05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{.05^2} \\ &= \frac{(.50)(.50)(3.8416)}{.0025} \\ &= \frac{.9604}{.0025} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ราย} \end{aligned}$$

ดังนั้นคณะนักวิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจำนวน 385 ราย โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากผู้มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้า

ดาวกรุงเทพมหานคร ที่กำหนดโดยสมาคมโรงแรมไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 21 แห่ง ได้แก่ (1) โรงแรม เอทัส ลุมพินี (2) โรงแรมอมารี วอเตอร์เกท (3) โรงแรมบันยันทรี (4) โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลลาดพร้าว (5) โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ (6) โรงแรมคอนราด (7) โรงแรมดุสิตธานี (8) โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ (9) โรงแรมเมโทรโพลิแทน (10) โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส (11) โรงแรมพูลแมน บางกอก คิงเพาเวอร์ (12) โรงแรมรามาดา พลาซ่า แม่น้ำ ริเวอร์ไซด์ (13) โรงแรมรอยัล ออคิด เซอราตัน (14) โรงแรมแชงกรี - ลา (15) โรงแรม เซอราตัน แกรนด์ สุขุมวิท (16) โรงแรมโซฟิเทล 17) โรงแรมสวิสโซเทล เลอ คองคอร์ด (18) โรงแรม เดอะแกรนด์โพรวิงส์คอนเวนชัน (19) โรงแรมเดอะ สุโขทัย (20) โรงแรมเดอะ สุโกศล กรุงเทพ และ (21) โรงแรมวี รวม 346 ชุด

ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 21 แห่ง (สมาคมโรงแรมไทย, 2559) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การกระจายจำนวนตัวอย่างจากโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เขตพื้นที่

| เขต | จำนวนโรงแรมห้าดาว ในเขตพื้นที่ | ร้อยละ | จำนวนตัวอย่างในเขต (ชุด) | | |
|------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| | | | เป้าหมาย* | ได้รับคืน จาก โรงแรม | ระบบ ออนไลน์ และเก็บ เพิ่ม** |
| บางรัก | 4 | 19.05 | 80 | 50 | 24 |
| ปทุมวัน | 4 | 19.05 | 80 | 62 | 14 |
| สาทร | 4 | 19.05 | 80 | 60 | 14 |
| ราชเทวี | 3 | 14.29 | 55 | 35 | 13 |
| พญาไท | 1 | 4.76 | 15 | 10 | 3 |
| คลองเตย | 1 | 4.76 | 15 | 6 | 3 |
| ห้วยขวาง | 1 | 4.76 | 15 | 14 | 1 |
| บางคอแหลม | 1 | 4.76 | 15 | 15 | |
| จตุจักร | 1 | 4.76 | 15 | 12 | |
| บางกะปิ | 1 | 4.76 | 15 | 10 | |
| รวม | 21 | 100.00 | 385 | 274 | 72 |

หมายเหตุ

*นักวิจัย ขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในโรงแรมในความร่วมมือเก็บรวบรวม ข้อมูล

**นักวิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ และเก็บข้อมูลเพิ่มบริเวณด้านนอกโรงแรมที่เป็นลูกค้าของโรงแรมในแต่ละเขตให้ได้ใกล้เคียงกับค่าเป้าหมาย

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อได้จำนวนตัวอย่างมาแล้ว คณะนักวิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยเลือกการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจำแนกตามเขตพื้นที่ที่สังกัดได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกตัวอย่างตามพื้นที่และเทียบสัดส่วน เพื่อหาขนาดที่เหมาะสมในแต่ละเขต โดยเก็บข้อมูลตามตารางที่ 3.1

1.4 เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณที่ใช้ในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณที่สร้างโดยคณะนักวิจัยรวบรวมข้อมูลจากตำรา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในบทที่ 2 เป็นกรอบตัวแปร เพื่อทำการวิเคราะห์ออกแบบเครื่องมือวิจัยที่เป็นแบบสอบถามโดยเนื้อหาในแบบสอบถามจะครอบคลุมประเด็นการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ความต้องการด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง ให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านตรวจสอบพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนภาษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยการหาค่าดัชนีความเหมาะสมระหว่างข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะของเนื้อหา (IC) ดังนี้ ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้น สามารถวัดได้ ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่สามารถวัดได้ จากนั้นพิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IC ไม่น้อยกว่า .70 หากข้อคำถามใดมีค่าต่ำกว่า .60 นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญผลการวิเคราะห์ จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อพิจารณาอีกครั้ง ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .985 ผลการวิเคราะห์แสดงในภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ตามตารางที่ 3.1 เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม ทิศนะความต้องการ ปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับการศึกษาและสถานภาพการสมรส ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มีหลายตัวเลือกให้ตอบตามความเหมาะสม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของตัวอย่าง ได้แก่ ช่องทางการสำรองห้องพัก โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 3 ระดับ โดยมีเกณฑ์การกำหนดคะแนนแต่ละระดับ กล่าวคือ ระดับ 0 หมายถึง ไม่เคยใช้งาน ระดับหนึ่ง ใช้งานบางครั้ง และ ระดับ 2 คือใช้งานสม่ำเสมอ

คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การสำรองห้องพัก แอปพลิเคชันที่เลือกใช้ในการสำรองห้องพัก และรูปแบบการชำระเงินเมื่อจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มี 3 ตัวเลือกให้เลือกตอบตามสภาพจริงที่ได้กล่าวแล้ว

ส่วนที่ 3 ทิศนะความต้องการของตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของตัวอย่างแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับผู้ใช้งาน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน และด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชันโดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การกำหนดคะแนนแต่ละระดับ กล่าวคือ ระดับ 1 มีความต้องการใช้งานน้อยที่สุด ระดับ 2 มีความต้องการใช้งานน้อย ระดับ 3 มีความต้องการใช้งานปานกลาง ระดับ 4 มีความต้องการใช้งานมาก และระดับ 5 มีความต้องการมากที่สุด เพื่อหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) โดยการแปลความหมายค่าเฉลี่ยแบบ 5 ระดับ โดยทุกระดับมีช่วงค่าเท่ากัน จะเห็นว่าได้ค่าสูงสุดคือ 5 คะแนน และค่าต่ำสุดคือ 1 ช่วงห่าง (พิสัย) ของคะแนนทั้งหมด เท่ากับ 5 - 1 เท่ากับ 4 ต้องจัดแบ่ง 5 ระดับ ดังนั้นแต่ละระดับจะมีช่วงห่าง เท่ากับ $4/5$ เท่ากับ 0.8 โดยแต่ละช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แปลความหมาย ความต้องการระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แปลความหมาย ความต้องการระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แปลความหมาย ความต้องการระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แปลความหมาย ความต้องการระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แปลความหมาย ความต้องการระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันและอุปสรรคในการใช้แอปพลิเคชัน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 3 ระดับ โดยมีเกณฑ์การกำหนดคะแนนแต่ละระดับกล่าวคือ ระดับ 0 ไม่เคยพบปัญหาหรืออุปสรรคนั้น ระดับ 1 พบปัญหาหรืออุปสรรคนั้น นาน ๆ ครั้ง และระดับ 2 พบปัญหาและอุปสรรคนั้นประจำสม่ำเสมอ ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย นักวิจัยกำหนดแบ่งระดับปัญหาและอุปสรรคนั้นเป็น 3 ระดับ โดยมีความกว้างของชั้น (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543, หน้า 9) ดังนี้ ความกว้างของชั้น มีค่าเท่ากับ (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)/จำนวนชั้น จะได้ว่า ความกว้างของชั้น เท่ากับ $(2-0)/3$ เท่ากับ 0.66 การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) แบบ 3 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.34 - 2.00 หมายถึง พบปัญหาและอุปสรรคนั้นประจำสม่ำเสมอ

ค่าเฉลี่ย 0.67 - 1.33 หมายถึง พบปัญหาและอุปสรรคนั้นนาน ๆ

ค่าเฉลี่ย 0.00 - 0.66 หมายถึง ไม่ค่อยพบปัญหาและอุปสรรคนั้น

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน

1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร และผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร จากจำนวน 10 เขต ได้แก่ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตสาทร เขตราชเทวี เขตจตุจักร เขตคลองเตย เขตพญาไท เขตห้วยขวาง เขตบางคอแหลม และเขตบางกะปิ โดยทุกเขตเป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บข้อมูลในแต่ละแห่งจะมีอุปสรรคค่อนข้างมากในการที่จะไม่เป็นการรบกวนผู้เข้าพักหรือใช้บริการ รวมโรงแรม 21 แห่ง ประกอบด้วยโรงแรม (1) โรงแรมเอทส์ ลุมพินี (2) โรงแรมอมารี วอเตอร์เกท (3) โรงแรมบันยันทรี (4) โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์แอท เซ็นทรัลลาดพร้าว (5) โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ (6) โรงแรมคอนราด (7) โรงแรมดุสิตธานี (8) โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ (9) โรงแรมเมโทรโพลิแทน (10) โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส (11) โรงแรมพูลแมน บางกอก คิงเพาเวอร์ (12) โรงแรมรามาดา พลาซ่า แม่น้ำ ริเวอร์ไซด์ (13) โรงแรมรอยัล ออคิด เชอราตัน (14) โรงแรมแชงกรี-ลา (15) โรงแรมเชอราตัน แกรนด์ สุขุมวิท (16) โรงแรมโซฟิเทล (17) โรงแรมสวิสโซเทล เลอ คองคอร์ด (18) โรงแรมเดอะแกรนด์ไพล์ วิงส์คอนเวนชั่น (19) โรงแรมเดอะ สุโขทัย (20) โรงแรมเดอะ สุโกศล กรุงเทพ และ (21) โรงแรมวี

คณะนักวิจัยได้ดำเนินในสองลักษณะกล่าวคือ ลักษณะการเก็บข้อมูลจากโดยการขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารของโรงแรม และพนักงานโรงแรมดังกล่าวในการประสานงานเพื่อขอความร่วมมือจากผู้เข้าพักในโรงแรม และพนักงานที่เกี่ยวข้องกับสาระการประเมินตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในรูปแบบเอกสารของแบบสอบถามทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการกำหนด QR Code ของแบบสอบถามออนไลน์ ในขณะเดียวกันการเก็บรวบรวมข้อมูลอีกลักษณะหนึ่งนั้นคณะนักวิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยได้รับแบบสอบถามคืนมาทั้งสิ้น 370 ชุด แต่มีความสมบูรณ์ของข้อมูล 346 ชุด จากแผนการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 385 ชุด คิดเป็นร้อยละ 89.87 ทั้งนี้คณะนักวิจัยได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาประเด็นความสมบูรณ์ โดยมีผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลายรายไม่สะดวกในการให้ข้อมูลโดยการเขียน คณะนักวิจัยในการป้อนประเด็นและการอ่านคำตอบให้ผู้รับบริการเลือกแล้วทำการเลือก

1.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อคณะนักวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะนักวิจัยดำเนินการดังนี้

1.6.1 ตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและคัดเฉพาะฉบับที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์เพื่อทำการประมวลผลต่อไป

1.6.2 ลงรหัส โดยนำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

1.6.3 ประมวลผลข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสเรียบร้อยแล้วบันทึกข้อมูลในรูปแบบแฟ้มข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ แล้วใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยในการประมวลผลข้อมูลเพื่อนำเสนอข้อมูลในลักษณะคำบรรยายประกอบตาราง

1.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1.7.1 สถิติที่ใช้ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยผลการทดสอบได้ค่า Reliability Statistics เท่ากับ .985

1.7.2 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กล่าวคือ การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ทิศนะความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบสมมติฐาน การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

1.7.3 สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1.7.3.1 การวิเคราะห์ค่าที (Independent-Samples t-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.7.3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อหาความแตกต่างของทัศนคติความต้องการใช้แอปพลิเคชันจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

สำหรับเครื่องมือเชิงคุณภาพที่ใช้ในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ การรวบรวมประเด็นหลัก ๆ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณมาใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรม ตัวแทนของผู้พัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนและตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวหรือผู้รับผิดชอบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรม ดังนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมตัวแทนผู้พัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนและตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวหรือผู้รับผิดชอบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ราย ได้แก่ กลุ่มผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรม กลุ่มตัวแทนผู้ผลิตหรือพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว

คณะนักวิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบการสัมภาษณ์ที่กำหนดประเด็นกว้าง ๆ จากแบบเพื่อการสัมภาษณ์เจาะลึกถึงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคความต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน รวมถึงแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ดังนี้

2.2 วิธีการสุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) ประกอบด้วย

2.2.1 วิธีการสุ่มแบบใช้วิจารณญาณ (Judgmental sampling) กับบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับพัฒนาแอปพลิเคชัน ผู้ดูแลระบบงาน ผู้ใช้งานและหัวหน้างานผู้ที่ต้องมีส่วนช่วยให้ผู้รับบริการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

2.2.2 วิธีการสุ่มแบบก้อนหิมะ (Snow ball sampling) โดยผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลแนะนำบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องและเหมาะสมที่จะให้ข้อมูลได้จนครบตามจำนวน 30 ราย

2.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพในที่นี้ คณะนักวิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลการวิจัยสรุปความต้องการและแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร เมื่อคณะนักวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละวันตามที่ได้นัดหมาย และได้บันทึกข้อมูลด้วยวิธีการการจดบันทึกในแบบฟอร์ม รวมทั้งมีการบันทึกภาพตามแต่โอกาส ซึ่งคณะนักวิจัยจะพยายามเรียบเรียง สรุป และทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้ในแต่ละวันที่มีการดำเนินการ และทำการรวบรวมบันทึกไว้ในแฟ้มข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีการจัดเก็บโดยแบ่งข้อมูลตามประเภทกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และจัดเรียงตามวันที่ทำการสัมภาษณ์ เพื่อเตรียมนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไปการกำหนดรหัสกำกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่ม และใช้จรรยาบรรณนักวิจัย ซึ่งคณะนักวิจัยได้กำหนดรหัสดังนี้ กลุ่มผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรม เป็น U กลุ่มตัวแทนผู้ผลิตหรือพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเป็น D กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว เป็น H การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณ และขยายองค์ความรู้ให้มีความละเอียด ชัดเจนมากขึ้น

2.4 การตรวจสอบข้อมูล คณะนักวิจัยได้มีการจัดการข้อมูลทำการเก็บรวบรวมแต่ละรูปแบบให้เป็นหมวดหมู่แล้วหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจากการวิจัยพื้นฐาน (Basic research) ที่เน้นการค้นหาปัจจัยจะเริ่มจากเชิงปริมาณก่อน ทำให้เสร็จสมบูรณ์จนพบปัจจัยด้านบริบทที่ให้ผลต่อตัวแปรตาม แล้วต้องการสืบค้นต่อจึงตามด้วยคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมตามประเด็นที่สนใจนั้น ๆ ซึ่งคณะนักวิจัยได้กำหนดขั้นตอนกำหนดกลุ่มข้อมูลที่ให้รหัสแล้วตามประเด็นหลักและประเด็นย่อย วิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้จากการจำแนกและจัดกลุ่ม นำเสนอเป็นความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเชื่อมโยงประเด็นหรือหาแนวทางเพื่อยืนยันผลคณะนักวิจัย การตรวจสอบข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมด้วยวิธีการที่กล่าวมาแล้ว คณะนักวิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย

3. สถานที่เก็บข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่วิจัย ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 10 เขต ได้แก่ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตสาทร เขตราชเทวี เขตจตุจักร เขตคลองเตย เขตพญาไท เขตบางคอแหลม เขตห้วยขวาง และเขตบางกะปิ จำนวน 21 โรงแรม ได้แก่ 21 แห่ง ได้แก่ (1) โรงแรมเอทัส ลุมพินี (2) โรงแรมอมารี วอเตอร์เกท (3) โรงแรมบันยันทรี (4) โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์แอท เซ็นทรัลลาดพร้าว (5) โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ (6) โรงแรมคอนราด (7) โรงแรมดุสิตธานี (8) โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ (9) โรงแรมเมโทรโพลิแทน (10) โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส (11) โรงแรมพูลแมน บางกอก คิงเพาเวอร์ (12) โรงแรมรามาดา พลาซ่า แม่น้ำ ริเวอร์ไซด์ (13) โรงแรมรอยัล ออคิด เชอราตัน (14) โรงแรมแซงกรี-ลา (15) โรงแรมเชอราตัน แกรนด์ สุขุมวิท (16) โรงแรมโซฟิเทล 17) โรงแรมสวิสโซเทล เลอ คองคอร์ด(18) โรงแรมเดอะแกรนด์ไพล์วิงส์คอนเวนชั่น(19) โรงแรมเดอะ สุโขทัย (20) โรงแรมเดอะ สุโกศล กรุงเทพ และ (21) โรงแรมวี

4. ระยะเวลาทำการวิจัย

โครงการวิจัยนี้กำหนดระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี 9 เดือน ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2558 ถึง 31 กรกฎาคม 2560

5. การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คณะนักวิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา ระเบียบวิธีวิจัยและมีประสบการณ์ทางการวิจัยมาเป็นอย่างดี จำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความและตัวแปร แล้วนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วมาพิจารณาแก้ไขปรับปรุง จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา สวนมะลิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศาสน์ นิยม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรภัทร อินทรวรพัฒน์

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขไปดำเนินการทดลองใช้กับผู้ที่มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมตัวแทนผู้พัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนและตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวหรือผู้รับผิดชอบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรม ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด

4. นำแบบสอบถามที่เป็นชุดทดลองมาทำการวิเคราะห์และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สำหรับแบบสัมภาษณ์ คณะนักวิจัยได้ทำการปรึกษากับผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราณัฐ โสภา ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม และรองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คุรุรัช ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิทยาการคอมพิวเตอร์

วิธีดำเนินการวิจัยตามที่คณะนักวิจัยได้ดำเนินการนำเสนอไว้ข้างต้นนี้ สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อนำแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร คณะนักวิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์กับแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 346 คน ที่ได้รับการตอบกลับจากการเก็บข้อมูล 385 คน คิดเป็นร้อยละ 89.87 คณะนักวิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จำแนกเป็น 6 ประเด็นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
3. ความต้องการด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
4. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
5. เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร
6. แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

คณะนักวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาและสถานภาพการสมรส กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ทั้งหมด 346 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 51.73 และเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 48.27 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุดจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 30.46 รองลงมาอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวนคน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และน้อยที่สุดอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.87

กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 179 คนคิดเป็นร้อยละ 51.73 รองลงมาอาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.36 และน้อยที่สุดได้แก่ อาชีพข้าราชการและแม่บ้าน ซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.31 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดได้แก่ กลุ่มรายได้ระหว่าง 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 21.97 และน้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.94 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 74.57 รองลงมาระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.47 และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสมากที่สุดเป็นโสด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 52.31 รองลงมาได้แก่สมรส จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 45.66 และสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.02 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | จำนวน (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) | ลำดับ |
|------------------------|------------|------------------|-------|
| เพศ | | | |
| - ชาย | 167 | 48.27 | 2 |
| - หญิง | 179 | 51.73 | 1 |
| อายุ | | | |
| - ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 1.73 | 5 |
| - 21-30 ปี | 106 | 30.64 | 1 |
| - 31-40 ปี | 87 | 25.14 | 3 |
| - 41-50 ปี | 91 | 26.30 | 2 |
| - 51-60 ปี | 53 | 15.32 | 4 |
| - มากกว่า 60 ปี | 3 | 0.87 | 6 |
| อาชีพ | | | |
| - เจ้าของกิจการ | 67 | 19.36 | 2 |
| - พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 51.73 | 1 |
| - พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 3.18 | 6 |
| - อาชีพอิสระ | 27 | 7.80 | 3 |
| - ข้าราชการ | 8 | 2.31 | 7 |
| - แม่บ้าน | 8 | 2.31 | 7 |
| - นักศึกษา | 20 | 5.78 | 5 |
| - อื่นๆ | 26 | 7.51 | 4 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | จำนวน (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) | ลำดับ |
|-----------------------------|------------|------------------|-------|
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | |
| - น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 6.94 | 5 |
| - 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 13.87 | 4 |
| - 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 42.20 | 1 |
| - 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 15.03 | 3 |
| - มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 21.97 | 2 |
| ระดับการศึกษา | | | |
| - ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 8.96 | 3 |
| - ปริญญาตรี | 258 | 74.57 | 1 |
| - สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 16.47 | 2 |
| สถานภาพการสมรส | | | |
| - โสด | 181 | 52.31 | 1 |
| - สมรส | 158 | 45.66 | 2 |
| - หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 7 | 2.02 | 3 |
| รวม | 346 | 100.00 | |

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

คณะนักวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ช่องทางการสำรองห้องพัก ประสบการณ์การสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน แอปพลิเคชันที่ใช้ในการสำรองห้องพัก และรูปแบบการชำระเงินเมื่อได้ทำการจองห้องพักด้วยแอปพลิเคชัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.2 - 4.7

เมื่อพิจารณารายพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมามีการใช้งานสม่ำเสมอ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.99 มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรมเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 68.79 รองลงมาไม่เคยใช้เว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 ใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของตัวแทนบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/สมาร์ตโฟนเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 รองลงมามีการใช้งานสม่ำเสมอ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 มีการใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของโรงแรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/สมาร์ตโฟนอย่างสม่ำเสมอมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 42.49 รองลงมามีการใช้งานเป็นบางครั้ง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 36.71 มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านโทรศัพท์เพื่อสำรอง

ห้องพักกับทางโรงแรมเป็นบางครั้ง มากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 45.09 รองลงมาไม่เคยใช้บริการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 37.28 ใช้คูปองที่ซื้อจากงานท่องเที่ยว หรือผู้แทนจำหน่ายต่าง ๆ เป็นบางครั้ง มากที่สุด จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 60.12 รองลงมาไม่เคยใช้บริการ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 22.83 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

| พฤติกรรมการใช้งาน | ความถี่ (ร้อยละ) | | | |
|--|------------------|----------------|----------------|-----------------|
| | ไม่เคย | บางครั้ง | สม่ำเสมอ | รวม |
| สำรองห้องพักและชำระเงินผ่านเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย | 32 (9.25) | 231 (66.76) | 83 (23.99) | 346 (100.00) |
| สำรองห้องพักและชำระเงินผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม | 58 (16.76) | 238 (68.79) | 50 (14.45) | 346 (100.00) |
| สำรองห้องพักและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของตัวแทนบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/สมาร์ทโฟน | 56 (16.18) | 204 (58.96) | 86 (24.86) | 346 (100.00) |
| สำรองห้องพักและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของโรงแรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/สมาร์ทโฟน | 72 (20.81) | 127 (36.71) | 147 (42.49) | 346 (100.00) |
| สำรองห้องพักและชำระเงินผ่านโทรศัพท์เพื่อสำรองห้องพักกับทางโรงแรม | 129 (37.28) | 156 (45.09) | 61 (17.63) | 346 (100.00) |
| สำรองห้องพักโดยใช้คูปองที่ซื้อจากงานท่องเที่ยว หรือผู้แทนจำหน่าย | 79 (22.83) | 208 (60.12) | 59 (17.05) | 346 (100.00) |

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 346 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 79.48 และไม่เคยสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 20.52 ผู้ที่เคยใช้มีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนดำเนินการสำรองห้องพักและชำระเงินด้วยตนเอง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 84.36 และไม่ได้ดำเนินการด้วยตนเอง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 ดังตารางที่ 4.3 และ 4.4

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมด้านประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

| ประสบการณ์การสำรองห้องพัก | จำนวน (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|---------------------------|------------|------------------|
| - เคย | 275 | 79.48 |
| - ไม่เคย | 71 | 20.52 |
| รวม | 346 | 100.00 |

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการดำเนินการสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

| รูปแบบการดำเนินการ | จำนวน (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|----------------------------|------------|------------------|
| - ดำเนินการด้วยตนเอง | 232 | 84.36 |
| - ไม่ได้ดำเนินการด้วยตนเอง | 43 | 15.64 |
| รวม | 275 | 100.00 |

กลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนจำนวน 275 คน ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Agoda มากที่สุด จำนวน 192 คน รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชัน Booking.com จำนวน 117 คนและ แอปพลิเคชัน Hotel.com จำนวน 114 คน ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 พฤติกรรมการเลือกใช้อปพลิเคชันเพื่อการสำรองห้องพักโรงแรม

| แอปพลิเคชัน | จำนวน (คน) | ลำดับ |
|------------------|------------|-------|
| - Accorhotels | 73 | 5 |
| - Hotel.com | 114 | 3 |
| - HotelQuickly | 94 | 4 |
| - Hotellook | 55 | 8 |
| - trivago | 68 | 7 |
| - Agoda | 192 | 1 |
| - Booking.com | 117 | 2 |
| - Skyscanner | 19 | 10 |
| - HotelsCombined | 10 | 12 |
| - Traveloka | 69 | 6 |
| - Airbab | 12 | 11 |
| - TripAdvisor | 52 | 9 |
| - อื่น ๆ | 6 | 13 |

กลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนจำนวน 275 คน ส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต จำนวน 221 คน รองลงมาชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 110 คน และผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 31 คน ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการเลือกรูปแบบการชำระเงินจากการสำรองห้องพักโรงแรม

| รูปแบบการชำระเงิน | จำนวน (คน) | ลำดับ |
|----------------------------|------------|-------|
| - ผ่านบัตรเครดิต | 221 | 1 |
| - ผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส | 31 | 3 |
| - ผ่านไปรษณีย์ | 3 | 10 |
| - ผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ | 110 | 2 |
| - ผ่านธนาคารสาขา | 14 | 5 |
| - ผ่านทรูมันนี่ | 4 | 9 |
| - ผ่านไลน์เพย์ | 8 | 6 |
| - ผ่านเอ็มเปย์ สเตชั่น | 2 | 11 |
| - ผ่านเทสโก้ โลตัส | 7 | 7 |
| - ผ่านอารีเพย์ | 5 | 8 |
| - ผ่าน 7 – 11 | 23 | 4 |
| - ผ่านวีแซทเพย์ | 1 | 12 |
| - บริการพร้อมเพย์ | 3 | 10 |
| - อื่น ๆ | 4 | 9 |

สำหรับพฤติกรรมที่พบจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของการทำงานแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มผู้ใช้งานพิจารณาเลือกใช้ตามคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ดังนี้

ความต้องการด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

คณะนักวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ประกอบด้วย ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน และด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันโดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน พบว่า คุณลักษณะเกี่ยวกับแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .744) รองลงมาได้แก่ การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.789) แอปพลิเคชันสามารถติดตั้ง

ได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .732) และองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .791) ตามลำดับดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน

| คุณลักษณะของแอปพลิเคชัน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล |
|--|-------------|----------------------|------------------|
| 1. องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | 4.27 | .791 | มากที่สุด |
| 2. พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | 4.25 | .814 | มากที่สุด |
| 3. มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | 4.25 | .782 | มากที่สุด |
| 4. ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | 4.26 | .796 | มากที่สุด |
| 5. การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการทำงาน | 4.27 | .789 | มากที่สุด |
| 6. แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | 4.34 | .744 | มากที่สุด |
| 7. แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | 4.32 | .732 | มากที่สุด |
| 8. แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | 4.09 | .762 | มาก |
| เฉลี่ย | 4.25 | .778 | มากที่สุด |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่าคุณลักษณะของแอปพลิเคชันด้านมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) รองลงมา ได้แก่ด้านการประมวลผลได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726) และมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717) ตามลำดับดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน

| คุณลักษณะของแอปพลิเคชัน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล |
|---|-------------|----------------------|------------------|
| 1. มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | 4.27 | .828 | มากที่สุด |
| 2. แอปพลิเคชันสามารถรับรองได้หลายภาษา | 4.25 | .769 | มากที่สุด |
| 3. แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | 4.38 | .740 | มากที่สุด |
| 4. แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | 4.33 | .743 | มากที่สุด |
| 5. แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 4.32 | .786 | มากที่สุด |
| 6. แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | 4.38 | .726 | มากที่สุด |
| 7. แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | 4.38 | .717 | มากที่สุด |
| 8. การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | 4.33 | .763 | มากที่สุด |
| 9. การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย | 4.36 | .750 | มากที่สุด |
| 10. แอปพลิเคชันมีการยืนยันตัวการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | 4.35 | .766 | มากที่สุด |
| 11. มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | 4.34 | .791 | มากที่สุด |
| เฉลี่ย | 4.34 | .762 | มากที่สุด |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า คุณลักษณะของแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก และแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.740) รองลงมาได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก และแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759) ตามลำดับดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน

| คุณลักษณะของแอปพลิเคชัน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล |
|--|-----------|----------------------|-----------|
| 1. แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 4.33 | .740 | มากที่สุด |
| 2. รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | 4.29 | .743 | มากที่สุด |
| 3. แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 4.18 | .799 | มาก |
| 4. การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 4.24 | .804 | มากที่สุด |
| 5. มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 4.29 | .759 | มากที่สุด |
| 6. การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 4.26 | .784 | มากที่สุด |
| 7. แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | 4.26 | .762 | มากที่สุด |
| 8. แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 4.33 | .799 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| คุณลักษณะของแอปพลิเคชัน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล |
|---|-----------|----------------------|-----------|
| 9. แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 4.29 | .809 | มากที่สุด |
| เฉลี่ย | 4.27 | .778 | มากที่สุด |

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

คณะนักวิจัยเก็บข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงิน จากเครื่องมือการวิจัยปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันส่วนมากพบปัญหาบางครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างพบปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชันใช้เวลาในการโหลดเปลี่ยนหน้าหรือใช้เวลาในการประมวลผลนานมากที่สุด จำนวน 253 คน รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการขอพิสูจน์ตัวตนของผู้ใช้งานหรือตรวจสอบความปลอดภัยก่อนใช้งานแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากจนทำให้ไม่ต้องการใช้งานต่อไป จำนวน 239 คน และแอปพลิเคชันมีขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน จำนวน 195 คน และแอปพลิเคชันที่ใช้ไม่สามารถรองรับการเลือกห้องพักมากกว่า 1 ประเภทต่อการจอง 1 ครั้ง จำนวน 167 คน ปรากฏรายละเอียดดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานแอปพลิเคชัน

| ประเด็นปัญหา | ความถี่ (ร้อยละ) | | | |
|--|------------------|----------------|----------------|-----------------|
| | ไม่เคย | บางครั้ง | สม่ำเสมอ | รวม |
| 1. แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการขอพิสูจน์ตัวตนของผู้ใช้งานยุ่งยาก จนทำให้ไม่ต้องการใช้งานต่อไป | 39 (11.27) | 239 (69.08) | 68 (19.65) | 346 (100.00) |
| 2. แอปพลิเคชันใช้เวลาในการโหลดเปลี่ยนหน้า หรือใช้เวลาในการประมวลผลนาน | 27 (7.80) | 253 (73.12) | 66 (19.08) | 346 (100.00) |
| 3. แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน | 88 (25.43) | 195 (56.36) | 63 (18.21) | 346 (100.00) |
| 4. แอปพลิเคชันที่ใช้ไม่สามารถรองรับการเลือกห้องพักมากกว่า 1 ประเภทต่อการจอง 1 ครั้ง | 52 (15.03) | 167 (48.27) | 127 (36.71) | 346 (100.00) |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันส่วนมากพบอุปสรรคเป็นบางครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างพบอุปสรรคการใช้งานแอปพลิเคชันมากที่สุดในด้านสมาร์ตโฟนที่กำลังใช้งานแอปพลิเคชันเกิดอาการประมวผลค้างแล้วแจ้งเตือนบังคับให้ปิดแอปพลิเคชัน จำนวน 227 คน รองลงมาได้แก่ เมื่อทำการจองห้องพักผ่านทางแอปพลิเคชันแล้วยกเลิกเพราะเกิดความรู้สึกว่าระบบไม่น่าเชื่อถือและมีความปลอดภัยที่เพียงพอ จำนวน 220 คน ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 อุปสรรคการใช้งานแอปพลิเคชัน

| ประเด็นปัญหา | ความถี่ (ร้อยละ) | | | |
|---|------------------|----------------|---------------|-----------------|
| | ไม่เคย | บางครั้ง | สม่ำเสมอ | รวม |
| 1. แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่กำลังใช้งานแอปพลิเคชันเกิดอาการประมวผลค้าง | 40 (11.56) | 227 (65.61) | 79 (22.83) | 346 (100.00) |
| 2. เมื่อใช้งานแอปพลิเคชันเพราะเกิดความรู้สึกว่าระบบไม่น่าเชื่อถือและมีความปลอดภัยที่เพียงพอ | 40 (11.56) | 220 (63.58) | 86 (24.86) | 346 (100.00) |

เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ในตารางที่ 4.7 - 4.9 คณะนักวิจัยได้จำแนกข้อมูลของผู้ใช้งานตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลถึงความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินเป็นรายด้าน ได้แก่ เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา แล้วนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples t-test) และทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ตัวแปรเพศสภาพ เพื่อนำมาทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
จำแนกตามเพศสภาพ

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน | ชาย (n=167) | | หญิง (n=179) | | t-test | Sig. |
|--|----------------|------|-----------------|-------|--------|------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 1. องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | 4.32 | .800 | 4.22 | .783 | 1.103 | .271 |
| 2. พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา* | 4.37 | .771 | 4.14 | .840 | 2.597 | .010 |
| 3. มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | 4.38 | .725 | 4.41 | 3.816 | -.120 | .904 |
| 4. ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | 4.34 | .790 | 4.18 | .796 | 1.839 | .067 |
| 5. การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | 4.35 | .768 | 4.21 | .805 | 1.660 | .098 |
| 6. แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | 4.41 | .687 | 4.27 | .790 | 1.741 | .083 |
| 7. แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก* | 4.40 | .668 | 4.24 | .781 | 2.064 | .040 |
| 8. แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | 4.16 | .739 | 4.02 | .779 | 1.705 | .089 |
| ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 1. มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล* | 4.37 | .724 | 4.18 | .907 | 2.190 | .029 |
| 2. แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | 4.26 | .746 | 4.23 | .792 | .415 | .678 |
| 3. แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | 4.46 | .665 | 4.30 | .799 | 1.946 | .053 |
| 4. แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | 4.40 | .703 | 4.26 | .774 | 1.739 | .083 |
| 5. แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน* | 4.42 | .671 | 4.23 | .873 | 2.281 | .023 |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการ สำรองห้องพักและการชำระเงิน | ชาย (n=167) | | หญิง (n=179) | | t-test | Sig. |
|---|----------------|------|-----------------|------|--------|------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| 6. แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้ รวดเร็ว* | 4.46 | .665 | 4.31 | .772 | 1.979 | .049 |
| 7. แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ของโรงแรมที่ครบถ้วน เพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการ และข้อมูลเป็นปัจจุบัน* | 4.48 | .639 | 4.28 | .772 | 2.629 | .009 |
| 8. การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | 4.41 | .713 | 4.26 | .801 | 1.910 | .057 |
| 9. การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากลและทันสมัย | 4.43 | .683 | 4.31 | .8.8 | 1.472 | .142 |
| 10. แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง* | 4.43 | .715 | 4.27 | .804 | 1.986 | .048 |
| 11. มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณี ที่การจองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมี ความผิดพลาด* | 4.45 | .708 | 4.24 | .850 | 2.489 | .013 |
| ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 1. แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 4.37 | .723 | 4.30 | .756 | .799 | .425 |
| 2. รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจ ให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | 4.28 | .760 | 4.29 | .730 | -.113 | .910 |
| 3. แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือน เกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 4.26 | .776 | 4.10 | .815 | 1.832 | .068 |
| 4. การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่ น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย* | 4.35 | .783 | 4.14 | .813 | 2.417 | .016 |
| 5. มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทาง สื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 4.32 | .777 | 4.26 | .743 | .739 | .460 |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการ สำรองห้องพักและการชำระเงิน | ชาย (n=167) | | หญิง (n=179) | | t-test | Sig. |
|--|----------------|------|-----------------|------|--------|------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| 6. การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 4.32 | .794 | 4.20 | .772 | 1.518 | .130 |
| 7. แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | 4.32 | .755 | 4.20 | .765 | 1.563 | .119 |
| 8. แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 4.37 | .787 | 4.30 | .812 | .804 | .422 |
| 9. แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 4.33 | .802 | 4.26 | .815 | .831 | .406 |

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่าความแปรปรวนของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพไม่แตกต่างกันในด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกดขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดการใช้งานการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการทำงานของแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการและแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน ได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง และการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัยด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ได้แก่ แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่มีประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักการประชาสัมพันธ์ด้วยแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงและแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็น (P-Value) ของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินมากกว่า 0.05 แสดง

ว่า ความแปรปรวนของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพมีค่าไม่แตกต่างกัน

ในทางตรงกันข้ามค่าความน่าจะเป็น (P-Value) ของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาและแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก สำหรับด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน ได้แก่ มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งและมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมีความผิดพลาดด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ได้แก่ การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความแปรปรวนของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการออกแบบโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ (ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .744) รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชันติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .732) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .762) ดังตารางที่ 4.13 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการออกแบบแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามอายุอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.14 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.15 – 4.30

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ (n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|---------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.89 | .785 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.07 | .759 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.62 | .628 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.74 | .625 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .791 | มากที่สุด |
| พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.78 | .828 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.13 | .790 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.58 | .616 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.77 | .542 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .814 | มากที่สุด |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.83 | .983 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.89 | .832 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.07 | .695 | มากที่สุด |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.55 | .637 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.77 | .505 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .782 | มากที่สุด |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.00 | .894 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.87 | .794 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.08 | .766 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.59 | .596 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.75 | .648 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .796 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|---------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตาม หมวดหมู่ของการใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .983 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.93 | .808 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.01 | .739 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.60 | .630 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.79 | .532 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .789 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันรองรับได้ หลายระบบปฏิบัติการ | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.83 | .408 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.94 | .779 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.21 | .718 | มากที่สุด |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.59 | .632 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.79 | .409 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.34 | .744 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถ ติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .408 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.95 | .773 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.21 | .701 | มากที่สุด |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.62 | .592 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.70 | .540 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.32 | .732 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการพัฒนา เวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.00 | .632 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.89 | .747 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.03 | .784 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.23 | .731 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.38 | .686 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 3.67 | 1.155 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.09 | .762 | มาก |

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | แหล่งของความแปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|---------------------|----------------|-----|-------------|--------|---------|
| องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | ระหว่างกลุ่ม | 43.101 | 5 | 8.620 | 16.951 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 172.901 | 340 | .509 | | |
| | ทั้งหมด | 216.003 | 345 | | | |
| พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | ระหว่างกลุ่ม | 50.757 | 5 | 10.151 | 19.405 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 177.867 | 340 | .523 | | |
| | ทั้งหมด | 228.624 | 345 | | | |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | ระหว่างกลุ่ม | 42.253 | 5 | 8.451 | 17.014 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 168.872 | 340 | .497 | | |
| | ทั้งหมด | 211.124 | 345 | | | |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 44.235 | 5 | 8.847 | 17.252 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 174.355 | 340 | .513 | | |
| | ทั้งหมด | 218.590 | 345 | | | |
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 44.081 | 5 | 8.816 | 17.546 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 170.835 | 340 | .502 | | |
| | ทั้งหมด | 214.916 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | ระหว่างกลุ่ม | 37.667 | 5 | 7.533 | 16.693 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 153.443 | 340 | .451 | | |
| | ทั้งหมด | 191.110 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ระหว่างกลุ่ม | 32.447 | 5 | 6.489 | 14.461 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 152.582 | 340 | .449 | | |
| | ทั้งหมด | 185.029 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | ระหว่างกลุ่ม | 11.411 | 5 | 2.282 | 4.110 | .001 |
| | ภายในกลุ่ม | 188.811 | 340 | .555 | | |
| | ทั้งหมด | 200.223 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักรักษาและชำระเงิน
ด้านองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายจำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .280 | .299 |
| | | 31 - 40 ปี | .098 | .301 |
| | | 41 - 50 ปี | -.449 | .301 |
| | | 51 - 60 ปี | -.569 | .307 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .504 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.280 | .299 |
| | | 31 - 40 ปี | -.182 | .103 |
| | | 41 - 50 ปี | -.729* | .102 |
| | | 51 - 60 ปี | -.849* | .120 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.113 | .418 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.098 | .301 |
| | | 21 - 30 ปี | .182 | .103 |
| | | 41 - 50 ปี | -.546* | .107 |
| | | 51 - 60 ปี | -.667* | .124 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.931 | .419 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .449 | .301 |
| | | 21 - 30 ปี | .729* | .102 |
| | | 31 - 40 ปี | .546* | .107 |
| | | 51 - 60 ปี | -.120 | .123 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.385 | .418 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .569 | .307 |
| | | 21 - 30 ปี | .849* | .120 |
| | | 31 - 40 ปี | .667* | .124 |
| | | 41 - 50 ปี | .120 | .123 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.264 | .423 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .504 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.113 | .418 |
| | | 31 - 40 ปี | .931 | .419 |
| | | 41 - 50 ปี | .385 | .418 |
| | | 51 - 60 ปี | .264 | .423 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความต้องการสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
|---------------|-----------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | | (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | (n=3) |
| | | 4.17 | 3.89 | 4.07 | 4.62 | 4.74 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.28 | 0.10 | 0.45 | 0.57 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 3.89 | | - | 0.18 | 0.73* | 0.85* | 1.11 |
| 31 - 40 ปี | 4.07 | | | - | 0.55* | 0.67* | 0.93 |
| 41 - 50 ปี | 4.62 | | | | - | 0.12 | 0.38 |
| 51 - 60 ปี | 4.74 | | | | | - | 0.26 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านพื้นหลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .384 | .901 |
| | | 31 - 40 ปี | .040 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.416 | .868 |
| | | 51 - 60 ปี | -.607 | .580 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .753 |
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.384 | .901 |
| | | 31 - 40 ปี | -.343 | .059 |
| | | 41 - 50 ปี | -.799* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.991* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.217 | .146 |
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.040 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .343 | .059 |
| | | 41 - 50 ปี | -.456* | .004 |
| | | 51 - 60 ปี | -.647* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.874 | .518 |
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .416 | .868 |
| | | 21 - 30 ปี | .799* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .456* | .004 |
| | | 51 - 60 ปี | -.191 | .800 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.418 | .965 |
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .607 | .580 |
| | | 21 - 30 ปี | .991* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .647* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .191 | .800 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.226 | .998 |
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .753 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.217 | .146 |
| | | 31 - 40 ปี | .874 | .518 |
| | | 41 - 50 ปี | .418 | .965 |
| | | 51 - 60 ปี | .226 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับพื้นหลังหน้าจอดีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) อายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความต้องการสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านพื้นหลังหน้าจอดีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | | 4.17 | 4.17 | 3.78 | 4.13 | 4.58 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.38 | 0.04 | 0.41 | 0.60 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 3.78 | | - | 0.35 | 0.80* | 0.99* | 1.22 |
| 31 - 40 ปี | 4.13 | | | - | 0.46* | 0.64* | 0.87 |
| 41 - 50 ปี | 4.58 | | | | - | 0.12 | 0.42 |
| 51 - 60 ปี | 4.77 | | | | | - | 0.23 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการเสริมสร้างจุดเด่นของปทุมทศ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|-----------------------------------|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| การเสริมสร้าง จุดเด่นของปทุมทศ | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.053 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.236 | .987 |
| | | 41 - 50 ปี | -.716 | .327 |
| | | 51 - 60 ปี | -.940 | .091 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.167 | .362 |
| การเสริมสร้าง จุดเด่นของปทุมทศ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .053 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.182 | .670 |
| | | 41 - 50 ปี | -.663* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.887* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.113 | .204 |
| การเสริมสร้าง จุดเด่นของปทุมทศ | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .236 | .987 |
| | | 21 - 30 ปี | .182 | .670 |
| | | 41 - 50 ปี | -.480* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.705* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.931 | .410 |
| การเสริมสร้าง จุดเด่นของปทุมทศ | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .716 | .327 |
| | | 21 - 30 ปี | .663* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .480* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.224 | .641 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.451 | .946 |
| การเสริมสร้าง จุดเด่นของปทุมทศ | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .940 | .091 |
| | | 21 - 30 ปี | .887* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .705* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .224 | .641 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.226 | .998 |
| การเสริมสร้าง จุดเด่นของปทุมทศ | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.167 | .362 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.113 | .204 |
| | | 31 - 40 ปี | .931 | .410 |
| | | 41 - 50 ปี | .451 | .946 |
| | | 51 - 60 ปี | .226 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการเสริมสร้างจุดเด่นของปุ่มกด เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงอายุมีความต้องการเกี่ยวกับการเสริมสร้างจุดเด่นของปุ่มกด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการเสริมสร้างจุดเด่นของปุ่มกด เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| | \bar{x} | 3.83 | 3.89 | 4.07 | 4.55 | 4.77 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.83 | - | 0.06 | 0.24 | 0.72 | 0.94 | 1.17 |
| 21 - 30 ปี | 3.89 | | - | 0.18 | 0.66* | 0.88* | 1.11 |
| 31 - 40 ปี | 4.07 | | | - | 0.48* | 0.70* | 0.93 |
| 41 - 50 ปี | 4.55 | | | | - | 0.22 | 0.45 |
| 51 - 60 ปี | 4.77 | | | | | - | 0.23 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรที่มีความดึงดูดในการใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้
วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .132 | .999 |
| | | 31 - 40 ปี | -.080 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.593 | .570 |
| | | 51 - 60 ปี | -.755 | .310 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.000 | .565 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.132 | .999 |
| | | 31 - 40 ปี | -.213 | .521 |
| | | 41 - 50 ปี | -.725* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.887* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.132 | .203 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .080 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .213 | .521 |
| | | 41 - 50 ปี | -.513* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.674* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.920 | .445 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .593 | .570 |
| | | 21 - 30 ปี | .725* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .513* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.161 | .889 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.407 | .967 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .755 | .310 |
| | | 21 - 30 ปี | .887* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .674* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .161 | .889 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.245 | .997 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.000 | .565 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.132 | .203 |
| | | 31 - 40 ปี | .920 | .445 |
| | | 41 - 50 ปี | .407 | .967 |
| | | 51 - 60 ปี | .245 | .997 |

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดใจในการใช้งาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดใจในการใช้งาน เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | | 4.00 | 3.87 | 4.08 | 4.59 | 4.75 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.00 | - | 0.13 | 0.08 | 0.59 | 0.75 | 1.00 |
| 21 - 30 ปี | 3.87 | | - | 0.21 | 0.72* | 0.88* | 1.13 |
| 31 - 40 ปี | 4.08 | | | - | 0.51* | 0.67* | 0.92 |
| 41 - 50 ปี | 4.59 | | | | - | 0.16 | 0.41 |
| 51 - 60 ปี | 4.75 | | | | | - | 0.25 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .233 | .987 |
| | | 31 - 40 ปี | .155 | .998 |
| | | 41 - 50 ปี | -.438 | .828 |
| | | 51 - 60 ปี | -.626 | .522 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .736 |
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งาน | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.233 | .987 |
| | | 31 - 40 ปี | -.078 | .989 |
| | | 41 - 50 ปี | -.670* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.858* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.066 | .255 |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ การใช้งาน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.155 | .998 |
| | | 21 - 30 ปี | .078 | .989 |
| | | 41 - 50 ปี | -.593* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.781* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.989 | .345 |
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ การใช้งาน | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .438 | .828 |
| | | 21 - 30 ปี | .670* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .593* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.188 | .797 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.396 | .970 |
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ การใช้งาน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .626 | .522 |
| | | 21 - 30 ปี | .858* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .781* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .188 | .797 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.208 | .999 |
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ การใช้งาน | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .736 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.066 | .255 |
| | | 31 - 40 ปี | .989 | .345 |
| | | 41 - 50 ปี | .396 | .970 |
| | | 51 - 60 ปี | .208 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปีกับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่การใช้งาน เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า |
|---------------|-----------|----------------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| | | 20 ปี (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | 60 ปี (n=3) |
| | \bar{X} | 4.17 | 3.93 | 4.01 | 4.60 | 4.79 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.24 | 0.16 | 0.43 | 0.62 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 3.93 | | - | 0.08 | 0.67* | 0.86* | 1.07 |
| 31 - 40 ปี | 4.01 | | | - | 0.59* | 0.78* | 0.99 |
| 41 - 50 ปี | 4.60 | | | | - | 0.19 | 0.40 |
| 51 - 60 ปี | 4.79 | | | | | - | 0.21 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .890 | .079 |
| | | 31 - 40 ปี | .626 | .432 |
| | | 41 - 50 ปี | .240 | .982 |
| | | 51 - 60 ปี | .041 | 1.000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.167 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.890 | .079 |
| | | 31 - 40 ปี | -.264 | .199 |
| | | 41 - 50 ปี | -.650* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.849* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.057 | .208 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.626 | .432 |
| | | 21 - 30 ปี | .264 | .199 |
| | | 41 - 50 ปี | -.387* | .013 |
| | | 51 - 60 ปี | -.586* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.793 | .544 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.240 | .982 |
| | | 21 - 30 ปี | .650* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .387* | .013 |
| | | 51 - 60 ปี | -.199 | .709 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.407 | .957 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.041 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .849* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .586* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .199 | .709 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.208 | .998 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .167 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.057 | .208 |
| | | 31 - 40 ปี | .793 | .544 |
| | | 41 - 50 ปี | .407 | .957 |
| | | 51 - 60 ปี | .208 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.83 | 3.94 | 4.21 | 4.59 | 4.79 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.83 | - | 0.89 | 0.62 | 0.24 | 0.04 | 0.17 |
| 21 - 30 ปี | 3.94 | | - | 0.27 | 0.65* | 0.85* | 1.06 |
| 31 - 40 ปี | 4.21 | | | - | 0.38* | 0.58* | 0.79 |
| 41 - 50 ปี | 4.59 | | | | - | 0.20 | 0.41 |
| 51 - 60 ปี | 4.79 | | | | | - | 0.21 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่ายไม่ยุ่งยาก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่ายไม่ยุ่งยาก | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .214 | .989 |
| | | 31 - 40 ปี | -.040 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.449 | .772 |
| | | 51 - 60 ปี | -.531 | .640 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .685 |
| แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่ายไม่ยุ่งยาก | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.214 | .989 |
| | | 31 - 40 ปี | -.254 | .233 |
| | | 41 - 50 ปี | -.663* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.745* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.047 | .214 |

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่ายไม่ยุ่งยาก | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .040 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .254 | .233 |
| | | 41 - 50 ปี | -.408* | .006 |
| | | 51 - 60 ปี | -.491* | .004 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.793 | .541 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่ายไม่ยุ่งยาก | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .449 | .772 |
| | | 21 - 30 ปี | .663* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .408* | .006 |
| | | 51 - 60 ปี | -.083 | .992 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.385 | .966 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่ายไม่ยุ่งยาก | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .531 | .640 |
| | | 21 - 30 ปี | .745* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .491* | .004 |
| | | 41 - 50 ปี | .083 | .992 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.302 | .989 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่ายไม่ยุ่งยาก | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .685 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.047 | .214 |
| | | 31 - 40 ปี | .793 | .541 |
| | | 41 - 50 ปี | .385 | .966 |
| | | 51 - 60 ปี | .302 | .989 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการให้แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังปรากฏในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.17 | 3.95 | 4.21 | 4.62 | 4.70 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.22 | 0.04 | 0.45 | 0.53 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 3.95 | | - | 0.26 | 0.67* | 0.75* | 1.05 |
| 31 - 40 ปี | 4.21 | | | - | 0.41* | 0.49* | 0.79 |
| 41 - 50 ปี | 4.62 | | | | - | 0.08 | 0.38 |
| 51 - 60 ปี | 4.70 | | | | | - | 0.30 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระหนี้ด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .113 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.034 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.231 | .991 |
| | | 51 - 60 ปี | -.377 | .926 |
| | | มากกว่า 60 ปี | .333 | .995 |
| แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.113 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.148 | .866 |
| | | 41 - 50 ปี | -.344 | .067 |
| | | 51 - 60 ปี | -.491* | .010 |
| | | มากกว่า 60 ปี | .220 | .998 |

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .034 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .148 | .866 |
| | | 41 - 50 ปี | -.196 | .687 |
| | | 51 - 60 ปี | -.343 | .226 |
| | | มากกว่า 60 ปี | .368 | .982 |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .231 | .991 |
| | | 21 - 30 ปี | .344 | .067 |
| | | 31 - 40 ปี | .196 | .687 |
| | | 51 - 60 ปี | -.147 | .935 |
| | | มากกว่า 60 ปี | .564 | .893 |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .377 | .926 |
| | | 21 - 30 ปี | .491* | .010 |
| | | 31 - 40 ปี | .343 | .226 |
| | | 41 - 50 ปี | .147 | .935 |
| | | มากกว่า 60 ปี | .711 | .764 |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.333 | .995 |
| | | 21 - 30 ปี | -.220 | .998 |
| | | 31 - 40 ปี | -.368 | .982 |
| | | 41 - 50 ปี | -.564 | .893 |
| | | 51 - 60 ปี | -.711 | .764 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| | \bar{x} | 4.00 | 3.89 | 4.03 | 4.23 | 4.38 | 3.67 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.00 | - | 0.11 | 0.03 | 0.23 | 0.38 | 0.33 |
| 21 - 30 ปี | 3.89 | | - | 0.14 | 0.34 | 0.49* | 0.22 |
| 31 - 40 ปี | 4.03 | | | - | 0.20 | 0.35 | 0.36 |
| 41 - 50 ปี | 4.23 | | | | - | 0.15 | 0.56 |
| 51 - 60 ปี | 4.38 | | | | | - | 0.71 |
| มากกว่า 60 ปี | 3.67 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการใช้งานแอปพลิเคชันโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซ้ำซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726) ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717) รองลงมาได้แก่ ด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .750) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา (ค่าเฉลี่ย 4.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .769) ดังตารางที่ 4.40 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

จำแนกตามอายุอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามผลการศึกษาตามตารางที่ 4.31 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.32 - 4.54

ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|--|---------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.00 | .632 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.92 | .770 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.05 | .926 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.58 | .684 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.81 | .483 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .828 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.33 | .516 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.89 | .772 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.05 | .761 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.55 | .637 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.72 | .533 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .769 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.33 | .516 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 4.12 | .813 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.13 | .728 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.64 | .587 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.81 | .483 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .740 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.00 | .632 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.99 | .787 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.15 | .691 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.65 | .603 | มากที่สุด |
| | | | | | |

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|---------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.75 | .515 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.00 | .000 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.97 | .856 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.16 | .791 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.62 | .628 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.77 | .466 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.32 | .786 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้รวดเร็ว | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.50 | .548 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 4.08 | .777 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.18 | .708 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.64 | .606 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.83 | .427 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .726 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ ครบถ้วนเพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.33 | .816 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 4.03 | .723 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.25 | .735 | มากที่สุด |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.64 | .587 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.79 | .454 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .717 | มากที่สุด |
| การใช้บริการจองห้องพักมี ข้อมูลถูกต้อง | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.92 | .739 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.14 | .718 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.71 | .637 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.79 | .495 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .763 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|---------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากลและ ทันสมัย | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.83 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 4.00 | .793 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.22 | .738 | มากที่สุด |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.69 | .571 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.79 | .454 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.36 | .750 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยัน การจองหรือมีหลักฐาน ตอบกลับการชำระเงินทุก ครั้ง | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.67 | .516 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.96 | .804 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.20 | .775 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.69 | .531 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.81 | .483 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.35 | .766 | มากที่สุด |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่มีการ จองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมีความ ผิดพลาด | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .983 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.98 | .805 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.15 | .815 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.66 | .636 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.81 | .441 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.34 | .791 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้าน
การใช้แอปพลิเคชันจำแนกตามอายุของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันมีขั้นตอน แนะนำสามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | ระหว่างกลุ่ม | 44.165 | 5 | 8.833 | 15.618 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 192.297 | 340 | .566 | | |
| | ทั้งหมด | 236.462 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถ รองรับได้หลายภาษา | ระหว่างกลุ่ม | 39.045 | 5 | 7.809 | 16.084 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 165.073 | 340 | .486 | | |
| | ทั้งหมด | 204.118 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความ น่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | ระหว่างกลุ่ม | 29.662 | 5 | 5.932 | 12.646 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 159.494 | 340 | .469 | | |
| | ทั้งหมด | 189.156 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันใช้งาน สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 35.833 | 5 | 7.167 | 15.760 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 154.607 | 340 | .455 | | |
| | ทั้งหมด | 190.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความ เสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้ งาน | ระหว่างกลุ่ม | 35.906 | 5 | 7.181 | 13.757 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 177.484 | 340 | .522 | | |
| | ทั้งหมด | 213.390 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้รวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 31.183 | 5 | 6.237 | 14.093 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 150.458 | 340 | .443 | | |
| | ทั้งหมด | 181.642 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ ครบถ้วนเพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการ และข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ระหว่างกลุ่ม | 30.721 | 5 | 6.144 | 14.266 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 146.435 | 340 | .431 | | |
| | ทั้งหมด | 177.156 | 345 | | | |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | ระหว่างกลุ่ม | 46.915 | 5 | 9.383 | 20.734 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 153.863 | 340 | .453 | | |
| | ทั้งหมด | 200.777 | 345 | | | |
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากลและ ทันสมัย | ระหว่างกลุ่ม | 38.330 | 5 | 7.666 | 16.731 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 155.786 | 340 | .458 | | |
| | ทั้งหมด | 194.116 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับการ ชำระเงินทุกครั้ง | ระหว่างกลุ่ม | 44.023 | 5 | 8.805 | 18.904 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 158.358 | 340 | .466 | | |
| | ทั้งหมด | 202.382 | 345 | | | |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่มีการ จองห้องพักรั่ว แอปพลิเคชันมีความ ผิดพลาด | ระหว่างกลุ่ม | 39.351 | 5 | 7.870 | 15.169 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 176.406 | 340 | .519 | | |
| | ทั้งหมด | 215.757 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลจำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .085 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.046 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.582 | .643 |
| | | 51 - 60 ปี | -.811 | .283 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.000 | .618 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.085 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.131 | .919 |
| | | 41 - 50 ปี | -.667* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.896* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.085 | .302 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .046 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .131 | .919 |
| | | 41 - 50 ปี | -.536* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.765* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.954 | .459 |

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .582 | .643 |
| | | 21 - 30 ปี | .667* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .536* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.229 | .684 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.418 | .970 |
| มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .811 | .283 |
| | | 21 - 30 ปี | .896* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .765* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .229 | .684 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.189 | .999 |
| มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.000 | .618 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.085 | .302 |
| | | 31 - 40 ปี | .954 | .459 |
| | | 41 - 50 ปี | .418 | .970 |
| | | 51 - 60 ปี | .189 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.00 | 3.92 | 4.05 | 4.58 | 4.81 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.00 | - | 0.08 | 0.05 | 0.58 | 0.81 | 1.00 |
| 21 - 30 ปี | 3.92 | | - | 0.13 | 0.66* | 0.89* | 1.08 |
| 31 - 40 ปี | 4.05 | | | - | 0.53* | 0.76* | 0.95 |

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|------|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| 41 - 50 ปี | 4.58 | | | | - | 0.23 | 0.42 |
| 51 - 60 ปี | 4.81 | | | | | - | 0.19 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .447 | .801 |
| | | 31 - 40 ปี | .287 | .966 |
| | | 41 - 50 ปี | -.216 | .990 |
| | | 51 - 60 ปี | -.384 | .897 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.667 | .872 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.447 | .801 |
| | | 31 - 40 ปี | -.159 | .777 |
| | | 41 - 50 ปี | -.663* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.830* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.113 | .193 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.287 | .966 |
| | | 21 - 30 ปี | .159 | .777 |
| | | 41 - 50 ปี | -.503* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.671* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.954 | .367 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .216 | .990 |
| | | 21 - 30 ปี | .663* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .503* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.168 | .857 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.451 | .943 |

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|------------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .384 | .897 |
| | | 21 - 30 ปี | .830* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .671* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .168 | .857 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.283 | .993 |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .667 | .872 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.113 | .193 |
| | | 31 - 40 ปี | .954 | .367 |
| | | 41 - 50 ปี | .451 | .943 |
| | | 51 - 60 ปี | .283 | .993 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างอายุต่าง ๆ มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.33 | 3.89 | 4.05 | 4.55 | 4.72 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.33 | - | 0.44 | 0.16 | 0.22 | 0.39 | 0.64 |
| 21 - 30 ปี | 3.89 | | - | 0.25 | 0.66* | 0.83* | 1.11 |
| 31 - 40 ปี | 4.05 | | | - | 0.50* | 0.67* | 0.95 |
| 41 - 50 ปี | 4.55 | | | | - | 0.17 | 0.45 |
| 51 - 60 ปี | 4.72 | | | | | - | 0.28 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .211 | .991 |
| | | 31 - 40 ปี | .207 | .992 |
| | | 41 - 50 ปี | -.304 | .953 |
| | | 51 - 60 ปี | -.478 | .757 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.667 | .863 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.211 | .991 |
| | | 31 - 40 ปี | -.004 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.515* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.689* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.877 | .444 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.207 | .992 |
| | | 21 - 30 ปี | .004 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.511* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.685* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.874 | .453 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .304 | .953 |
| | | 21 - 30 ปี | .515* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .511* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.174 | .826 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.363 | .976 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .478 | .757 |
| | | 21 - 30 ปี | .689* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .685* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .174 | .826 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.189 | .999 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .667 | .863 |
| | | 21 - 30 ปี | .877 | .444 |
| | | 31 - 40 ปี | .874 | .453 |
| | | 41 - 50 ปี | .363 | .976 |
| | | 51 - 60 ปี | .189 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | 4.33 | - | 0.18 | 0.20 | 0.31 |
| 21 - 30 ปี | 4.12 | - | - | 0.01 | 0.52* | 0.69* | 0.86 |
| 31 - 40 ปี | 4.13 | - | - | - | 0.51* | 0.68* | 0.87 |
| 41 - 50 ปี | 4.64 | - | - | - | - | 0.17 | 0.36 |
| 51 - 60 ปี | 4.81 | - | - | - | - | - | 0.19 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe (n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|-----------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .009 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.149 | .998 |
| | | 41 - 50 ปี | -.648 | .394 |
| | | 51 - 60 ปี | -.755 | .243 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.000 | .495 |
| แอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.009 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.159 | .753 |
| | | 41 - 50 ปี | -.658* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.764* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.009 | .260 |

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ความสะดวกในการ ใช้งาน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .149 | .998 |
| | | 21 - 30 ปี | .159 | .753 |
| | | 41 - 50 ปี | -.499* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.605* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.851 | .466 |
| แอปพลิเคชันมี ความสะดวกในการ ใช้งาน | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .648 | .394 |
| | | 21 - 30 ปี | .658* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .499* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.106 | .975 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.352 | .978 |
| แอปพลิเคชันมี ความสะดวกในการ ใช้งาน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .755 | .243 |
| | | 21 - 30 ปี | .764* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .605* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .106 | .975 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.245 | .996 |
| แอปพลิเคชันมี ความสะดวกในการ ใช้งาน | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.000 | .495 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.009 | .260 |
| | | 31 - 40 ปี | .851 | .466 |
| | | 41 - 50 ปี | .352 | .978 |
| | | 51 - 60 ปี | .245 | .996 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีความสะดวกในการใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับ แอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.00 | 3.99 | 4.15 | 4.65 | 4.75 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.00 | - | 0.01 | 0.15 | 0.65 | 0.75 | 1.00 |
| 21 - 30 ปี | 3.99 | | - | 0.16 | 0.66* | 0.76* | 1.01 |
| 31 - 40 ปี | 4.15 | | | - | 0.50* | 0.60* | 0.85 |
| 41 - 50 ปี | 4.65 | | | | - | 0.10 | 0.35 |
| 51 - 60 ปี | 4.75 | | | | | - | 0.25 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .028 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.161 | .998 |
| | | 41 - 50 ปี | -.615 | .538 |
| | | 51 - 60 ปี | -.774 | .292 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.000 | .575 |
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.028 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.189 | .658 |
| | | 41 - 50 ปี | -.644* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.802* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.028 | .318 |

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .161 | .998 |
| | | 21 - 30 ปี | .189 | .658 |
| | | 41 - 50 ปี | -.454* | .004 |
| | | 51 - 60 ปี | -.613* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.839 | .563 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .615 | .538 |
| | | 21 - 30 ปี | .644* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .454* | .004 |
| | | 51 - 60 ปี | -.158 | .900 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.385 | .975 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .774 | .292 |
| | | 21 - 30 ปี | .802* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .613* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .158 | .900 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.226 | .998 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.000 | .575 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.028 | .318 |
| | | 31 - 40 ปี | .839 | .563 |
| | | 41 - 50 ปี | .385 | .975 |
| | | 51 - 60 ปี | .226 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับ แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดัง ตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | | 4.00 | 3.97 | 4.16 | 4.62 | 4.77 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.00 | - | 0.03 | 0.16 | .062 | 0.77 | 1.00 |
| 21 - 30 ปี | 3.97 | | - | 0.19 | 0.65* | 0.80* | 1.03 |
| 31 - 40 ปี | 4.16 | | | - | 0.46* | 0.61* | 0.84 |
| 41 - 50 ปี | 4.62 | | | | - | 0.15 | 0.38 |
| 51 - 60 ปี | 4.77 | | | | | - | 0.23 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.43 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็ว จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็ว | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .425 | .804 |
| | | 31 - 40 ปี | .316 | .938 |
| | | 41 - 50 ปี | -.137 | .999 |
| | | 51 - 60 ปี | -.330 | .932 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.500 | .951 |
| แอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็ว | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.425 | .804 |
| | | 31 - 40 ปี | -.108 | .938 |
| | | 41 - 50 ปี | -.562* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.755* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.925 | .346 |

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|-------------------------------------|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลรวดเร็ว | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.316 | .938 |
| | | 21 - 30 ปี | .108 | .938 |
| | | 41 - 50 ปี | -.453* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.646* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.816 | .499 |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลรวดเร็ว | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .137 | .999 |
| | | 21 - 30 ปี | .562* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .453* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.193 | .728 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.363 | .973 |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลรวดเร็ว | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .330 | .932 |
| | | 21 - 30 ปี | .755* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .646* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .193 | .728 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.170 | .999 |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลรวดเร็ว | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .500 | .951 |
| | | 21 - 30 ปี | .925 | .346 |
| | | 31 - 40 ปี | .816 | .499 |
| | | 41 - 50 ปี | .363 | .973 |
| | | 51 - 60 ปี | .170 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีการประมวลผลรวดเร็วเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการการใช้งานแอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลรวดเร็ว เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
|---------------|-----------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | | (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | (n=3) |
| | | 4.50 | 4.08 | 4.18 | 4.64 | 4.83 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.50 | - | 0.42 | 0.32 | 0.14 | 0.33 | 0.50 |
| 21 - 30 ปี | 4.08 | | - | 0.10 | 0.56* | 0.75* | 0.92 |
| 31 - 40 ปี | 4.18 | | | - | 0.46* | 0.65* | 0.82 |
| 41 - 50 ปี | 4.64 | | | | - | 0.34 | 0.36 |
| 51 - 60 ปี | 4.83 | | | | | - | 0.17 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .305 | .942 |
| | | 31 - 40 ปี | .080 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.304 | .944 |
| | | 51 - 60 ปี | -.459 | .755 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.667 | .840 |

ตารางที่ 4.45 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.305 | .942 |
| | | 31 - 40 ปี | -.225 | .350 |
| | | 41 - 50 ปี | -.609* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.764* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.972 | .272 |
| สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.080 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .225 | .350 |
| | | 41 - 50 ปี | -.384* | .010 |
| | | 51 - 60 ปี | -.540* | .001 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.747 | .585 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .304 | .944 |
| | | 21 - 30 ปี | .609* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .384* | .010 |
| | | 51 - 60 ปี | -.155 | .866 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.363 | .971 |
| สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .459 | .755 |
| | | 21 - 30 ปี | .764* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .540* | .001 |
| | | 41 - 50 ปี | .155 | .866 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.208 | .998 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .667 | .840 |
| | | 21 - 30 ปี | .972 | .272 |
| | | 31 - 40 ปี | .747 | .585 |
| | | 41 - 50 ปี | .363 | .971 |
| | | 51 - 60 ปี | .208 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการสำหรับแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.33 | 4.03 | 4.25 | 4.64 | 4.79 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.33 | - | 0.30 | 0.08 | 0.31 | 0.46 | 0.67 |
| 21 - 30 ปี | 4.03 | | - | 0.22 | 0.61* | 0.76* | 0.97 |
| 31 - 40 ปี | 4.25 | | | - | 0.38* | 0.54* | 0.75 |
| 41 - 50 ปี | 4.64 | | | | - | 0.15 | 0.36 |
| 51 - 60 ปี | 4.79 | | | | | - | 0.21 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|----------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .242 | .981 |
| | | 31 - 40 ปี | .029 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.548 | .589 |
| | | 51 - 60 ปี | -.626 | .460 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .689 |

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|----------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.242 | .981 |
| | | 31 - 40 ปี | -.213 | .441 |
| | | 41 - 50 ปี | -.790* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.868* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.075 | .192 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.029 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .213 | .441 |
| | | 41 - 50 ปี | -.576* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.655* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.862 | .447 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .548 | .589 |
| | | 21 - 30 ปี | .790* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .576* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.078 | .994 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.286 | .991 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .626 | .460 |
| | | 21 - 30 ปี | .868* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .655* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .078 | .994 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.208 | .998 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลการจองถูกต้อง | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .689 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.075 | .192 |
| | | 31 - 40 ปี | .862 | .447 |
| | | 41 - 50 ปี | .286 | .991 |
| | | 51 - 60 ปี | .208 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีข้อมูลการจงถูกต้อง เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการแอปพลิเคชันที่มีข้อมูลการจงถูกต้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลการจงถูกต้อง เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | | 4.17 | 3.92 | 4.14 | 4.71 | 4.79 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.25 | 0.03 | 0.54 | 0.82 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 3.92 | | - | 0.22 | 0.79* | 0.87* | 1.08 |
| 31 - 40 ปี | 4.14 | | | - | 0.57* | 0.65* | 0.86 |
| 41 - 50 ปี | 4.71 | | | | - | 0.08 | 0.29 |
| 51 - 60 ปี | 4.79 | | | | | - | 0.21 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.49 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินนำเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินนำเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.167 | .997 |
| | | 31 - 40 ปี | -.385 | .874 |
| | | 41 - 50 ปี | -.859 | .110 |
| | | 51 - 60 ปี | -.959 | .058 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.167 | .314 |
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินนำเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .167 | .997 |
| | | 31 - 40 ปี | -.218 | .421 |
| | | 41 - 50 ปี | -.692* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.792* | .000 |

ตารางที่ 4.49 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินที่น่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | 31 - 40 ปี | มากกว่า 60 ปี | -1.000 | .275 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | .385 | .874 |
| | | 21 - 30 ปี | .218 | .421 |
| | | 41 - 50 ปี | -.474* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.574* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินที่น่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | 41 - 50 ปี | มากกว่า 60 ปี | -.782 | .569 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | .859 | .110 |
| | | 21 - 30 ปี | .692* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .474* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.100 | .981 |
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินที่น่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี | -.308 | .988 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | .959 | .058 |
| | | 21 - 30 ปี | .792* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .574* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .100 | .981 |
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินที่น่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | มากกว่า 60 ปี | มากกว่า 60 ปี | -.208 | .998 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.167 | .314 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.000 | .275 |
| | | 31 - 40 ปี | .782 | .569 |
| | | 41 - 50 ปี | .308 | .988 |
| แอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินที่น่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | 60 ปี | 51 - 60 ปี | .208 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีวิธีการชำระเงินน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีวิธีการชำระเงินน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{X} | 3.83 | 4.00 | 4.22 | 4.69 | 4.79 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.83 | - | 0.17 | 0.39 | 0.86 | 0.96 | 1.17 |
| 21 - 30 ปี | 4.00 | | - | 0.22 | 0.69* | 0.79* | 1.00 |
| 31 - 40 ปี | 4.22 | | | - | 0.47* | 0.57* | 0.78 |
| 41 - 50 ปี | 4.69 | | | | - | 0.10 | 0.31 |
| 51 - 60 ปี | 4.79 | | | | | - | 0.21 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.296 | .957 |
| | | 31 - 40 ปี | -.529 | .644 |
| | | 41 - 50 ปี | -1.026* | .028 |
| | | 51 - 60 ปี | -1.145* | .011 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.333 | .181 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .296 | .957 |
| | | 31 - 40 ปี | -.233 | .352 |
| | | 41 - 50 ปี | -.730* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.849* | .000 |

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | | มากกว่า 60 ปี | -1.038 | .243 |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .529 | .644 |
| | | 21 - 30 ปี | .233 | .352 |
| | | 41 - 50 ปี | -.497* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.616* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | 41 - 50 ปี | มากกว่า 60 ปี | -.805 | .546 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.026* | .028 |
| | | 21 - 30 ปี | .730* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .497* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | 51 - 60 ปี | 51 - 60 ปี | -.119 | .961 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.308 | .988 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.145* | .011 |
| | | 21 - 30 ปี | .849* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | มากกว่า 60 ปี | 31 - 40 ปี | .616* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .119 | .961 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.189 | .999 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.333 | .181 |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | มากกว่า 60 ปี | 21 - 30 ปี | 1.038 | .243 |
| | | 31 - 40 ปี | .805 | .546 |
| | | 41 - 50 ปี | .308 | .988 |
| | | 51 - 60 ปี | .189 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่มีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงิน ทุกครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับ กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับ กลุ่มอายุ 51 - 60 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (4) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (5) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (6) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | | 3.67 | 3.96 | 4.20 | 4.69 | 4.81 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.67 | - | 0.29 | 0.53 | 1.02* | 1.14* | 1.33 |
| 21 - 30 ปี | 3.96 | | - | 0.24 | 0.73* | 0.85* | 1.04 |
| 31 - 40 ปี | 4.20 | | | - | 0.49* | 0.61* | 0.80 |
| 41 - 50 ปี | 4.69 | | | | - | 0.12 | 0.31 |
| 51 - 60 ปี | 4.81 | | | | | - | 0.19 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักมีความ ผิดพลาด จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักมีความผิดพลาด | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .186 | .996 |
| | | 31 - 40 ปี | .017 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.493 | .756 |
| | | 51 - 60 ปี | -.645 | .506 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .749 |
| แอปพลิเคชันมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณี | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.186 | .996 |
| | | 31 - 40 ปี | -.168 | .760 |
| | | 41 - 50 ปี | -.678* | .000 |

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|-------------------------------|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| การจองห้องพักรม | 31 - 40 ปี | 51 - 60 ปี | -.830* | .000 |
| ความผิดพลาด | | มากกว่า 60 ปี | -1.019 | .325 |
| แอปพลิเคชันมี | | ต่ำกว่า 20 ปี | -.017 | 1.000 |
| ช่องทางรองรับการ | | 21 - 30 ปี | .168 | .760 |
| แก้ปัญหาในกรณี | 41 - 50 ปี | 41 - 50 ปี | -.510* | .001 |
| การจองห้องพักรม | | 51 - 60 ปี | -.662* | .000 |
| ความผิดพลาด | | มากกว่า 60 ปี | -.851 | .544 |
| แอปพลิเคชันมี | | ต่ำกว่า 20 ปี | .493 | .756 |
| ช่องทางรองรับการ | 51 - 60 ปี | 21 - 30 ปี | .678* | .000 |
| แก้ปัญหาในกรณี | | 31 - 40 ปี | .510* | .001 |
| การจองห้องพักรม | | 51 - 60 ปี | -.152 | .914 |
| ความผิดพลาด | | มากกว่า 60 ปี | -.341 | .986 |
| แอปพลิเคชันมี | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .645 | .506 |
| ช่องทางรองรับการ | | 21 - 30 ปี | .830* | .000 |
| แก้ปัญหาในกรณี | | 31 - 40 ปี | .662* | .000 |
| การจองห้องพักรม | | 41 - 50 ปี | .152 | .914 |
| ความผิดพลาด | มากกว่า 60 ปี | มากกว่า 60 ปี | -.189 | .999 |
| แอปพลิเคชันมี | | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .749 |
| ช่องทางรองรับการ | | 21 - 30 ปี | 1.019 | .325 |
| แก้ปัญหาในกรณี | | 31 - 40 ปี | .851 | .544 |
| การจองห้องพักรม | มากกว่า 60 ปี | 41 - 50 ปี | .341 | .986 |
| ความผิดพลาด | | 51 - 60 ปี | .189 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักมีความผิดพลาดเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการสำหรับแอปพลิเคชันที่มีวิธีการชำระเงินน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักมีความผิดพลาดเป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{X} | 4.17 | 3.98 | 4.15 | 4.66 | 4.81 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.19 | 0.02 | 0.49 | 0.64 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 3.98 | | - | 0.17 | 0.68* | 0.83* | 1.02 |
| 31 - 40 ปี | 4.15 | | | - | 0.51* | 0.66* | 0.85 |
| 41 - 50 ปี | 4.66 | | | | - | 0.15 | 0.34 |
| 51 - 60 ปี | 4.81 | | | | | - | 0.19 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุ เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) รองลงมาด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้จองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) และด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759) ตามลำดับ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) ดังตารางที่ 4.55 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามอายุอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.56 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.57 - 4.74

ตารางที่ 4.55 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|--|---------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 4.01 | .737 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.20 | .713 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.60 | .665 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.72 | .568 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .740 | มากที่สุด |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.83 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.91 | .684 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.09 | .741 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.63 | .608 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.79 | .495 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.67 | .516 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.87 | .794 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.00 | .747 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.45 | .734 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.62 | .657 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.18 | .799 | มาก |

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|---------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.83 | .408 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.95 | .821 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.02 | .762 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.53 | .720 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.68 | .644 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.24 | .804 | มากที่สุด |
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.33 | .516 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.96 | .767 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.07 | .712 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.57 | .669 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.75 | .551 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .759 | มากที่สุด |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.33 | .816 | มากที่สุด |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.87 | .782 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.05 | .714 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.63 | .608 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.70 | .668 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .784 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.67 | .516 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.87 | .744 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.08 | .735 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.62 | .610 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.74 | .524 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .762 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 4.17 | .753 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 4.02 | .780 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.13 | .846 | มาก |

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อายุ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|---------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชันสามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ ตลอด 24 ชั่วโมง (ต่อ) | 41 – 50 ปี | 91 | 4.63 | .677 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.75 | .585 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .799 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระ เงินผ่านทางบัญชี อิเล็กทรอนิกส์หรือ เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อ การจองห้องพักได้ทันที | ต่ำกว่า 20 ปี | 6 | 3.83 | .408 | มาก |
| | 21 – 30 ปี | 106 | 3.96 | .792 | มาก |
| | 31 – 40 ปี | 87 | 4.14 | .891 | มาก |
| | 41 – 50 ปี | 91 | 4.60 | .648 | มากที่สุด |
| | 51 – 60 ปี | 53 | 4.68 | .613 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 60 ปี | 3 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .809 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้าน
การส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอายุของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่อง ทางการประชาสัมพันธ์ที่ ทำให้สามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 28.762 | 5 | 5.752 | 12.223 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 160.015 | 340 | .471 | | |
| | ทั้งหมด | 188.777 | 345 | | | |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอ ผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจอง ห้องพักและชำระเงิน | ระหว่างกลุ่ม | 45.505 | 5 | 9.101 | 21.316 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 145.168 | 340 | .427 | | |
| | ทั้งหมด | 190.673 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อความ แจ้งเตือนเกี่ยวกับ โปรโมชั่นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 33.781 | 5 | 6.756 | 12.319 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 186.465 | 340 | .548 | | |
| | ทั้งหมด | 220.246 | 345 | | | |
| การขายผ่านแอปพลิเคชัน เป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดย อาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | ระหว่างกลุ่ม | 33.310 | 5 | 6.662 | 11.935 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 189.780 | 340 | .558 | | |
| | ทั้งหมด | 223.090 | 345 | | | |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการจอง ห้องพักและชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็น ที่รู้จัก | ระหว่างกลุ่ม | 35.808 | 5 | 7.162 | 14.951 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 162.866 | 340 | .479 | | |
| | ทั้งหมด | 198.673 | 345 | | | |
| การประชาสัมพันธ์ผ่าน แอปพลิเคชันทำให้ ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่ จะจองห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของโรงแรม ได้ | ระหว่างกลุ่ม | 44.340 | 5 | 8.868 | 17.972 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 167.767 | 340 | .493 | | |
| | ทั้งหมด | 212.107 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ แสดงรายละเอียดของ โรงแรม และบริการที่ ลูกค้าจะได้รับแบบ เรียลไทม์ | ระหว่างกลุ่ม | 46.346 | 5 | 9.269 | 20.496 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 153.761 | 340 | .452 | | |
| | ทั้งหมด | 200.107 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ ตลอด 24 ชั่วโมง | ระหว่างกลุ่ม | 32.926 | 5 | 6.585 | 11.941 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 187.513 | 340 | .552 | | |
| | ทั้งหมด | 220.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ ชำระเงินผ่านทางบัญชี อิเล็กทรอนิกส์หรือ เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อ การจองห้องพักได้ทันที | ระหว่างกลุ่ม | 33.185 | 5 | 6.637 | 11.733 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 192.333 | 340 | .566 | | |
| | ทั้งหมด | 225.517 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .157 | .998 |
| | | 31 - 40 ปี | -.029 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.438 | .807 |
| | | 51 - 60 ปี | -.550 | .629 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .707 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.157 | .998 |
| | | 31 - 40 ปี | -.186 | .622 |
| | | 41 - 50 ปี | -.595* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.708* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.991 | .301 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .029 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .186 | .622 |
| | | 41 - 50 ปี | -.409* | .008 |
| | | 51 - 60 ปี | -.522* | .002 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.805 | .552 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .438 | .807 |
| | | 21 - 30 ปี | .595* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .409* | .008 |
| | | 51 - 60 ปี | -.113 | .970 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.396 | .965 |

ตารางที่ 4.57 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .550 | .629 |
| | | 21 - 30 ปี | .708* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .522* | .002 |
| | | 41 - 50 ปี | .113 | .970 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.283 | .993 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .707 |
| | | 21 - 30 ปี | .991 | .301 |
| | | 31 - 40 ปี | .805 | .552 |
| | | 41 - 50 ปี | .396 | .965 |
| | | 51 - 60 ปี | .283 | .993 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุมีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปีกับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 4.17 | 4.01 | 4.20 | 4.60 | 4.72 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.16 | 0.03 | 0.43 | 0.55 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 4.01 | | - | 0.19 | 0.59* | 0.71* | 0.99 |
| 31 - 40 ปี | 4.20 | | | - | 0.40* | 0.52* | 0.80 |
| 41 - 50 ปี | 4.60 | | | | - | 0.12 | 0.40 |
| 51 - 60 ปี | 4.72 | | | | | - | 0.28 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้
ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| รายการส่งเสริม การขาย (โปรโม ชัน) ที่นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.072 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.259 | .972 |
| | | 41 - 50 ปี | -.793 | .144 |
| | | 51 - 60 ปี | -.959* | .043 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.167 | .274 |
| รายการส่งเสริม การขาย (โปรโม ชัน) ที่นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .072 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.186 | .567 |
| | | 41 - 50 ปี | -.721* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.887* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.094 | .150 |
| รายการส่งเสริม การขาย (โปรโม ชัน) ที่นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .259 | .972 |
| | | 21 - 30 ปี | .186 | .567 |
| | | 41 - 50 ปี | -.534* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.700* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.908 | .349 |
| รายการส่งเสริม การขาย (โปรโม ชัน) ที่นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .793 | .144 |
| | | 21 - 30 ปี | .721* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .534* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.166 | .826 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.374 | .966 |

ตารางที่ 4.59 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .959* | .043 |
| | | 21 - 30 ปี | .887* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .700* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .166 | .826 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.208 | .998 |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.167 | .274 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.094 | .150 |
| | | 31 - 40 ปี | .908 | .349 |
| | | 41 - 50 ปี | .374 | .966 |
| | | 51 - 60 ปี | .208 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจของห้องพักและชำระเงินเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้อการเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจของห้องพักและชำระเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี (2) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (3) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (4) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (5) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจของห้องพักและชำระเงิน เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
|---------------|-----------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | | (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | (n=3) |
| | | 3.83 | 3.91 | 4.09 | 4.63 | 4.79 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.83 | - | 0.08 | 0.26 | 0.80 | 0.96* | 1.17 |
| 21 - 30 ปี | 3.91 | | - | 0.18 | 0.72* | 0.88* | 1.09 |
| 31 - 40 ปี | 4.09 | | | - | 0.53* | 0.70* | 0.91 |
| 41 - 50 ปี | 4.63 | | | | - | 0.16 | 0.37 |
| 51 - 60 ปี | 4.79 | | | | | - | 0.21 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้อการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้อการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.201 | .995 |
| | | 31 - 40 ปี | -.333 | .950 |
| | | 41 - 50 ปี | -.784 | .280 |
| | | 51 - 60 ปี | -.956 | .113 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.333 | .265 |

ตารางที่ 4.61 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .201 | .995 |
| | | 31 - 40 ปี | -.132 | .910 |
| | | 41 - 50 ปี | -.583* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.755* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.132 | .238 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .333 | .950 |
| | | 21 - 30 ปี | .132 | .910 |
| | | 41 - 50 ปี | -.451* | .006 |
| | | 51 - 60 ปี | -.623* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.000 | .384 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .784 | .280 |
| | | 21 - 30 ปี | .583* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .451* | .006 |
| | | 51 - 60 ปี | -.172 | .875 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.549 | .901 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .956 | .113 |
| | | 21 - 30 ปี | .755* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .623* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .172 | .875 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.377 | .981 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.333 | .265 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.132 | .238 |
| | | 31 - 40 ปี | 1.000 | .384 |
| | | 41 - 50 ปี | .549 | .901 |
| | | 51 - 60 ปี | .377 | .981 |

การทดสอบความแตกต่างของความถี่ความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้องการสำหรับใช้งานแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
|---------------|-----------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | | (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | (n=3) |
| | | 3.67 | 3.87 | 4.00 | 4.45 | 4.62 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.67 | - | 0.20 | 0.33 | 0.78 | 0.95 | 1.33 |
| 21 - 30 ปี | 3.87 | | - | 0.13 | 0.58* | 0.75* | 1.13 |
| 31 - 40 ปี | 4.00 | | | - | 0.45* | 0.62* | 1.00 |
| 41 - 50 ปี | 4.45 | | | | - | 0.17 | 0.55 |
| 51 - 60 ปี | 4.62 | | | | | - | 0.38 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.119 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.190 | .996 |
| | | 41 - 50 ปี | -.694 | .435 |
| | | 51 - 60 ปี | -.846 | .230 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.167 | .433 |

ตารางที่ 4.63 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .119 | 1.000 |
| | | 31 - 40 ปี | -.070 | .995 |
| | | 41 - 50 ปี | -.575* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.726* | .000 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 31 - 40 ปี | มากกว่า 60 ปี | -1.047 | .336 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | .190 | .996 |
| | | 21 - 30 ปี | .070 | .995 |
| | | 41 - 50 ปี | -.504* | .001 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | -.656* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.977 | .423 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | .694 | .435 |
| | | 21 - 30 ปี | .575* | .000 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 41 - 50 ปี | 31 - 40 ปี | .504* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.152 | .926 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.473 | .948 |
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | .846 | .230 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 51 - 60 ปี | 21 - 30 ปี | .726* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .656* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .152 | .926 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.321 | .991 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.167 | .433 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.047 | .336 |
| | | 31 - 40 ปี | .977 | .423 |
| | | 41 - 50 ปี | .473 | .948 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | มากกว่า 60 ปี | 51 - 60 ปี | .321 | .991 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้องการเกี่ยวกับการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายเป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{x} | 3.83 | 3.95 | 4.02 | 4.53 | 4.68 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.83 | - | 0.12 | 0.19 | 0.70 | 0.85 | 1.17 |
| 21 - 30 ปี | 3.95 | | - | 0.07 | 0.58* | 0.73* | 1.05 |
| 31 - 40 ปี | 4.02 | | | - | 0.51* | 0.66* | 0.98 |
| 41 - 50 ปี | 4.53 | | | | - | 0.15 | 0.47 |
| 51 - 60 ปี | 4.68 | | | | | - | 0.32 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .371 | .897 |
| | | 31 - 40 ปี | .264 | .976 |
| | | 41 - 50 ปี | -.238 | .985 |
| | | 51 - 60 ปี | -.421 | .849 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.667 | .868 |

ตารางที่ 4.65 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.371 | .897 |
| | | 31 - 40 ปี | -.107 | .951 |
| | | 41 - 50 ปี | -.609* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.792* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.038 | .258 |
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.264 | .976 |
| | | 21 - 30 ปี | .107 | .951 |
| | | 41 - 50 ปี | -.502* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.686* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.931 | .388 |
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .238 | .985 |
| | | 21 - 30 ปี | .609* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .502* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.183 | .799 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.429 | .953 |
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .421 | .849 |
| | | 21 - 30 ปี | .792* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .686* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .183 | .799 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.245 | .996 |
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .667 | .868 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.038 | .258 |
| | | 31 - 40 ปี | .931 | .388 |
| | | 41 - 50 ปี | .429 | .953 |
| | | 51 - 60 ปี | .245 | .996 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายให้เป็นที่รู้จักเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้อการเกี่ยวกับมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายให้เป็นที่รู้จักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.66

ตารางที่ 4.66 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายให้เป็นที่รู้จัก เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
|---------------|-----------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | | (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | (n=3) |
| | \bar{x} | 4.33 | 3.96 | 4.07 | 4.57 | 4.75 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.33 | - | 0.37 | 0.26 | 0.24 | 0.42 | 0.67 |
| 21 - 30 ปี | 3.96 | | - | 0.11 | 0.61* | 0.79* | 1.04* |
| 31 - 40 ปี | 4.07 | | | - | 0.50* | 0.68* | 0.93 |
| 41 - 50 ปี | 4.57 | | | | - | 0.18 | 0.43 |
| 51 - 60 ปี | 4.75 | | | | | - | 0.25 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.67 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้อการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้อการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .465 | .777 |
| | | 31 - 40 ปี | .287 | .967 |
| | | 41 - 50 ปี | -.293 | .964 |
| | | 51 - 60 ปี | -.365 | .918 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.667 | .875 |

ตารางที่ 4.67 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.465 | .777 |
| | | 31 - 40 ปี | -.178 | .689 |
| | | 41 - 50 ปี | -.758* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.830* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.132 | .184 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.287 | .967 |
| | | 21 - 30 ปี | .178 | .689 |
| | | 41 - 50 ปี | -.580* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.652* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.954 | .377 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .293 | .964 |
| | | 21 - 30 ปี | .758* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .580* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.072 | .997 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.374 | .975 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .365 | .918 |
| | | 21 - 30 ปี | .830* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .652* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .072 | .997 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.302 | .991 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .667 | .875 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.132 | .184 |
| | | 31 - 40 ปี | .954 | .377 |
| | | 41 - 50 ปี | .374 | .975 |
| | | 51 - 60 ปี | .302 | .991 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.68

ตารางที่ 4.68 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| | \bar{x} | 4.33 | 3.87 | 4.05 | 4.63 | 4.70 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.33 | - | 0.46 | 0.28 | 0.29 | 0.37 | 0.67 |
| 21 - 30 ปี | 3.87 | | - | 0.18 | 0.76* | 0.83* | 1.13 |
| 31 - 40 ปี | 4.05 | | | - | 0.58* | 0.65* | 0.95 |
| 41 - 50 ปี | 4.63 | | | | - | 0.07 | 0.37 |
| 51 - 60 ปี | 4.70 | | | | | - | 0.30 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.69 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ
แบบเรียลไทม์ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบเรียลไทม์ | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.201 | .992 |
| | | 31 - 40 ปี | -.414 | .831 |
| | | 41 - 50 ปี | -.949* | .050 |
| | | 51 - 60 ปี | -1.069* | .020 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.333 | .167 |
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบเรียลไทม์ | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .201 | .992 |
| | | 31 - 40 ปี | -.213 | .446 |
| | | 41 - 50 ปี | -.747* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.868* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.132 | .145 |
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบเรียลไทม์ | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .414 | .831 |
| | | 21 - 30 ปี | .213 | .446 |
| | | 41 - 50 ปี | -.535* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.655* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.920 | .369 |
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบเรียลไทม์ | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .949* | .050 |
| | | 21 - 30 ปี | .747* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .535* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.120 | .956 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.385 | .966 |
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบเรียลไทม์ | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.069* | .020 |
| | | 21 - 30 ปี | .868* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .655* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .120 | .956 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.264 | .994 |

ตารางที่ 4.69 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.333 | .167 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.132 | .145 |
| | | 31 - 40 ปี | .920 | .369 |
| | | 41 - 50 ปี | .385 | .966 |
| | | 51 - 60 ปี | .264 | .994 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 55 ปี (2) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (4) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (5) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (6) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.70

ตารางที่ 4.70 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | 31 - 40 ปี | 41 - 50 ปี | 51 - 60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
|---------------|-----------|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | | (n=6) | (n=106) | (n=87) | (n=91) | (n=53) | (n=3) |
| | | 3.67 | 3.87 | 4.08 | 4.62 | 4.74 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.67 | - | 0.20 | 0.41 | 0.95* | 1.07* | 1.33 |
| 21 - 30 ปี | 3.87 | | - | 0.21 | 0.75* | 0.87* | 1.13 |
| 31 - 40 ปี | 4.08 | | | - | 0.54* | 0.66* | 0.92 |
| 41 - 50 ปี | 4.62 | | | | - | 0.12 | 0.38 |
| 51 - 60 ปี | 4.74 | | | | | - | 0.26 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.71 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำแนกตาม
อายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|---------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | .148 | .999 |
| | | 31 - 40 ปี | .040 | 1.000 |
| | | 41 - 50 ปี | -.460 | .827 |
| | | 51 - 60 ปี | -.588 | .642 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.833 | .773 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.148 | .999 |
| | | 31 - 40 ปี | -.108 | .962 |
| | | 41 - 50 ปี | -.608* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.736* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.981 | .407 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | -.040 | 1.000 |
| | | 21 - 30 ปี | .108 | .962 |
| | | 41 - 50 ปี | -.500* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.628* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.874 | .548 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .460 | .827 |
| | | 21 - 30 ปี | .608* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .500* | .001 |
| | | 51 - 60 ปี | -.128 | .962 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.374 | .981 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .588 | .642 |
| | | 21 - 30 ปี | .736* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .628* | .000 |
| | | 41 - 50 ปี | .128 | .962 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.245 | .997 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .833 | .773 |
| | | 21 - 30 ปี | .981 | .407 |
| | | 31 - 40 ปี | .874 | .548 |
| | | 41 - 50 ปี | .374 | .981 |
| | | 51 - 60 ปี | .245 | .997 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปีกับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่ม 31 - 40 ปี กับกลุ่ม 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.72

ตารางที่ 4.72 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | \bar{X} | 4.17 | 4.02 | 4.13 | 4.63 | 4.75 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 4.17 | - | 0.15 | 0.04 | 0.46 | 0.58 | 0.83 |
| 21 - 30 ปี | 4.02 | | - | 0.11 | 0.61* | 0.73* | 0.98 |
| 31 - 40 ปี | 4.13 | | | - | 0.50* | 0.62* | 0.87 |
| 41 - 50 ปี | 4.63 | | | | - | 0.12 | 0.37 |
| 51 - 60 ปี | 4.75 | | | | | - | 0.25 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.73 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | ต่ำกว่า 20 ปี | 21 - 30 ปี | -.129 | .999 |
| | | 31 - 40 ปี | -.305 | .969 |
| | | 41 - 50 ปี | -.771 | .317 |
| | | 51 - 60 ปี | -.846 | .238 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.167 | .441 |

ตารางที่ 4.73 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อายุ (I) | อายุ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 21 - 30 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .129 | .999 |
| | | 31 - 40 ปี | -.176 | .760 |
| | | 41 - 50 ปี | -.642* | .000 |
| | | 51 - 60 ปี | -.717* | .000 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -1.038 | .354 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 31 - 40 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .305 | .969 |
| | | 21 - 30 ปี | .176 | .760 |
| | | 41 - 50 ปี | -.466* | .005 |
| | | 51 - 60 ปี | -.541* | .005 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.862 | .578 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 41 - 50 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .771 | .317 |
| | | 21 - 30 ปี | .642* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .466* | .005 |
| | | 51 - 60 ปี | -.075 | .997 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.396 | .977 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 51 - 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | .846 | .238 |
| | | 21 - 30 ปี | .717* | .000 |
| | | 31 - 40 ปี | .541* | .005 |
| | | 41 - 50 ปี | .075 | .997 |
| | | มากกว่า 60 ปี | -.321 | .991 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | มากกว่า 60 ปี | ต่ำกว่า 20 ปี | 1.167 | .441 |
| | | 21 - 30 ปี | 1.038 | .354 |
| | | 31 - 40 ปี | .862 | .578 |
| | | 41 - 50 ปี | .396 | .977 |
| | | 51 - 60 ปี | .321 | .991 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีที่เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุต่างมีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่สามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (2) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี (3) กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี กับ 51 - 60 ปี (4) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ดังตารางที่ 4.74

ตารางที่ 4.74 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่

| อายุ | | ต่ำกว่า 20 ปี (n=6) | 21 - 30 ปี (n=106) | 31 - 40 ปี (n=87) | 41 - 50 ปี (n=91) | 51 - 60 ปี (n=53) | มากกว่า 60 ปี (n=3) |
|---------------|-----------|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| | \bar{x} | 3.83 | 3.96 | 4.14 | 4.60 | 4.68 | 5.00 |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3.83 | - | 0.13 | 0.31 | 0.77 | 0.85 | 1.17 |
| 21 - 30 ปี | 3.96 | | - | 0.18 | 0.64* | 0.72* | 1.04 |
| 31 - 40 ปี | 4.14 | | | - | 0.46* | 0.54* | 0.86 |
| 41 - 50 ปี | 4.60 | | | | - | 0.08 | 0.40 |
| 51 - 60 ปี | 4.68 | | | | | - | 0.32 |
| มากกว่า 60 ปี | 5.00 | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .744) รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .732) และการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .789) องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .791) ตามลำดับและด้านที่มีค่าน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .762) ดังตารางที่ 4.75 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพ

ต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการออกแบบแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 ยกเว้นด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างต่อเนื่อง จึงยอมรับว่ามีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามอาชีพอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษิตตามตารางที่ 4.76 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.77 – 4.90

ตารางที่ 4.75 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|--------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.84 | .567 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.12 | .795 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.00 | .775 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.70 | .609 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.25 | .463 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.63 | .744 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.75 | .716 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.81 | .567 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.27 | .791 | มากที่สุด |
| พื้นที่หน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.85 | .435 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.08 | .810 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.18 | .751 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.59 | .694 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.63 | .744 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.60 | .940 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.88 | .711 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.25 | .814 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|------------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นใน ส่วนของปุ่มกด | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.84 | .412 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.08 | .782 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.18 | .405 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.67 | .555 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.13 | .641 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.75 | .463 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.50 | .889 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.00 | .748 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.40 | 2.786 | มากที่สุด |
| ขนาดและรูปแบบของ ตัวอักษรมีความดึงดูดใน การใช้งาน | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.85 | .435 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.06 | .805 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.00 | .775 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.74 | .447 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.70 | .801 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.96 | .774 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.26 | .796 | มากที่สุด |
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตาม หมวดหมู่ของการใช้งาน | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.85 | .435 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.08 | .785 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .786 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .688 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.13 | .641 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.75 | .707 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.70 | .865 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.08 | .688 | มาก |

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|--|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| | รวม | 346 | 4.27 | .789 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันรองรับได้ หลายระบบปฏิบัติการ | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.82 | .424 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.15 | .760 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .786 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.59 | .694 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 4.10 | .852 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.08 | .688 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.34 | .744 | มากที่สุด |
| | แอปพลิเคชันสามารถ ติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.79 | .410 |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | | 179 | 4.15 | .760 | มาก |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | 11 | 4.27 | .786 | มากที่สุด |
| อาชีพอิสระ | | 27 | 4.74 | .526 | มากที่สุด |
| ข้าราชการ | | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| แม่บ้าน | | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| นักศึกษา | | 20 | 3.65 | .587 | มาก |
| อื่น ๆ | | 26 | 4.15 | .675 | มาก |
| รวม | | 346 | 4.32 | .732 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการพัฒนา เวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.22 | .775 |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.01 | .786 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.18 | .751 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.37 | .688 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.13 | .835 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.50 | .535 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.80 | .616 | มาก |

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|--------|---------------|-----------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชันมีการพัฒนา เวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ (ต่อ) | อื่น ๆ | 26 | 4.04 | .662 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.09 | .762 | มาก |

ตารางที่ 4.76 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้าน
การออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชันมี ความเรียบง่าย | ระหว่างกลุ่ม | 43.479 | 7 | 6.211 | 12.169 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 172.523 | 338 | .510 | | |
| | ทั้งหมด | 216.003 | 345 | | | |
| พื้นหลังหน้าจอมีความ เหมาะสม ไม่รบกวน สายตา | ระหว่างกลุ่ม | 45.853 | 7 | 6.550 | 12.114 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 182.771 | 338 | .541 | | |
| | ทั้งหมด | 228.624 | 345 | | | |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่น ในส่วนของปุ่มกด | ระหว่างกลุ่ม | 48.014 | 7 | 6.859 | 14.214 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 163.110 | 338 | .483 | | |
| | ทั้งหมด | 211.124 | 345 | | | |
| ขนาดและรูปแบบของ ตัวอักษรมีความดึงดูดใน การใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 49.544 | 7 | 7.078 | 14.152 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 169.046 | 338 | .500 | | |
| | ทั้งหมด | 218.590 | 345 | | | |
| การจัดวางข้อมูลได้จัด ตามหมวดหมู่ของการใช้ งาน | ระหว่างกลุ่ม | 41.766 | 7 | 5.967 | 11.647 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 173.150 | 338 | .512 | | |
| | ทั้งหมด | 214.916 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันรองรับได้ หลายระบบปฏิบัติการ | ระหว่างกลุ่ม | 30.110 | 7 | 4.301 | 9.030 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 161.000 | 338 | .476 | | |
| | ทั้งหมด | 191.110 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ ติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ระหว่างกลุ่ม | 36.975 | 7 | 5.282 | 12.059 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 148.054 | 338 | .438 | | |
| | ทั้งหมด | 185.029 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.76 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|-------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชันอย่าง สม่ำเสมอ | ระหว่างกลุ่ม | 7.634 | 7 | 1.091 | 1.914 | .067 |
| | ภายในกลุ่ม | 192.589 | 338 | .570 | | |
| | ทั้งหมด | 200.223 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.77 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายจำแนกตามอาชีพโดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value | | |
|---|------------------------|---|--------------------------|---------------|--------|-------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | เจ้าของ กิจการ | พนักงาน | .719* | .000 | | |
| | | บริษัทเอกชน | | | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .836 | .078 | | |
| | | อาชีพอิสระ | .132 | .999 | | |
| | | ข้าราชการ | .586 | .684 | | |
| | | แม่บ้าน | .211 | .999 | | |
| | | นักศึกษา | 1.086* | .000 | | |
| | | อื่น ๆ | 1.028* | .000 | | |
| | | องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.719* | .000 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .117 | | | 1.000 | | |
| อาชีพอิสระ | -.586* | | | .029 | | |
| ข้าราชการ | -.133 | | | 1.000 | | |
| แม่บ้าน | -.508 | | | .794 | | |
| นักศึกษา | .367 | | | .690 | | |
| อื่น ๆ | .310 | | | .748 | | |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ | -.836 | .078 |
| | | | | พนักงาน | -.117 | 1.000 |
| | | บริษัทเอกชน | | | | |
| | | อาชีพอิสระ | -.704 | .374 | | |
| | | ข้าราชการ | -.250 | .999 | | |
| | | แม่บ้าน | -.625 | .830 | | |
| | | นักศึกษา | .250 | .997 | | |

ตารางที่ 4.77 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------|--------------------|--------------------------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | อาชีพอิสระ | อื่น ๆ | .192 | .999 |
| | | เจ้าของกิจการ | -.132 | .999 |
| | | พนักงาน | .586* | .029 |
| | | บริษัทเอกชน | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .704 | .374 |
| | | ข้าราชการ | .454 | .927 |
| | | แม่บ้าน | .079 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .954* | .006 |
| | | อื่น ๆ | .896* | .005 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.586 | .684 |
| | | พนักงาน | | |
| | | บริษัทเอกชน | .133 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .250 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.454 | .927 |
| | | ข้าราชการ | -.375 | .993 |
| | | นักศึกษา | .500 | .902 |
| | | อื่น ๆ | .442 | .938 |
| | | อื่น ๆ | | |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.211 | .999 |
| | | พนักงาน | | |
| | | บริษัทเอกชน | .508 | .794 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .625 | .830 |
| | | อาชีพอิสระ | -.079 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .375 | .993 |
| | | นักศึกษา | .875 | .288 |
| | | อื่น ๆ | .817 | .335 |
| | | อื่น ๆ | | |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน มีความเรียบง่าย | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.086* | .000 |
| | | พนักงาน | | |
| | | บริษัทเอกชน | -.367 | .690 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.250 | .997 |
| | | อาชีพอิสระ | -.954* | .006 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .902 |
| | | แม่บ้าน | -.875 | .288 |
| | | อื่น ๆ | | |
| | | อื่น ๆ | -.058 | 1.000 |

ตารางที่ 4.77 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -1.028* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.310 | .748 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.192 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.896* | .005 |
| | | ข้าราชการ | -.442 | .938 |
| | | แม่บ้าน | -.817 | .335 |
| | | นักศึกษา | .058 | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพต่างมีความต้องการเกี่ยวกับองค์ประกอบหน้าจอแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานบริษัทเอกชนกับอาชีพอิสระ (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (6) อาชีพอิสระกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.78

ตารางที่ 4.78 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ | แม่บ้าน | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------|---------|----------|--------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | (n=8) | (n=8) | (n=20) | (n=26) |
| | | 4.84 | 4.12 | 4.00 | 4.70 | 4.25 | 4.63 | 3.75 | 3.81 |
| เจ้าของกิจการ | 4.84 | - | 0.72* | 0.84 | 0.14 | 0.59 | 0.21 | 1.09* | 1.03* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.12 | | - | 0.12 | 0.58* | 0.13 | 0.51 | 0.37 | 0.31 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.00 | | | - | 0.70 | 0.25 | 0.63 | 0.25 | 0.19 |
| อาชีพอิสระ | 4.70 | | | | - | 0.45 | 0.07 | 0.95* | 0.89* |
| ข้าราชการ | 4.25 | | | | | - | 0.38 | 0.50 | 0.44 |
| แม่บ้าน | 4.63 | | | | | | - | 0.88 | 0.82 |
| นักศึกษา | 3.75 | | | | | | | - | 0.06 |
| อื่น ๆ | 3.81 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.79 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านพื้นหลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาจำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี
แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|---|--------------------------|---------------|
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .773* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .669 | .352 |
| | | อาชีพอิสระ | .258 | .936 |
| | | ข้าราชการ | .476 | .885 |
| | | แม่บ้าน | .226 | .999 |
| | | นักศึกษา | 1.251* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .966* | .000 |
| | | พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.104 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.514 | | | .123 |
| ข้าราชการ | -.297 | | | .990 |
| แม่บ้าน | -.547 | | | .752 |
| นักศึกษา | .478 | | | .371 |
| อื่น ๆ | .194 | | | .979 |
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .104 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.411 | .931 |
| | | ข้าราชการ | -.193 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.443 | .975 |
| | | นักศึกษา | .582 | .727 |
| | | อื่น ๆ | .297 | .989 |
| | | พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .514 | | | .123 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .411 | | | .931 |
| ข้าราชการ | .218 | | | .999 |
| แม่บ้าน | -.032 | | | 1.000 |
| นักศึกษา | .993* | | | .005 |
| อื่น ๆ | .708 | | | .096 |

ตารางที่ 4.79 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.476 | .885 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .297 | .990 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .193 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.218 | .999 |
| | | ข้าราชการ | -.250 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .775 | .501 |
| | | อื่น ๆ | .490 | .909 |
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.226 | .999 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .547 | .752 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .443 | .975 |
| | | อาชีพอิสระ | .032 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .250 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.025 | .138 |
| | | อื่น ๆ | .740 | .518 |
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.251* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.478 | .371 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.582 | .727 |
| | | อาชีพอิสระ | -.993* | .005 |
| | | ข้าราชการ | -.775 | .501 |
| | | แม่บ้าน | -1.025 | .138 |
| | | อื่น ๆ | -.285 | .974 |
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.966* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.194 | .979 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.297 | .989 |
| | | อาชีพอิสระ | -.708 | .096 |
| | | ข้าราชการ | -.490 | .909 |
| | | แม่บ้าน | -.740 | .518 |
| | | นักศึกษา | .285 | .974 |

ตารางที่ 4.81 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.758* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.104 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.588* | .021 |
| | | ข้าราชการ | -.047 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.672 | .415 |
| | | นักศึกษา | .578 | .090 |
| | | อื่น ๆ | .078 | 1.000 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.654 | .304 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .104 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.485 | .801 |
| | | ข้าราชการ | .057 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.568 | .875 |
| | | นักศึกษา | .682 | .448 |
| | | อื่น ๆ | .182 | .999 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.169 | .992 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .588* | .021 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .485 | .801 |
| | | ข้าราชการ | .542 | .807 |
| | | แม่บ้าน | -.083 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.167* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .667 | .098 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.711 | .383 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .047 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.057 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.542 | .807 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .861 |
| | | นักศึกษา | .625 | .705 |
| | | อื่น ๆ | .125 | 1.000 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.086 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .672 | .415 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .568 | .875 |
| | | อาชีพอิสระ | .083 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .861 |

ตารางที่ 4.81 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|---------|
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด (ต่อ) | | นักศึกษา | 1.250* | .011 |
| | | อื่นๆ | .750 | .418 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.336* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.578 | .090 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.682 | .448 |
| | | อาชีพอิสระ | -1.167* | .000 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .705 |
| | | แม่บ้าน | -1.250* | .011 |
| | | อื่นๆ | -.500 | .557 |
| | | อื่นๆ | | |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.836* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.078 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.182 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.667 | .098 |
| | | ข้าราชการ | -.125 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.750 | .418 |
| | | นักศึกษา | .500 | .557 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของผู้ปกครองเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการให้ แอปพลิเคชันมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของผู้ปกครองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานบริษัทเอกชนกับอาชีพอิสระ (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (6) แม่บ้านกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.82

ตารางที่ 4.82 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของผู้ปกครอง เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | | | | |
| | \bar{X} | 4.84 | 4.08 | 4.18 | 4.67 | 4.13 | 4.75 | 3.50 | 4.00 |
| เจ้าของกิจการ | 4.84 | - | 0.76* | 0.66 | 0.17 | 0.71 | 0.09 | 1.34* | 0.84* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.08 | | - | 0.10 | 0.59* | 0.05 | 0.67 | 0.58 | 0.08 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.18 | | | - | 0.49 | 0.05 | 0.57 | 0.68 | 0.18 |
| อาชีพอิสระ | 4.67 | | | | - | 0.54 | 0.08 | 1.17* | 0.67 |
| ข้าราชการ | 4.13 | | | | | - | 0.62 | 0.62 | 0.13 |
| แม่บ้าน | 4.75 | | | | | | - | 1.25* | 0.75 |
| นักศึกษา | 3.50 | | | | | | | - | 0.50 |
| อื่น ๆ | 4.00 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.83 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรวจห้องพักและชำระหนี้ ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานโดยใช้วิธีแบบ Scheffe (n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .795* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .851 | .061 |
| | | อาชีพอิสระ | .110 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .476 | .862 |
| | | แม่บ้าน | -.024 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.151* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .889* | .000 |

ตารางที่ 4.83 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | พนักงานบริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.795* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .056 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.685* | .003 |
| | | ข้าราชการ | -.319 | .980 |
| | | แม่บ้าน | -.819 | .178 |
| | | นักศึกษา | .356 | .714 |
| | | อื่น ๆ | .094 | 1.000 |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.851 | .061 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.056 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.741 | .288 |
| | | ข้าราชการ | -.375 | .988 |
| | | แม่บ้าน | -.875 | .422 |
| | | นักศึกษา | .300 | .989 |
| | | อื่น ๆ | .038 | 1.000 |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.110 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .685* | .003 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .741 | .288 |
| | | ข้าราชการ | .366 | .976 |
| | | แม่บ้าน | -.134 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.041* | .001 |
| | | อื่น ๆ | .779* | .027 |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.476 | .862 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .319 | .980 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .375 | .988 |
| | | อาชีพอิสระ | -.366 | .976 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .959 |
| | | นักศึกษา | .675 | .635 |
| | | อื่น ๆ | .413 | .954 |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .024 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .819 | .178 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .875 | .422 |
| | | อาชีพอิสระ | .134 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .959 |

ตารางที่ 4.83 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน (ต่อ) | | นักศึกษา | 1.175* | .030 |
| | | อื่น ๆ | .913 | .181 |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.151* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.356 | .714 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.300 | .989 |
| | | อาชีพอิสระ | -1.041* | .001 |
| | | ข้าราชการ | -.675 | .635 |
| | | แม่บ้าน | -1.175* | .030 |
| | | อื่น ๆ | -.262 | .980 |
| | | อื่น ๆ | อื่น ๆ | |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.889* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.094 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.038 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.779* | .027 |
| | | ข้าราชการ | -.413 | .954 |
| | | แม่บ้าน | -.913 | .181 |
| | | นักศึกษา | .262 | .980 |
| | | | | |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาด และรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพต่างมีความต้อการเกี่ยวกับขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานบริษัทเอกชนกับอาชีพอิสระ (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (6) อาชีพอิสระกับอาชีพอื่น ๆ (7) แม่บ้านกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.84

ตารางที่ 4.84 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.85 | - | 0.79* | 0.85 | 0.11 | 0.47 | 0.03 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.06 | | - | 0.06 | 0.68* | 0.32 | 0.82 | 0.36 | 0.10 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.00 | | | - | 0.74 | 0.38 | 0.88 | 0.30 | 0.04 |
| อาชีพอิสระ | 4.74 | | | | - | 0.11 | 0.14 | 1.04* | 0.78* |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.68 | 0.41 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.18* | 0.92 |
| นักศึกษา | 3.70 | | | | | | | - | 0.26 |
| อื่น ๆ | 3.96 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.85 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้อการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งานโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้อการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .767* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .578 | .522 |
| | | อาชีพอิสระ | .221 | .968 |
| | | ข้าราชการ | .726 | .396 |
| | | แม่บ้าน | .101 | 1.000 |

ตารางที่ 4.85 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value | | |
|--|------------------------|--|------------------------|--------------------|-------|-------|
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | พนักงาน บริษัทเอกชน | นักศึกษา | 1.151* | .000 | | |
| | | อื่น ๆ | .774* | .003 | | |
| | | เจ้าของกิจการ | -.767* | .000 | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.189 | .998 | | |
| | | อาชีพอิสระ | -.546 | .061 | | |
| | | ข้าราชการ | -.041 | 1.000 | | |
| | | แม่บ้าน | -.666 | .470 | | |
| | | นักศึกษา | .384 | .639 | | |
| | | อื่น ๆ | .007 | 1.000 | | |
| | | การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.578 | .522 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .189 | | | .998 | | |
| อาชีพอิสระ | -.357 | | | .962 | | |
| ข้าราชการ | .148 | | | 1.000 | | |
| แม่บ้าน | -.477 | | | .956 | | |
| นักศึกษา | .573 | | | .715 | | |
| อื่น ๆ | .196 | | | .999 | | |
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | อาชีพอิสระ | | | เจ้าของกิจการ | -.221 | .968 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .546 | .061 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .357 | .962 |
| | | ข้าราชการ | .505 | .878 | | |
| | | แม่บ้าน | -.120 | 1.000 | | |
| | | นักศึกษา | .930* | .008 | | |
| | | อื่น ๆ | .553 | .345 | | |
| | | การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.726 | .396 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .041 | 1.000 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.148 | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.505 | | | .878 | | |
| ข้าราชการ | -.625 | | | .880 | | |
| นักศึกษา | .425 | | | .959 | | |
| อื่น ๆ | .048 | | | 1.000 | | |
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | แม่บ้าน | | | เจ้าของกิจการ | -.101 | 1.000 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .666 | .470 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .477 | .956 |

ตารางที่ 4.85 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|--------------------------|---------|
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | นักศึกษา | อาชีพอิสระ | .120 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .880 |
| | | นักศึกษา | 1.050 | .095 |
| | | อื่น ๆ | .673 | .610 |
| | | เจ้าของกิจการ | -1.151* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.384 | .639 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.573 | .715 |
| | | อาชีพอิสระ | -.930* | .008 |
| | | ข้าราชการ | -.425 | .959 |
| | | แม่บ้าน | -1.050 | .095 |
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | อื่น ๆ | อื่น ๆ | -.377 | .871 |
| | | เจ้าของกิจการ | -.774* | .003 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.007 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.196 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.553 | .345 |
| | | ข้าราชการ | -.048 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.673 | .610 |
| | | นักศึกษา | .377 | .871 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพต่างมีความต้องการเกี่ยวกับการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.86

ตารางที่ 4.86 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน เป็นรายคู่

| อาชีพ | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) | |
|--------------------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-------|
| | \bar{X} | 4.85 | 4.08 | 4.27 | 4.63 | 4.13 | 4.75 | 3.70 | 4.08 |
| เจ้าของกิจการ | 4.85 | - | 0.77* | 0.58 | 0.22 | 0.73 | 0.10 | 1.15* | 0.77* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.08 | - | - | 0.19 | 0.55 | 0.04 | 0.67 | 0.38 | 0.01 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.27 | - | - | - | 0.36 | 0.15 | 0.48 | 0.57 | 0.19 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | - | - | - | - | 0.50 | 0.12 | 0.93* | 0.55 |
| ข้าราชการ | 4.13 | - | - | - | - | - | 0.62 | 0.43 | 0.05 |
| แม่บ้าน | 4.75 | - | - | - | - | - | - | 1.05 | 0.67 |
| นักศึกษา | 3.70 | - | - | - | - | - | - | - | 0.38 |
| อื่น ๆ | 4.08 | - | - | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.87 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .670* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .548 | .545 |
| | | อาชีพอิสระ | .228 | .953 |
| | | ข้าราชการ | .446 | .886 |
| | | แม่บ้าน | -.179 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .721* | .021 |
| | | อื่น ๆ | .744* | .003 |

ตารางที่ 4.87 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.670* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.122 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.442 | .216 |
| | | ข้าราชการ | -.224 | .997 |
| | | แม่บ้าน | -.849 | .119 |
| | | นักศึกษา | .051 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .074 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.548 | .545 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .122 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.320 | .975 |
| | | ข้าราชการ | -.102 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.727 | .643 |
| | | นักศึกษา | .173 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .196 | .999 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.228 | .953 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .442 | .216 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .320 | .975 |
| | | ข้าราชการ | .218 | .999 |
| | | แม่บ้าน | -.407 | .950 |
| | | นักศึกษา | .493 | .558 |
| | | อื่น ๆ | .516 | .392 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.446 | .886 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .224 | .997 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .102 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.218 | .999 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .857 |
| | | นักศึกษา | .275 | .996 |
| | | อื่น ๆ | .298 | .992 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .179 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .849 | .119 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .727 | .643 |
| | | อาชีพอิสระ | .407 | .950 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .857 |

ตารางที่ 4.87 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ (ต่อ) | | นักศึกษา | .900 | .209 |
| | | อื่น ๆ | .923 | .145 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -.721* | .021 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.051 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.173 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.493 | .558 |
| | | ข้าราชการ | -.275 | .996 |
| | | แม่บ้าน | -.900 | .209 |
| | | อื่น ๆ | .023 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.744* |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | อื่น ๆ | พนักงานบริษัทเอกชน | -.074 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.196 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.516 | .392 |
| | | ข้าราชการ | -.298 | .992 |
| | | แม่บ้าน | -.923 | .145 |
| | | นักศึกษา | -.023 | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.88

ตารางที่ 4.88 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | 4.82 | 4.82 | 4.15 | 4.27 | 4.59 | 4.38 | 5.00 | 4.10 |
| เจ้าของกิจการ | 4.82 | - | 0.67* | 0.55 | 0.23 | 0.44 | 0.18 | 0.72* | 0.74* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.15 | | - | 0.12 | 0.44 | 0.22 | 0.85 | 0.05 | 0.07 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.32 | 0.10 | 0.72 | 0.17 | 0.19 |
| อาชีพอิสระ | 4.59 | | | | - | 0.21 | 0.41 | 0.49 | 0.51 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.62 | 0.90 | 0.92 |
| แม่บ้าน | 5.00 | | | | | | - | 0.9 | 0.92 |
| นักศึกษา | 4.10 | | | | | | | - | 0.02 |
| อื่น ๆ | 4.08 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.89 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .640* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .518 | .565 |
| | | อาชีพอิสระ | .050 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .416 | .900 |
| | | แม่บ้าน | -.084 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.141* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .637* | .017 |

ตารางที่ 4.89 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.640* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.122 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.590* | .011 |
| | | ข้าราชการ | -.224 | .996 |
| | | แม่บ้าน | -.724 | .245 |
| | | นักศึกษา | .501 | .176 |
| | | อื่น ๆ | -.003 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.518 | .565 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .122 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.468 | .790 |
| | | ข้าราชการ | -.102 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.602 | .798 |
| | | นักศึกษา | .623 | .508 |
| | | อื่น ๆ | .119 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.050 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .590* | .011 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .468 | .790 |
| | | ข้าราชการ | .366 | .966 |
| | | แม่บ้าน | -.134 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.091* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .587 | .170 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.416 | .900 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .224 | .996 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .102 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.366 | .966 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .942 |
| | | นักศึกษา | .725 | .446 |
| | | อื่น ๆ | .221 | .998 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .084 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .724 | .245 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .602 | .798 |
| | | อาชีพอิสระ | .134 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .942 |

ตารางที่ 4.89 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | นักศึกษา | นักศึกษา | 1.225* | .008 |
| | | อื่น ๆ | .721 | .404 |
| | | เจ้าของกิจการ | -1.141* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.501 | .176 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.623 | .508 |
| | | อาชีพอิสระ | -1.091* | .000 |
| | | ข้าราชการ | -.725 | .446 |
| | | แม่บ้าน | -1.225* | .008 |
| | | อื่น ๆ | -.504 | .479 |
| | | อื่น ๆ | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | อื่น ๆ | พนักงานบริษัทเอกชน | .003 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.119 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.587 | .170 |
| | | ข้าราชการ | -.221 | .998 |
| | | แม่บ้าน | -.721 | .404 |
| | | นักศึกษา | .504 | .479 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานบริษัทเอกชนกับอาชีพอื่น ๆ (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (6) แม่บ้านกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.90

ตารางที่ 4.90 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | | | | |
| | 4.79 | 4.79 | 4.15 | 4.27 | 4.74 | 4.38 | 4.88 | 3.65 | 4.15 |
| เจ้าของกิจการ | 4.79 | - | 0.64* | 0.52 | 0.05 | 0.41 | 0.08 | 1.14* | 0.64* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.15 | | - | 0.12 | 0.59* | 0.22 | 0.72 | 0.50 | 0.00 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.47 | 0.10 | 0.60 | 0.62 | 0.12 |
| อาชีพอิสระ | 4.74 | | | | - | 0.36 | 0.13 | 1.09* | 0.59 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.73 | 0.22 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.23* | 0.72 |
| นักศึกษา | 3.65 | | | | | | | - | 0.50 |
| อื่น ๆ | 4.15 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่คุณลักษณะของแอปพลิเคชันด้านมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) รองลงมา ได้แก่ด้านการประมวลผลได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726) และมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่แอปพลิเคชันสามารถรับรองได้หลายภาษา (ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .769)

ดังตารางที่ 4.91 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน จำแนกตามอาชีพอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาตามตารางที่ 4.92 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.93 – 4.114

ตารางที่ 4.91 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|------------------------------------|---------------|-------------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.82 | .548 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.08 | .877 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.09 | .701 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .629 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.25 | .707 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.80 | .696 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.08 | .688 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.27 | .828 | มากที่สุด |
| | แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.70 | .652 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | | 179 | 4.08 | .782 | มาก |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | | 11 | 4.27 | .786 | มากที่สุด |
| อาชีพอิสระ | | 27 | 4.52 | .643 | มากที่สุด |
| ข้าราชการ | | 8 | 3.88 | .835 | มาก |
| แม่บ้าน | | 8 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| นักศึกษา | | 20 | 3.90 | .553 | มาก |
| อื่น ๆ | | 26 | 4.08 | .628 | มาก |
| รวม | | 346 | 4.25 | .769 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.91 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|-------------------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชันมีความ น่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.87 | .423 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.19 | .784 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .647 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .629 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .744 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 4.20 | .696 | มากที่สุด |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.12 | .653 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.38 | .740 | มากที่สุด |
| | แอปพลิเคชันใช้งานได้ สะดวก | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.82 | .424 |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | | 179 | 4.17 | .761 | มาก |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | 11 | 4.36 | .674 | มากที่สุด |
| อาชีพอิสระ | | 27 | 4.63 | .688 | มากที่สุด |
| ข้าราชการ | | 8 | 4.25 | .707 | มากที่สุด |
| แม่บ้าน | | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| นักศึกษา | | 20 | 3.85 | .745 | มาก |
| อื่น ๆ | | 26 | 4.08 | .688 | มาก |
| รวม | | 346 | 4.33 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.82 | .548 |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.13 | .835 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .786 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.74 | .447 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.50 | .535 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.90 | .641 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.04 | .662 | มาก |

ตารางที่ 4.91 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|------------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| | รวม | 346 | 4.32 | .786 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้รวดเร็ว | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.88 | .370 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.20 | .765 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.36 | .505 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .629 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.25 | .707 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 4.05 | .686 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.23 | .710 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .726 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ของโรงแรมที่ ครบถ้วนเพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบัน | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.88 | .409 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.22 | .738 | มากที่สุด |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .467 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .629 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.80 | .616 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.19 | .749 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.38 | .717 | มากที่สุด |
| การใช้บริการจองห้องพักมี ข้อมูลถูกต้อง | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.88 | .370 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.17 | .804 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .647 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.67 | .620 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.25 | .707 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.80 | .616 | มาก |

ตารางที่ 4.91 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|------------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| | อื่น ๆ | 26 | 4.00 | .693 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.33 | .763 | มาก |
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากลและ ทันสมัย | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.87 | .423 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.20 | .782 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.45 | .688 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.70 | .542 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.90 | .718 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.96 | .720 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.36 | .750 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยัน การจอร์หรือมีหลักฐาน ตอบกลับการชำระเงินทุก ครั้ง | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.88 | .327 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.18 | .780 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.45 | .820 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.59 | .747 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .744 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.80 | .696 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.08 | .796 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.35 | .766 | มากที่สุด |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่การ จองห้องพักรผ่าน แอปพลิเคชันมีความ ผิดพลาด | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.82 | .520 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.20 | .837 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.27 | .647 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.67 | .555 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.91 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|----------|------------|-----------|----------------------|------------------|
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด (ต่อ) | นักศึกษา | 20 | 3.65 | .745 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.12 | .711 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.34 | .791 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.92 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | แหล่งของความแปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|---------------------|----------------|-----|-------------|-------|---------|
| แอปพลิเคชันมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | ระหว่างกลุ่ม | 39.080 | 7 | 5.583 | 9.560 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 197.382 | 338 | .584 | | |
| | ทั้งหมด | 236.462 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | ระหว่างกลุ่ม | 29.740 | 7 | 4.249 | 8.235 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 174.379 | 338 | .516 | | |
| | ทั้งหมด | 204.118 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | ระหว่างกลุ่ม | 29.616 | 7 | 4.231 | 8.964 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 159.540 | 338 | .472 | | |
| | ทั้งหมด | 189.156 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 32.004 | 7 | 4.572 | 9.754 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 158.436 | 338 | .469 | | |
| | ทั้งหมด | 190.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 36.491 | 7 | 5.213 | 9.961 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 176.899 | 338 | .523 | | |
| | ทั้งหมด | 213.390 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 30.533 | 7 | 4.362 | 9.757 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 151.108 | 338 | .447 | | |
| | ทั้งหมด | 181.642 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.92 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ ครบถ้วนเพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการ และข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ระหว่างกลุ่ม | 32.583 | 7 | 4.655 | 10.882 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 144.573 | 338 | .428 | | |
| | ทั้งหมด | 177.156 | 345 | | | |
| การให้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | ระหว่างกลุ่ม | 39.004 | 7 | 5.572 | 11.642 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 161.774 | 338 | .479 | | |
| | ทั้งหมด | 200.777 | 345 | | | |
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากลและ ทันสมัย | ระหว่างกลุ่ม | 36.571 | 7 | 5.224 | 11.209 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 157.544 | 338 | .466 | | |
| | ทั้งหมด | 194.116 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับการ ชำระเงินทุกครั้ง | ระหว่างกลุ่ม | 36.015 | 7 | 5.145 | 10.453 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 166.366 | 338 | .492 | | |
| | ทั้งหมด | 202.382 | 345 | | | |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่การ จองห้องพักผ่านแอป พลิเคชันมีความ ผิดพลาด | ระหว่างกลุ่ม | 35.011 | 7 | 5.002 | 9.353 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 180.746 | 338 | .535 | | |
| | ทั้งหมด | 215.757 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.93 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .743* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .730 | .284 |
| | | อาชีพอิสระ | .191 | .991 |
| | | ข้าราชการ | .571 | .780 |
| | | แม่บ้าน | -.054 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.021* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .744* | .015 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.743* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.013 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.551 | .098 |
| | | ข้าราชการ | -.172 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.797 | .308 |
| | | นักศึกษา | .278 | .935 |
| | | อื่น ๆ | .001 | 1.000 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.730 | .284 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .013 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.539 | .792 |
| | | ข้าราชการ | -.159 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.784 | .675 |
| | | นักศึกษา | .291 | .994 |
| | | อื่น ๆ | .014 | 1.000 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.191 | .991 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .551 | .098 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .539 | .792 |
| | | ข้าราชการ | .380 | .981 |
| | | แม่บ้าน | -.245 | .999 |
| | | นักศึกษา | .830 | .063 |
| | | อื่น ๆ | .553 | .438 |

ตารางที่ 4.93 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--|-----------------------|---------------|
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.571 | .780 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .172 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .159 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.380 | .981 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .913 |
| | | นักศึกษา | .450 | .960 |
| | | อื่น ๆ | .173 | 1.000 |
| | | มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .797 | | | .308 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .784 | | | .675 |
| อาชีพอิสระ | .245 | | | .999 |
| ข้าราชการ | .625 | | | .913 |
| นักศึกษา | 1.075 | | | .130 |
| อื่น ๆ | .798 | | | .466 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | นักศึกษา | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.278 | .935 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.291 | .994 |
| | | อาชีพอิสระ | -.830 | .063 |
| | | ข้าราชการ | -.450 | .960 |
| | | แม่บ้าน | -1.075 | .130 |
| | | อื่น ๆ | -.277 | .983 |
| | | มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -.001 | | | 1.000 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.014 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.553 | | | .438 |
| ข้าราชการ | -.173 | | | 1.000 |
| แม่บ้าน | -.798 | | | .466 |
| นักศึกษา | .277 | | | .983 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.94

ตารางที่ 4.94 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | | | | |
| เจ้าของกิจการ | 4.82 | - | 0.74* | 0.73 | 0.19 | 0.57 | 0.06 | 1.02* | 0.74* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.08 | | - | 0.01 | 0.55 | 0.17 | 0.80 | 0.28 | 0.00 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.09 | | | - | 0.54 | 0.16 | 0.78 | 0.29 | 0.01 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.38 | 0.25 | 0.83 | 0.55 |
| ข้าราชการ | 4.25 | | | | | - | 0.63 | 0.45 | 0.17 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.08 | 0.80 |
| นักศึกษา | 3.80 | | | | | | | - | 0.28 |
| อื่น ๆ | 4.08 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.95 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|------------------------------------|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .623* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .429 | .848 |
| | | อาชีพอิสระ | .183 | .990 |
| | | ข้าราชการ | .826 | .225 |
| | | แม่บ้าน | -.299 | .990 |
| | | นักศึกษา | .801* | .009 |
| | | อื่น ๆ | .625 | .052 |

ตารางที่ 4.95 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.623* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.195 | .998 |
| | | อาชีพอิสระ | -.440 | .270 |
| | | ข้าราชการ | .203 | .999 |
| | | แม่บ้าน | -.922 | .086 |
| | | นักศึกษา | .178 | .993 |
| | | อื่น ๆ | .001 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.429 | .848 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .195 | .998 |
| | | อาชีพอิสระ | -.246 | .996 |
| | | ข้าราชการ | .398 | .985 |
| | | แม่บ้าน | -.727 | .690 |
| | | นักศึกษา | .373 | .964 |
| | | อื่น ๆ | .196 | .999 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.183 | .990 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .440 | .270 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .246 | .996 |
| | | ข้าราชการ | .644 | .666 |
| | | แม่บ้าน | -.481 | .904 |
| | | นักศึกษา | .619 | .292 |
| | | อื่น ๆ | .442 | .659 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.826 | .225 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.203 | .999 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.398 | .985 |
| | | อาชีพอิสระ | -.644 | .666 |
| | | ข้าราชการ | -1.125 | .204 |
| | | นักศึกษา | -.025 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | -.202 | .999 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .299 | .990 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .922 | .086 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .727 | .690 |
| | | อาชีพอิสระ | .481 | .904 |
| | | ข้าราชการ | 1.125 | .204 |

ตารางที่ 4.95 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|------------------------------------|-----------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา (ต่อ) | นักศึกษา | นักศึกษา | 1.100 | .066 |
| | | อื่น ๆ | .923 | .187 |
| | | เจ้าของกิจการ | -.801* | .009 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.178 | .993 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.373 | .964 |
| | | อาชีพอิสระ | -.619 | .292 |
| | | ข้าราชการ | .025 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -1.100 | .066 |
| | | อื่น ๆ | -.177 | .998 |
| | | แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -.001 | | | 1.000 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.196 | | | .999 |
| อาชีพอิสระ | -.442 | | | .659 |
| ข้าราชการ | .202 | | | .999 |
| แม่บ้าน | -.923 | | | .187 |
| นักศึกษา | .177 | | | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับมีแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.96

ตารางที่ 4.96 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{x} | เจ้าของ กิจการ (n=67) | พนักงาน บริษัทเอกชน (n=179) | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพ อิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|------------------------|-----------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | 4.70 | - | 0.62* | 0.43 | 0.18 | 0.82 | 0.30 | 0.80* |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | 4.08 | | - | 0.19 | 0.44 | 0.20 | 0.92 | 0.18 | 0.00 |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.25 | 0.39 | 0.73 | 0.37 | 0.19 |
| อาชีพอิสระ | 4.52 | | | | - | 0.64 | 0.48 | 0.62 | 0.44 |
| ข้าราชการ | 3.88 | | | | | - | 1.12 | 0.02 | 0.20 |
| แม่บ้าน | 5.00 | | | | | | - | 1.10 | 0.92 |
| นักศึกษา | 3.90 | | | | | | | - | 0.18 |
| อื่น ๆ | 4.08 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.97 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ ้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .676* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .593 | .427 |
| | | อาชีพอิสระ | .236 | .943 |
| | | ข้าราชการ | .491 | .819 |
| | | แม่บ้าน | -.134 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .666* | .047 |
| | | อื่น ๆ | .750* | .003 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใ ้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.676* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.083 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.440 | .216 |
| | | ข้าราชการ | -.185 | .999 |
| | | แม่บ้าน | -.810 | .159 |
| | | นักศึกษา | -.010 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .075 | 1.000 |

ตารางที่ 4.97 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.593 | .427 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .083 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.357 | .953 |
| | | ข้าราชการ | -.102 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.727 | .637 |
| | | นักศึกษา | .073 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .157 | 1.000 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.236 | .943 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .440 | .216 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .357 | .953 |
| | | ข้าราชการ | .255 | .997 |
| | | แม่บ้าน | -.370 | .970 |
| | | นักศึกษา | .430 | .721 |
| | | อื่น ๆ | .514 | .389 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.491 | .819 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .185 | .999 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .102 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.255 | .997 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .854 |
| | | นักศึกษา | .175 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .260 | .997 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .134 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .810 | .159 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .727 | .637 |
| | | อาชีพอิสระ | .370 | .970 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .854 |
| | | นักศึกษา | .800 | .358 |
| | | อื่น ๆ | .885 | .185 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -.666* | .047 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .010 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.073 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.430 | .721 |

ตารางที่ 4.97 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใช้ งานง่าย ไม่ซับซ้อน (ต่อ) | | ข้าราชการ | -.175 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.800 | .358 |
| | | อื่น ๆ | .085 | 1.000 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใช้ งานง่าย ไม่ซับซ้อน | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.750* | .003 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.075 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.157 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.514 | .389 |
| | | ข้าราชการ | -.260 | .997 |
| | | แม่บ้าน | -.885 | .185 |
| นักศึกษา | -.085 | 1.000 | | |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.98

ตารางที่ 4.98 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นรายคู่

| อาชีพ | | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | \bar{X} | 4.87 | 4.19 | 4.27 | 4.63 | 4.38 | 5.00 | 4.20 | 4.12 |
| เจ้าของกิจการ | 4.87 | - | 0.68* | 0.60 | 0.24 | 0.49 | 0.13 | 0.67* | 0.75* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.19 | | - | 0.08 | 0.44 | 0.19 | 0.81 | 0.01 | 0.07 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.36 | 0.10 | 0.73 | 0.07 | 0.15 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.25 | 0.37 | 0.43 | 0.51 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.62 | 0.18 | 0.26 |
| แม่บ้าน | 5.00 | | | | | | - | 0.80 | 0.88 |
| นักศึกษา | 4.20 | | | | | | | - | 0.08 |
| อื่น ๆ | 4.12 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.99 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .653* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .457 | .754 |
| | | อาชีพอิสระ | .191 | .982 |
| | | ข้าราชการ | .571 | .664 |
| | | แม่บ้าน | -.054 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .971* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .744* | .003 |

ตารางที่ 4.99 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|-------------------------------|------------------------|-------------------------------|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.653* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.196 | .997 |
| | | อาชีพอิสระ | -.462 | .157 |
| | | ข้าราชการ | -.082 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.707 | .321 |
| | | นักศึกษา | .318 | .794 |
| | | อื่น ๆ | .091 | 1.000 |
| | | แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .196 | | | .997 |
| อาชีพอิสระ | -.266 | | | .991 |
| ข้าราชการ | .114 | | | 1.000 |
| แม่บ้าน | -.511 | | | .920 |
| นักศึกษา | .514 | | | .780 |
| อื่น ๆ | .287 | | | .987 |
| แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | อาชีพอิสระ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .462 | .157 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .266 | .991 |
| | | ข้าราชการ | .380 | .965 |
| | | แม่บ้าน | -.245 | .997 |
| | | นักศึกษา | .780* | .040 |
| | | อื่น ๆ | .553 | .284 |
| | | แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .082 | | | 1.000 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.114 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.380 | | | .965 |
| ข้าราชการ | -.625 | | | .852 |
| นักศึกษา | .400 | | | .962 |
| อื่น ๆ | .173 | | | 1.000 |

ตารางที่ 4.99 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|-------------------------------|-----------|-------------------------------|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .054 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .707 | .321 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .511 | .920 |
| | | อาชีพอิสระ | .245 | .997 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .852 |
| | | นักศึกษา | 1.025 | .081 |
| | | อื่น ๆ | .798 | .309 |
| | | แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -.318 | | | .794 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.514 | | | .780 |
| อาชีพอิสระ | -.780* | | | .040 |
| ข้าราชการ | -.400 | | | .962 |
| แม่บ้าน | -1.025 | | | .081 |
| อื่น ๆ | -.227 | | | .990 |
| แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | อื่น ๆ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.091 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.287 | .987 |
| | | อาชีพอิสระ | -.553 | .284 |
| | | ข้าราชการ | -.173 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.798 | .309 |
| | | นักศึกษา | .227 | .990 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.100

ตารางที่ 4.100 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.82 | - | 0.65* | 0.46 | 0.19 | 0.57 | 0.06 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.17 | | - | 0.19 | 0.46 | 0.08 | 0.70 | 0.32 | 0.09 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.36 | | | - | 0.27 | 0.11 | 0.51 | 0.51 | 0.28 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.38 | 0.25 | 0.78* | 0.55 |
| ข้าราชการ | 4.25 | | | | | - | 0.63 | 0.40 | 0.17 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.03 | 0.80 |
| นักศึกษา | 3.85 | | | | | | | - | 0.23 |
| อื่น ๆ | 4.08 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.101 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .692* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .548 | .609 |
| | | อาชีพอิสระ | .080 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .321 | .985 |
| | | แม่บ้าน | -.054 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .921* | .001 |
| | | อื่น ๆ | .782* | .003 |

ตารางที่ 4.101 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------|---|-----------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ชัดเจนเมื่อใช้งาน | พนักงานบริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.692* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.144 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.612* | .021 |
| | | ข้าราชการ | -.372 | .958 |
| | | แม่บ้าน | -.747 | .322 |
| | | นักศึกษา | .228 | .970 |
| | | อื่น ๆ | .090 | 1.000 |
| | | แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ชัดเจนเมื่อใช้งาน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .144 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.468 | | | .858 |
| ข้าราชการ | -.227 | | | 1.000 |
| แม่บ้าน | -.602 | | | .864 |
| นักศึกษา | .373 | | | .966 |
| อื่น ๆ | .234 | | | .997 |
| แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ชัดเจนเมื่อใช้งาน | อาชีพอิสระ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .612* | .021 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .468 | .858 |
| | | ข้าราชการ | .241 | .998 |
| | | แม่บ้าน | -.134 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .841* | .033 |
| | | อื่น ๆ | .702 | .090 |
| | | แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ชัดเจนเมื่อใช้งาน | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .372 | | | .958 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .227 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.241 | | | .998 |
| ข้าราชการ | -.375 | | | .993 |
| นักศึกษา | .600 | | | .787 |
| อื่น ๆ | .462 | | | .927 |

ตารางที่ 4.101 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|---|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียรไม่ ชัดเจนเมื่อใช้งาน | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .054 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .747 | .322 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .602 | .864 |
| | | อาชีพอิสระ | .134 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .375 | .993 |
| | | นักศึกษา | .975 | .172 |
| | | อื่น ๆ | .837 | .320 |
| | | แอปพลิเคชันมี ความเสถียรไม่ ชัดเจนเมื่อใช้งาน | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -.228 | | | .970 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.373 | | | .966 |
| อาชีพอิสระ | -.841* | | | .033 |
| ข้าราชการ | -.600 | | | .787 |
| แม่บ้าน | -.975 | | | .172 |
| อื่น ๆ | -.138 | | | 1.000 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียรไม่ ชัดเจนเมื่อใช้งาน | อื่น ๆ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.090 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.234 | .997 |
| | | อาชีพอิสระ | -.702 | .090 |
| | | ข้าราชการ | -.462 | .927 |
| | | แม่บ้าน | -.837 | .320 |
| | | นักศึกษา | .138 | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพต่าง ๆ มีความต้องการเกี่ยวกับ แอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา(5) อาชีพอิสระกับพนักงานเอกชนดัง ตารางที่ 4.102

ตารางที่ 4.102 เปรียบเทียบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียรไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของ กิจการ (n=67) | พนักงาน บริษัทเอกชน (n=179) | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพ อิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|------------------------|-----------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | | 4.82 | 4.13 | 4.27 | 4.74 | 4.50 | 4.88 | 3.90 |
| เจ้าของ กิจการ | 4.82 | - | 0.69* | 0.55 | 0.08 | 0.32 | 0.06 | 0.92* | 0.78* |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | 4.13 | | - | 0.14 | 0.61* | 0.37 | 0.75 | 0.23 | 0.09 |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.47 | 0.23 | 0.60 | 0.37 | 0.23 |
| อาชีพอิสระ | 4.74 | | | | - | 0.24 | 0.13 | 0.84* | 0.70 |
| ข้าราชการ | 4.50 | | | | | - | 0.38 | 0.60 | 0.46 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 0.98 | 0.84 |
| นักศึกษา | 3.90 | | | | | | | - | 0.14 |
| อื่น ๆ | 4.04 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.103 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .685* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .517 | .582 |
| | | อาชีพอิสระ | .251 | .910 |
| | | ข้าราชการ | .631 | .500 |
| | | แม่บ้าน | -.119 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .831* | .002 |
| | | อื่น ๆ | .650* | .015 |

ตารางที่ 4.103 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.685* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.168 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.434 | .199 |
| | | ข้าราชการ | -.054 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.804 | .139 |
| | | นักศึกษา | .146 | .997 |
| | | อื่น ๆ | -.035 | 1.000 |
| | | แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .168 | | | .999 |
| อาชีพอิสระ | -.266 | | | .990 |
| ข้าราชการ | .114 | | | 1.000 |
| แม่บ้าน | -.636 | | | .756 |
| นักศึกษา | .314 | | | .980 |
| อื่น ๆ | .133 | | | 1.000 |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | อาชีพอิสระ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .434 | .199 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .266 | .990 |
| | | ข้าราชการ | .380 | .960 |
| | | แม่บ้าน | -.370 | .965 |
| | | นักศึกษา | .580 | .284 |
| | | อื่น ๆ | .399 | .695 |
| | | แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .054 | | | 1.000 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.114 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.380 | | | .960 |
| ข้าราชการ | -.750 | | | .656 |
| นักศึกษา | .200 | | | .999 |
| อื่น ๆ | .019 | | | 1.000 |

ตารางที่ 4.103 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .119 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .804 | .139 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .636 | .756 |
| | | อาชีพอิสระ | .370 | .965 |
| | | ข้าราชการ | .750 | .656 |
| | | นักศึกษา | .950 | .121 |
| | | อื่น ๆ | .769 | .327 |
| | | แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -.146 | | | .997 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.314 | | | .980 |
| อาชีพอิสระ | -.580 | | | .284 |
| ข้าราชการ | -.200 | | | .999 |
| แม่บ้าน | -.950 | | | .121 |
| อื่น ๆ | -.181 | | | .997 |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้ รวดเร็ว | อื่น ๆ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .035 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.133 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.399 | .695 |
| | | ข้าราชการ | -.019 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.769 | .327 |
| | | นักศึกษา | .181 | .997 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.104

ตารางที่ 4.104 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | | | | |
| | 4.88 | 4.88 | 4.20 | 4.36 | 4.63 | 4.25 | 5.00 | 4.05 | 4.23 |
| เจ้าของกิจการ | 4.88 | - | 0.68* | 0.52 | 0.25 | 0.63 | 0.12 | 0.83* | 0.65* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.20 | | - | 0.16 | 0.43 | 0.05 | 0.80 | 0.15 | 0.03 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.36 | | | - | 0.27 | 0.11 | 0.64 | 0.31 | 0.13 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.38 | 0.37 | 0.58 | 0.40 |
| ข้าราชการ | 4.25 | | | | | - | 0.75 | 0.20 | 0.02 |
| แม่บ้าน | 5.00 | | | | | | - | 0.95 | 0.77 |
| นักศึกษา | 4.05 | | | | | | | - | 0.18 |
| อื่น ๆ | 4.23 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.105 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วน
เพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบันโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value | | |
|--|------------------------|--|--------------------------|--------------------|--------|-------|
| แอปพลิเคชันมี ข้อมูลห้องพัก สิ่ง อำนวยความสะดวก ของโรงแรม ที่ครบถ้วนเพียงพอ ต่อการตัดสินใจ เพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบัน | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .657* | .000 | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .608 | .322 | | |
| | | อาชีพอิสระ | .251 | .899 | | |
| | | ข้าราชการ | .506 | .748 | | |
| | | แม่บ้าน | .006 | 1.000 | | |
| | | นักศึกษา | 1.081* | .000 | | |
| | | อื่น ๆ | .688* | .005 | | |
| | | แอปพลิเคชันมี ข้อมูลห้องพัก สิ่ง อำนวยความสะดวก ของโรงแรม ที่ครบถ้วนเพียงพอ ต่อการตัดสินใจ เพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบัน | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.657* | .000 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.049 | 1.000 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.406 | .253 |
| ข้าราชการ | -.152 | | | 1.000 | | |
| แม่บ้าน | -.652 | | | .372 | | |
| นักศึกษา | .423 | | | .377 | | |
| อื่น ๆ | .031 | | | 1.000 | | |
| แอปพลิเคชันมี ข้อมูลห้องพัก สิ่ง อำนวยความสะดวก ของโรงแรม ที่ครบถ้วนเพียงพอ ต่อการตัดสินใจ เพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบัน | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ | -.608 | .322 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .049 | 1.000 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.357 | .939 |
| | | ข้าราชการ | -.102 | 1.000 | | |
| | | แม่บ้าน | -.602 | .787 | | |
| | | นักศึกษา | .473 | .812 | | |
| | | อื่น ๆ | .080 | 1.000 | | |

ตารางที่ 4.105 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรม ที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจ เพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.251 | .899 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .406 | .253 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .357 | .939 |
| | | ข้าราชการ | .255 | .996 |
| | | แม่บ้าน | -.245 | .997 |
| | | นักศึกษา | .830* | .011 |
| | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.506 | .748 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .152 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .102 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.255 | .996 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .938 |
| | | นักศึกษา | .575 | .730 |
| แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.006 | 1.000 | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | .652 | .372 | |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .602 | .787 | |
| | อาชีพอิสระ | .245 | .997 | |
| | ข้าราชการ | .500 | .938 | |
| | นักศึกษา | 1.075* | .033 | |
| นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.081* | .000 | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | -.423 | .377 | |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.473 | .812 | |
| | อาชีพอิสระ | -.830* | .011 | |
| | ข้าราชการ | -.575 | .730 | |
| | แม่บ้าน | -1.075* | .033 | |
| ข้อมูลเป็นปัจจุบัน | อื่น ๆ | -.392 | .771 | |

ตารางที่ 4.105 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรม ที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.688* | .005 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.031 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.080 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.437 | .550 |
| | | ข้าราชการ | -.183 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.683 | .466 |
| | | นักศึกษา | .392 | .771 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบันเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมี ข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและ ข้อมูลเป็นปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของ กิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (5) นักศึกษากับแม่บ้าน ดังตารางที่ 4.106

ตารางที่ 4.106 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วน เพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของ กิจการ (n=67) | พนักงาน บริษัทเอกชน (n=179) | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพ อิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|------------------------|-----------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | 4.88 | 4.88 | 4.22 | 4.27 | 4.63 | 4.38 | 4.88 | 3.80 |
| เจ้าของ กิจการ | 4.88 | - | 0.66* | 0.61 | 0.25 | 0.50 | 0.00 | 1.08* | 0.69* |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | 4.22 | | - | 0.05 | 0.41 | 0.15 | 0.65 | 0.42 | 0.03 |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.36 | 0.11 | 0.60 | 0.47 | 0.08 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.25 | 0.24 | 0.83* | 0.44 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.57 | 0.18 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.08* | 0.68 |
| นักศึกษา | 3.80 | | | | | | | - | 0.39 |
| อื่น ๆ | 4.19 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.107 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|---|--------------------------|---------------|
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .713* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .608 | .401 |
| | | อาชีพอิสระ | .214 | .968 |
| | | ข้าราชการ | .631 | .548 |
| | | แม่บ้าน | .006 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.081* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .881* | .000 |
| | | การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.105 | | | 1.000 |
| อาชีพอิสระ | -.499 | | | .098 |
| ข้าราชการ | -.082 | | | 1.000 |
| แม่บ้าน | -.707 | | | .335 |
| นักศึกษา | .368 | | | .650 |
| อื่น ๆ | .168 | | | .987 |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .105 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.394 | .924 |
| | | ข้าราชการ | .023 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.602 | .833 |
| | | นักศึกษา | .473 | .854 |
| | | อื่น ๆ | .273 | .991 |
| | | การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .499 | | | .098 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .394 | | | .924 |
| ข้าราชการ | .417 | | | .945 |
| แม่บ้าน | -.208 | | | .999 |
| นักศึกษา | .867* | | | .013 |
| อื่น ๆ | .667 | | | .095 |

ตารางที่ 4.107 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------------------|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.631 | .548 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .082 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.023 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.417 | .945 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .859 |
| | | นักศึกษา | .450 | .933 |
| | | อื่น ๆ | .250 | .997 |
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.006 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .707 | .335 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .602 | .833 |
| | | อาชีพอิสระ | .208 | .999 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .859 |
| | | นักศึกษา | 1.075 | .058 |
| | | อื่น ๆ | .875 | .205 |
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.081* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.368 | .650 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.473 | .854 |
| | | อาชีพอิสระ | -.867* | .013 |
| | | ข้าราชการ | -.450 | .933 |
| | | แม่บ้าน | -1.075 | .058 |
| | | อื่น ๆ | -.200 | .996 |
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.881* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.168 | .987 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.273 | .991 |
| | | อาชีพอิสระ | -.667 | .095 |
| | | ข้าราชการ | -.250 | .997 |
| | | แม่บ้าน | -.875 | .205 |
| | | นักศึกษา | .200 | .996 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.108

ตารางที่ 4.108 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง เป็นรายคู่

| อาชีพ | | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | \bar{X} | 4.88 | 4.17 | 4.27 | 4.67 | 4.25 | 4.88 | 3.80 | 4.00 |
| เจ้าของกิจการ | 4.88 | - | 0.71* | 0.61 | 0.21 | 0.63 | 0.00 | 1.08* | 0.88* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.17 | | - | 0.10 | 0.50 | 0.08 | 0.70 | 0.37 | 0.17 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.39 | 0.02 | 0.60 | 0.47 | 0.27 |
| อาชีพอิสระ | 4.67 | | | | - | 0.42 | 0.21 | 0.87* | 0.67 |
| ข้าราชการ | 4.25 | | | | | - | 0.63 | 0.45 | 0.25 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.08 | 0.88 |
| นักศึกษา | 3.80 | | | | | | | - | 0.20 |
| อื่น ๆ | 4.00 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.109 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัยโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .665* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .411 | .842 |
| | | อาชีพอิสระ | .162 | .993 |
| | | ข้าราชการ | .491 | .814 |
| | | แม่บ้าน | -.134 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .966* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .904* | .000 |

ตารางที่ 4.109 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.665* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.253 | .984 |
| | | อาชีพอิสระ | -.503 | .083 |
| | | ข้าราชการ | -.174 | .999 |
| | | แม่บ้าน | -.799 | .167 |
| | | นักศึกษา | .301 | .834 |
| | | อื่น ๆ | .240 | .902 |
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.411 | .842 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .253 | .984 |
| | | อาชีพอิสระ | -.249 | .994 |
| | | ข้าราชการ | .080 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.545 | .888 |
| | | นักศึกษา | .555 | .698 |
| | | อื่น ๆ | .493 | .776 |
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.162 | .993 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .503 | .083 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .249 | .994 |
| | | ข้าราชการ | .329 | .984 |
| | | แม่บ้าน | -.296 | .992 |
| | | นักศึกษา | .804* | .028 |
| | | อื่น ๆ | .742* | .031 |
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.491 | .814 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .174 | .999 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.080 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.329 | .984 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .850 |
| | | นักศึกษา | .475 | .905 |
| | | อื่น ๆ | .413 | .945 |
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .134 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .799 | .167 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .545 | .888 |
| | | อาชีพอิสระ | .296 | .992 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .850 |

ตารางที่ 4.109 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--|-----------------------|---------------|
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | นักศึกษา | นักศึกษา | 1.100* | .041 |
| | | อื่น ๆ | 1.038 | .052 |
| | | เจ้าของกิจการ | -.966* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.301 | .834 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.555 | .698 |
| | | อาชีพอิสระ | -.804* | .028 |
| | | ข้าราชการ | -.475 | .905 |
| | | แม่บ้าน | -1.100* | .041 |
| | | อื่น ๆ | -.062 | 1.000 |
| | | การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -.240 | | | .902 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.493 | | | .776 |
| อาชีพอิสระ | -.742* | | | .031 |
| ข้าราชการ | -.413 | | | .945 |
| แม่บ้าน | -1.038 | | | .052 |
| นักศึกษา | .062 | | | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการชำระเงิน มีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัยเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพ มีความต้องการเกี่ยวกับการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) แม่บ้านกับนักศึกษา (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (6) อาชีพอิสระกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.110

ตารางที่ 4.110 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | 4.87 | - | 0.67* | 0.41 | 0.16 | 0.49 | 0.13 | 0.97* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.20 | | - | 0.25 | 0.50 | 0.17 | 0.80 | 0.30 | 0.24 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.45 | | | - | 0.25 | 0.08 | 0.55 | 0.55 | 0.49 |
| อาชีพอิสระ | 4.70 | | | | - | 0.33 | 0.30 | 0.80* | 0.74* |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.62 | 0.47 | 0.42 |
| แม่บ้าน | 5.00 | | | | | | - | 1.10* | 1.04 |
| นักศึกษา | 3.90 | | | | | | | - | 0.06 |
| อื่น ๆ | 3.96 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.111 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง
โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|---|--------------------------|---------------|
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .702* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .426 | .836 |
| | | อาชีพอิสระ | .288 | .861 |
| | | ข้าราชการ | .506 | .812 |
| | | แม่บ้าน | .006 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.081* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .804* | .001 |
| | | แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.276 | .978 | | |
| อาชีพอิสระ | -.414 | .322 | | |
| ข้าราชการ | -.196 | .999 | | |
| แม่บ้าน | -.696 | .377 | | |
| นักศึกษา | .379 | .630 | | |
| อื่น ๆ | .102 | 1.000 | | |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | | -.426 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .276 | .978 |
| | | อาชีพอิสระ | -.138 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .080 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.420 | .976 |
| | | นักศึกษา | .655 | .520 |
| | | อื่น ๆ | .378 | .945 |
| | | แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือ มีหลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ |
| พนักงานบริษัทเอกชน | .414 | | | .322 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .138 | | | 1.000 |
| ข้าราชการ | .218 | | | .999 |
| แม่บ้าน | -.282 | | | .995 |
| นักศึกษา | .793* | | | .044 |
| อื่น ๆ | .516 | | | .415 |

ตารางที่ 4.111 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.506 | .812 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .196 | .999 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.080 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.218 | .999 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .958 |
| | | นักศึกษา | .575 | .797 |
| | | อื่น ๆ | .298 | .993 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.006 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .696 | .377 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .420 | .976 |
| | | อาชีพอิสระ | .282 | .995 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .958 |
| | | นักศึกษา | 1.075 | .066 |
| | | อื่น ๆ | .798 | .343 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.081* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.379 | .630 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.655 | .520 |
| | | อาชีพอิสระ | -.793* | .044 |
| | | ข้าราชการ | -.575 | .797 |
| | | แม่บ้าน | -1.075 | .066 |
| | | อื่น ๆ | -.277 | .971 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.804* | .001 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.102 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.378 | .945 |
| | | อาชีพอิสระ | -.516 | .415 |
| | | ข้าราชการ | -.298 | .993 |
| | | แม่บ้าน | -.798 | .343 |
| | | นักศึกษา | .277 | .971 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.112

ตารางที่ 4.112 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันที่มีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งเป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.88 | - | 0.70* | 0.43 | 0.29 | 0.50 | 0.00 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.18 | | - | 0.27 | 0.41 | 0.20 | 0.70 | 0.38 | 0.10 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.45 | | | - | 0.14 | 0.08 | 0.42 | 0.65 | 0.38 |
| อาชีพอิสระ | 4.59 | | | | - | 0.22 | 0.28 | 0.79* | 0.51 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.58 | 0.30 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.05 | 0.80 |
| นักศึกษา | 3.80 | | | | | | | - | 0.28 |
| อื่น ๆ | 4.08 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.113 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความ
ผิดพลาดโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| มีช่องทางรองรับ การแก้ปัญหา ใน กรณีที่มีการจอง ห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมี ความผิดพลาด | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .620* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .548 | .623 |
| | | อาชีพอิสระ | .154 | .997 |
| | | ข้าราชการ | .446 | .914 |
| | | แม่บ้าน | -.054 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.171* | .000 |
| | | อื่นๆ | .706* | .017 |
| มีช่องทางรองรับ การแก้ปัญหา ใน กรณีที่มีการจอง ห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมี ความผิดพลาด | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.620* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.072 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.466 | .222 |
| | | ข้าราชการ | -.174 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.674 | .484 |
| | | นักศึกษา | .551 | .181 |
| | | อื่นๆ | .086 | 1.000 |
| มีช่องทางรองรับ การแก้ปัญหา ใน กรณีที่มีการจอง ห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมี ความผิดพลาด | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.548 | .623 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .072 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.394 | .943 |
| | | ข้าราชการ | -.102 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.602 | .871 |
| | | นักศึกษา | .623 | .642 |
| | | อื่นๆ | .157 | 1.000 |
| มีช่องทางรองรับ การแก้ปัญหา ใน กรณีที่มีการจอง ห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมี ความผิดพลาด | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.154 | .997 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .466 | .222 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .394 | .943 |
| | | ข้าราชการ | .292 | .995 |
| | | แม่บ้าน | -.208 | .999 |
| | | นักศึกษา | 1.017* | .003 |
| | | อื่นๆ | .551 | .379 |

ตารางที่ 4.113 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักรับผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.446 | .914 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .174 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .102 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.292 | .995 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .966 |
| | | นักศึกษา | .725 | .586 |
| | | อื่น ๆ | .260 | .998 |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักรับผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .054 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .674 | .484 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .602 | .871 |
| | | อาชีพอิสระ | .208 | .999 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .966 |
| | | นักศึกษา | 1.225* | .027 |
| | | อื่น ๆ | .760 | .473 |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักรับผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.171* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.551 | .181 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.623 | .642 |
| | | อาชีพอิสระ | -1.017* | .003 |
| | | ข้าราชการ | -.725 | .586 |
| | | แม่บ้าน | -1.225* | .027 |
| | | อื่น ๆ | -.465 | .711 |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักรับผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.706* | .017 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.086 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.157 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.551 | .379 |
| | | ข้าราชการ | -.260 | .998 |
| | | แม่บ้าน | -.760 | .473 |
| | | นักศึกษา | .465 | .711 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (5) แม่บ้านกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.114

ตารางที่ 4.114 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | | | | |
| เจ้าของกิจการ | 4.82 | - | 0.62* | 0.55 | 0.15 | 0.44 | 0.05 | 1.17* | 0.70* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.20 | | - | 0.07 | 0.47 | 0.17 | 0.67 | 0.55 | 0.08 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.27 | | | - | 0.40 | 0.11 | 0.61 | 0.62 | 0.15 |
| อาชีพอิสระ | 4.67 | | | | - | 0.29 | 0.21 | 1.02* | 0.55 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.73 | 0.26 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.23* | 0.76 |
| นักศึกษา | 3.65 | | | | | | | - | 0.47 |
| อื่น ๆ | 4.12 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพ เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) รองลงมา ได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้จองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) และ ด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759) ตามลำดับ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันมีข้อความ

แจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชันใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) ดังตารางที่ดังตารางที่ 4.115 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน จำแนกตามอาชีพอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบด้วย Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.116 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.117 – 4.134

ตารางที่ 4.115 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน จำแนกตามอาชีพ

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|--------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.87 | .344 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.13 | .775 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.45 | .522 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.59 | .636 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.13 | .641 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 5.00 | .000 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.85 | .671 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.23 | .710 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .740 | มากที่สุด |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชัน) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.88 | .327 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.07 | .765 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.36 | .505 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .629 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.115 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|------------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูด ใจให้ตัดสินใจจองห้องพัก และชำระเงิน (ต่อ) | นักศึกษา | 20 | 3.95 | .686 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.88 | .653 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.29 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อความ แจ้งเตือนเกี่ยวกับ โปรโมชั่นใหม่ | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.72 | .454 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.00 | .835 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.00 | .447 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .688 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.63 | .518 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.50 | .688 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.92 | .688 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.18 | .799 | มาก |
| การขายผ่านแอปพลิเคชัน เป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดย อาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.81 | .468 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.07 | .818 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.36 | .505 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.67 | .620 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.13 | .835 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.63 | .744 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.60 | .754 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.88 | .711 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.24 | .804 | มากที่สุด |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการจอง ห้องพักและชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่ รู้จัก | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.85 | .435 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.12 | .744 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.09 | .539 | มากที่สุด |
| | | | | | |

ตารางที่ 4.115 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|--------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก (ต่อ) | อาชีพอิสระ | 27 | 4.63 | .629 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.13 | .835 | มาก |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.50 | 1.069 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.75 | .786 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.12 | .711 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.29 | .759 | มากที่สุด |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.85 | .399 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.02 | .793 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.36 | .505 | มากที่สุด |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.56 | .698 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.63 | .518 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.80 | .894 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 4.19 | .749 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.26 | .784 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.84 | .447 | มากที่สุด |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 179 | 4.08 | .763 | มาก |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11 | 3.91 | .701 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.59 | .636 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.25 | .463 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 3.75 | .786 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.96 | .662 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.26 | .762 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.115 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | อาชีพ | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|--|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชันสามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ ตลอด 24 ชั่วโมง | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.90 | .394 | มากที่สุด |
| | พนักงาน บริษัทเอกชน | 179 | 4.14 | .826 | มาก |
| | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 11 | 4.09 | .944 | มาก |
| | อาชีพอิสระ | 27 | 4.67 | .620 | มากที่สุด |
| | ข้าราชการ | 8 | 4.25 | .707 | มากที่สุด |
| | แม่บ้าน | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| | นักศึกษา | 20 | 4.10 | .718 | มาก |
| | อื่น ๆ | 26 | 3.96 | .824 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.33 | .799 | มากที่สุด |
| | แอปพลิเคชันสามารถชำระ เงินผ่านทางบัญชี อิเล็กทรอนิกส์หรือ เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อ การจองห้องพักได้ทันที | เจ้าของกิจการ | 67 | 4.84 | .480 |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | | 179 | 4.13 | .828 | มาก |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | 11 | 4.09 | .539 | มาก |
| อาชีพอิสระ | | 27 | 4.63 | .688 | มากที่สุด |
| ข้าราชการ | | 8 | 4.38 | .518 | มากที่สุด |
| แม่บ้าน | | 8 | 4.88 | .354 | มากที่สุด |
| นักศึกษา | | 20 | 3.95 | .686 | มาก |
| อื่น ๆ | | 26 | 3.81 | .939 | มาก |
| รวม | | 346 | 4.29 | .809 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.116 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่ ทำให้สามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 36.918 | 7 | 5.274 | 11.739 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 151.859 | 338 | .449 | | |
| | ทั้งหมด | 188.777 | 345 | | | |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอ ผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจอง ห้องพักและชำระเงิน | ระหว่างกลุ่ม | 44.377 | 7 | 6.340 | 14.647 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 146.296 | 338 | .433 | | |
| | ทั้งหมด | 190.673 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีข้อความ แจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโม ชันใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 43.741 | 7 | 6.249 | 11.966 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 176.504 | 338 | .522 | | |
| | ทั้งหมด | 220.246 | 345 | | | |
| การขายผ่านแอปพลิเคชัน เป็นรูปแบบที่ น่าสนใจโดยอาจไม่ จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | ระหว่างกลุ่ม | 44.667 | 7 | 6.381 | 12.088 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 178.422 | 338 | .528 | | |
| | ทั้งหมด | 223.090 | 345 | | | |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการจอง ห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ระหว่างกลุ่ม | 37.145 | 7 | 5.306 | 11.104 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 161.528 | 338 | .478 | | |
| | ทั้งหมด | 198.673 | 345 | | | |
| การประชาสัมพันธ์ผ่าน แอปพลิเคชันทำให้ ผู้รับบริการรู้จักโรงแรม ที่จะจองห้องพัก และ เข้าถึงแอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | ระหว่างกลุ่ม | 41.488 | 7 | 5.927 | 11.741 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 170.619 | 338 | .505 | | |
| | ทั้งหมด | 212.107 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.116 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | แหล่งของความแปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|---------------------|----------------|-----|-------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | ระหว่างกลุ่ม | 42.656 | 7 | 6.094 | 13.081 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 157.451 | 338 | .466 | | |
| | ทั้งหมด | 200.107 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ระหว่างกลุ่ม | 38.617 | 7 | 5.517 | 10.255 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 181.823 | 338 | .538 | | |
| | ทั้งหมด | 220.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | ระหว่างกลุ่ม | 39.335 | 7 | 5.619 | 10.201 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 186.183 | 338 | .551 | | |
| | ทั้งหมด | 225.517 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.117 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .732* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .411 | .829 |
| | | อาชีพอิสระ | .273 | .866 |
| | | ข้าราชการ | .741 | .277 |
| | | แม่บ้าน | -.134 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.016* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .635* | .021 |

ตารางที่ 4.117 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | พนักงานบริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.732* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.320 | .936 |
| | | อาชีพอิสระ | -.459 | .144 |
| | | ข้าราชการ | .009 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.866 | .081 |
| | | นักศึกษา | .284 | .862 |
| | | อื่น ๆ | -.097 | 1.000 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.411 | .829 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .320 | .936 |
| | | อาชีพอิสระ | -.138 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .330 | .993 |
| | | แม่บ้าน | -.545 | .878 |
| | | นักศึกษา | .605 | .567 |
| | | อื่น ๆ | .224 | .997 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.273 | .866 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .459 | .144 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .138 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .468 | .884 |
| | | แม่บ้าน | -.407 | .942 |
| | | นักศึกษา | .743 | .053 |
| | | อื่น ๆ | .362 | .795 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.741 | .277 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.009 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.330 | .993 |
| | | อาชีพอิสระ | -.468 | .884 |
| | | ข้าราชการ | -.875 | .450 |
| | | นักศึกษา | .275 | .995 |
| | | อื่น ๆ | -.106 | 1.000 |

ตารางที่ 4.117 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .134 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .866 | .081 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .545 | .878 |
| | | อาชีพอิสระ | .407 | .942 |
| | | ข้าราชการ | .875 | .450 |
| | | นักศึกษา | 1.150* | .021 |
| | | อื่น ๆ | .769 | .331 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.016* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.284 | .862 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.605 | .567 |
| | | อาชีพอิสระ | -.743 | .053 |
| | | ข้าราชการ | -.275 | .995 |
| | | แม่บ้าน | -1.150* | .021 |
| | | อื่น ๆ | -.381 | .819 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.635* | .021 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .097 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.224 | .997 |
| | | อาชีพอิสระ | -.362 | .795 |
| | | ข้าราชการ | .106 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.769 | .331 |
| | | นักศึกษา | .381 | .819 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่ม ตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) แม่บ้านกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.118

ตารางที่ 4.118 เปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้าน แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงิน ได้สะดวก เป็นรายคู่

| อาชีพ | | เจ้าของ กิจการ (n=67) | พนักงาน บริษัทเอกชน (n=179) | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพ อิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|------------------------|-----------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | \bar{X} | 4.87 | 4.13 | 4.45 | 4.59 | 4.13 | 5.00 | 3.85 | 4.23 |
| เจ้าของ กิจการ | 4.87 | - | 0.74* | 0.41 | 0.27 | 0.74 | 0.13 | 1.02* | 0.64* |
| พนักงาน บริษัทเอกชน | 4.13 | | - | 0.32 | 0.46 | 0.00 | 0.87 | 0.28 | 0.10 |
| พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 4.45 | | | - | 0.14 | 0.33 | 0.55 | 0.60 | 0.22 |
| อาชีพอิสระ | 4.59 | | | | - | 0.46 | 0.41 | 0.74 | 0.36 |
| ข้าราชการ | 4.13 | | | | | - | 0.87 | 0.28 | 0.10 |
| แม่บ้าน | 5.00 | | | | | | - | 1.15* | 0.77 |
| นักศึกษา | 3.85 | | | | | | | - | 0.38 |
| อื่น ๆ | 4.23 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.119 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิ
ด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้
ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value | | |
|--|------------------------|--|--------------------------|--------------------|--------|------|
| รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่านแอป พลิเคชันเป็นที่ดึงดูด ใจให้ตัดสินใจจอง ห้องพักและชำระ เงิน | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .808* | .000 | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .517 | .560 | | |
| | | อาชีพอิสระ | .251 | .902 | | |
| | | ข้าราชการ | .506 | .753 | | |
| | | แม่บ้าน | .006 | 1.000 | | |
| | | นักศึกษา | .931* | .000 | | |
| | | อื่น ๆ | .996* | .000 | | |
| | | รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.808* | .000 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.291 | .958 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.557* | .021 |
| ข้าราชการ | -.302 | | | .978 | | |
| แม่บ้าน | -.802 | | | .127 | | |
| นักศึกษา | .123 | | | .999 | | |
| อื่น ๆ | .188 | | | .967 | | |
| รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ | -.517 | .560 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .291 | .958 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.266 | .989 |
| | | ข้าราชการ | -.011 | 1.000 | | |
| | | แม่บ้าน | -.511 | .902 | | |
| | | นักศึกษา | .414 | .902 | | |
| | | อื่น ๆ | .479 | .768 | | |
| | | รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.251 | .902 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .557* | .021 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .266 | .989 |
| ข้าราชการ | .255 | | | .996 | | |
| แม่บ้าน | -.245 | | | .997 | | |
| นักศึกษา | .680 | | | .096 | | |
| อื่น ๆ | .745* | | | .019 | | |

ตารางที่ 4.119 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.506 | .753 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .302 | .978 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .011 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.255 | .996 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .940 |
| | | นักศึกษา | .425 | .935 |
| | | อื่น ๆ | .490 | .845 |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.006 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .802 | .127 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .511 | .902 |
| | | อาชีพอิสระ | .245 | .997 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .940 |
| | | นักศึกษา | .925 | .130 |
| | | อื่น ๆ | .990 | .057 |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -.931* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.123 | .999 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.414 | .902 |
| | | อาชีพอิสระ | -.680 | .096 |
| | | ข้าราชการ | -.425 | .935 |
| | | แม่บ้าน | -.925 | .130 |
| | | อื่น ๆ | .065 | 1.000 |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.996* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.188 | .967 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.479 | .768 |
| | | อาชีพอิสระ | -.745* | .019 |
| | | ข้าราชการ | -.490 | .845 |
| | | แม่บ้าน | -.990 | .057 |
| | | นักศึกษา | -.065 | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจของห้องพักและชำระเงินเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพ มีความต้องการเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจของห้องพักและชำระเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานเอกชนกับอาชีพอิสระ (5) อาชีพอิสระกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.120

ตารางที่ 4.120 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจของห้องพักและชำระเงิน เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.88 | - | 0.81* | 0.52 | 0.25 | 0.51 | 0.00 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.07 | | - | 0.29 | 0.56* | 0.30 | 0.81 | 0.12 | 0.19 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.36 | | | - | 0.27 | 0.01 | 0.51 | 0.41 | 0.48 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.25 | 0.25 | 0.68 | 0.75* |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.43 | 0.49 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 0.93 | 0.99 |
| นักศึกษา | 3.95 | | | | | | | - | 0.07 |
| อื่น ๆ | 3.88 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.121 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ข้อความแจ้งเตือน เกี่ยวกับโปรโมชั่น ใหม่ | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .716* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .716 | .237 |
| | | อาชีพอิสระ | .087 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .341 | .979 |
| | | แม่บ้าน | .091 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.216* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .793* | .003 |
| แอปพลิเคชันมี ข้อความแจ้งเตือน เกี่ยวกับโปรโมชั่น ใหม่ | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.716* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .000 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.630* | .015 |
| | | ข้าราชการ | -.375 | .956 |
| | | แม่บ้าน | -.625 | .573 |
| | | นักศึกษา | .500 | .285 |
| | | อื่น ๆ | .077 | 1.000 |
| แอปพลิเคชันมี ข้อความแจ้งเตือน เกี่ยวกับโปรโมชั่น ใหม่ | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.716 | .237 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .000 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.630 | .549 |
| | | ข้าราชการ | -.375 | .990 |
| | | แม่บ้าน | -.625 | .838 |
| | | นักศึกษา | .500 | .845 |
| | | อื่น ๆ | .077 | 1.000 |
| แอปพลิเคชันมี ข้อความแจ้งเตือน เกี่ยวกับโปรโมชั่น ใหม่ | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.087 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .630* | .015 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .630 | .549 |
| | | ข้าราชการ | .255 | .998 |
| | | แม่บ้าน | .005 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.130* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .707 | .085 |

ตารางที่ 4.121 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.341 | .979 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .375 | .956 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .375 | .990 |
| | | อาชีพอิสระ | -.255 | .998 |
| | | ข้าราชการ | -.250 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .875 | .304 |
| | | อื่น ๆ | .452 | .934 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.091 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .625 | .573 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .625 | .838 |
| | | อาชีพอิสระ | -.005 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .250 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.125 | .057 |
| | | อื่น ๆ | .702 | .567 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.216* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.500 | .285 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.500 | .845 |
| | | อาชีพอิสระ | -1.130* | .000 |
| | | ข้าราชการ | -.875 | .304 |
| | | แม่บ้าน | -1.125 | .057 |
| | | อื่น ๆ | -.423 | .793 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.793* | .003 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.077 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.077 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.707 | .085 |
| | | ข้าราชการ | -.452 | .934 |
| | | แม่บ้าน | -.702 | .567 |
| | | นักศึกษา | .423 | .793 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานเอกชนกับอาชีพอิสระ (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.122

ตารางที่ 4.122 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.72 | - | 0.72* | 0.72 | 0.09 | 0.34 | 0.09 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.00 | | - | 0.00 | 0.63* | 0.38 | 0.63 | 0.50 | 0.08 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.00 | | | - | 0.63 | 0.38 | 0.63 | 0.50 | 0.08 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.25 | 0.00 | 1.13* | 0.71 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.25 | 0.88 | 0.46 |
| แม่บ้าน | 4.63 | | | | | | - | 1.13 | 0.71 |
| นักศึกษา | 3.50 | | | | | | | - | 0.42 |
| อื่น ๆ | 3.92 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.123 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา
พนักงานขายโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| การขายผ่านแอป พลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจ โดยอาจไม่ จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .739* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .442 | .834 |
| | | อาชีพอิสระ | .139 | .998 |
| | | ข้าราชการ | .681 | .509 |
| | | แม่บ้าน | .181 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.206* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .921* | .000 |
| การขายผ่านแอป พลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจ โดยอาจไม่ จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.739* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.297 | .973 |
| | | อาชีพอิสระ | -.600* | .028 |
| | | ข้าราชการ | -.058 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.558 | .718 |
| | | นักศึกษา | .467 | .388 |
| | | อื่น ๆ | .182 | .984 |
| การขายผ่านแอป พลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจ โดยอาจไม่ จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.442 | .834 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .297 | .973 |
| | | อาชีพอิสระ | -.303 | .987 |
| | | ข้าราชการ | .239 | .999 |
| | | แม่บ้าน | -.261 | .999 |
| | | นักศึกษา | .764 | .350 |
| | | อื่น ๆ | .479 | .849 |
| การขายผ่านแอป พลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจ โดยอาจไม่ จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.139 | .998 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .600* | .028 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .303 | .987 |
| | | ข้าราชการ | .542 | .842 |
| | | แม่บ้าน | .042 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | 1.067* | .001 |
| | | อื่น ๆ | .782* | .035 |

ตารางที่ 4.123 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.681 | .509 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .058 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.239 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.542 | .842 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .965 |
| | | นักศึกษา | .525 | .886 |
| | | อื่น ๆ | .240 | .999 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.181 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .558 | .718 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .261 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | -.042 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .965 |
| | | นักศึกษา | 1.025 | .127 |
| | | อื่น ๆ | .740 | .501 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.206* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.467 | .388 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.764 | .350 |
| | | อาชีพอิสระ | -1.067* | .001 |
| | | ข้าราชการ | -.525 | .886 |
| | | แม่บ้าน | -1.025 | .127 |
| | | อื่น ๆ | -.285 | .973 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.921* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.182 | .984 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.479 | .849 |
| | | อาชีพอิสระ | -.782* | .035 |
| | | ข้าราชการ | -.240 | .999 |
| | | แม่บ้าน | -.740 | .501 |
| | | นักศึกษา | .285 | .973 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) พนักงานเอกชนกับอาชีพอิสระ (5) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (6) อาชีพอิสระกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.124

ตารางที่ 4.124 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.81 | - | 0.74* | 0.45 | 0.14 | 0.68 | 0.18 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.07 | | - | 0.29 | 0.60* | 0.06 | 0.56 | 0.47 | 0.18 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.36 | | | - | 0.31 | 0.24 | 0.26 | 0.76 | 0.48 |
| อาชีพอิสระ | 4.67 | | | | - | 0.54 | 0.04 | 1.07* | 0.78* |
| ข้าราชการ | 4.13 | | | | | - | 0.50 | 0.53 | 0.24 |
| แม่บ้าน | 4.63 | | | | | | - | 1.03 | 0.74 |
| นักศึกษา | 3.60 | | | | | | | - | 0.28 |
| อื่น ๆ | 3.88 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.125 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทาง
สื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .733* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .760 | .126 |
| | | อาชีพอิสระ | .221 | .961 |
| | | ข้าราชการ | .726 | .347 |
| | | แม่บ้าน | .351 | .968 |
| | | นักศึกษา | 1.101* | .000 |
| | | อื่น ๆ | .735* | .004 |
| | | อื่น ๆ | .735* | .004 |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.733* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .026 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.512 | .079 |
| | | ข้าราชการ | -.008 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.383 | .938 |
| | | นักศึกษา | .367 | .650 |
| | | อื่น ๆ | .002 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .002 | 1.000 |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.760 | .126 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.026 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.539 | .691 |
| | | ข้าราชการ | -.034 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.409 | .977 |
| | | นักศึกษา | .341 | .973 |
| | | อื่น ๆ | -.024 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | -.024 | 1.000 |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.221 | .961 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .512 | .079 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .539 | .691 |
| | | ข้าราชการ | .505 | .856 |
| | | แม่บ้าน | .130 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .880* | .011 |
| | | อื่น ๆ | .514 | .398 |
| | | อื่น ๆ | .514 | .398 |

ตารางที่ 4.125 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|---------|
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.726 | .347 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .008 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .034 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.505 | .856 |
| | | ข้าราชการ | -.375 | .991 |
| | | นักศึกษา | .375 | .975 |
| | | อื่น ๆ | .010 | 1.000 |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.351 | .968 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .383 | .938 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .409 | .977 |
| | | อาชีพอิสระ | -.130 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .375 | .991 |
| | | นักศึกษา | .750 | .460 |
| | | อื่น ๆ | .385 | .965 |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.101* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.367 | .650 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.341 | .973 |
| | | อาชีพอิสระ | -.880* | .011 |
| | | ข้าราชการ | -.375 | .975 |
| | | แม่บ้าน | -.750 | .460 |
| | | อื่น ๆ | -.365 | .869 |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและ ชำระเงิน ผ่าน ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.735* | .004 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.002 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .024 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.514 | .398 |
| | | ข้าราชการ | -.010 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.385 | .965 |
| | | นักศึกษา | .365 | .869 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.126

ตารางที่ 4.126 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ | แม่บ้าน | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------|---------|----------|--------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | (n=8) | (n=8) | (n=20) | (n=26) |
| เจ้าของกิจการ | 4.85 | - | 0.73* | 0.76 | 0.22 | 0.72 | 0.35 | 1.10* | 0.73* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.12 | | - | 0.03 | 0.51 | 0.01 | 0.38 | 0.37 | 0.00 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.09 | | | - | 0.54 | 0.04 | 0.41 | 0.34 | 0.03 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.50 | 0.13 | 0.88* | 0.51 |
| ข้าราชการ | 4.13 | | | | | - | 0.37 | 0.37 | 0.01 |
| แม่บ้าน | 4.50 | | | | | | - | 0.75 | 0.38 |
| นักศึกษา | 3.75 | | | | | | | - | 0.37 |
| อื่น ๆ | 4.12 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.127 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจอง
ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของโรงแรมได้โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value | | |
|---|------------------------|---|--------------------------|--------------------|--------|------|
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .828* | .000 | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .487 | .727 | | |
| | | อาชีพอิสระ | .295 | .853 | | |
| | | ข้าราชการ | .476 | .865 | | |
| | | แม่บ้าน | .226 | .998 | | |
| | | นักศึกษา | 1.051* | .000 | | |
| | | อื่น ๆ | .658* | .027 | | |
| | | การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.828* | .000 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.341 | .934 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.533 | .071 |
| ข้าราชการ | -.353 | | | .965 | | |
| แม่บ้าน | -.603 | | | .599 | | |
| นักศึกษา | .222 | | | .971 | | |
| อื่น ๆ | -.170 | | | .988 | | |
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ | -.487 | .727 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .341 | .934 |
| | | อาชีพอิสระ | -.192 | .999 | | |
| | | ข้าราชการ | -.011 | 1.000 | | |
| | | แม่บ้าน | -.261 | .999 | | |
| | | นักศึกษา | .564 | .724 | | |
| | | อื่น ๆ | .171 | 1.000 | | |
| | | การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.295 | .853 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .533 | .071 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .192 | | | .999 | | |
| ข้าราชการ | .181 | | | 1.000 | | |
| แม่บ้าน | -.069 | | | 1.000 | | |
| นักศึกษา | .756 | | | .076 | | |
| อื่น ๆ | .363 | | | .838 | | |

ตารางที่ 4.127 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.476 | .865 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .353 | .965 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .011 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.181 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | -.250 | .999 |
| | | นักศึกษา | .575 | .808 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.226 | .998 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .603 | .599 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .261 | .999 |
| | | อาชีพอิสระ | .069 | 1.000 |
| | | ข้าราชการ | .250 | .999 |
| | | นักศึกษา | .825 | .362 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.051* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.222 | .971 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.564 | .724 |
| | | อาชีพอิสระ | -.756 | .076 |
| | | ข้าราชการ | -.575 | .808 |
| | | แม่บ้าน | -.825 | .362 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.658* | .027 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .170 | .988 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.171 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.363 | .838 |
| | | ข้าราชการ | -.183 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.433 | .943 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รับบริการ รู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | นักศึกษา | นักศึกษา | .392 | .840 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพ มีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.128

ตารางที่ 4.128 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของโรงแรมได้ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | | | | |
| เจ้าของกิจการ | 4.85 | - | 0.83* | 0.49 | 0.29 | 0.47 | 0.22 | 1.05* | 0.66* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.02 | | - | 0.34 | 0.53 | 0.35 | 0.60 | 0.22 | 0.17 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.36 | | | - | 0.20 | 0.02 | 0.27 | 0.56 | 0.17 |
| อาชีพอิสระ | 4.56 | | | | - | 0.18 | 0.07 | 0.76 | 0.36 |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.25 | 0.58 | 0.19 |
| แม่บ้าน | 4.63 | | | | | | - | 0.83 | 0.43 |
| นักศึกษา | 3.80 | | | | | | | - | 0.39 |
| อื่น ๆ | 4.19 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.129 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ
แบบเรียลไทม์โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value | | |
|---|------------------------|---|--------------------------|--------------------|--------|------|
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบ เรียลไทม์ | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .752* | .000 | | |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .927* | .017 | | |
| | | อาชีพอิสระ | .243 | .931 | | |
| | | ข้าราชการ | .586 | .628 | | |
| | | แม่บ้าน | -.039 | 1.000 | | |
| | | นักศึกษา | 1.086* | .000 | | |
| | | อื่น ๆ | .874* | .000 | | |
| | | แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบ เรียลไทม์ | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.752* | .000 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .175 | .998 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.509 | .075 |
| ข้าราชการ | -.166 | | | 1.000 | | |
| แม่บ้าน | -.791 | | | .177 | | |
| นักศึกษา | .334 | | | .744 | | |
| อื่น ๆ | .122 | | | .998 | | |
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบ เรียลไทม์ | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | | เจ้าของกิจการ | -.927* | .017 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.175 | .998 |
| | | | | อาชีพอิสระ | -.684 | .350 |
| | | ข้าราชการ | -.341 | .992 | | |
| | | แม่บ้าน | -.966 | .237 | | |
| | | นักศึกษา | .159 | 1.000 | | |
| | | อื่น ๆ | -.052 | 1.000 | | |
| | | แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และ บริการที่ลูกค้าจะ ได้รับแบบ เรียลไทม์ | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.243 | .931 |
| | | | | พนักงานบริษัทเอกชน | .509 | .075 |
| | | | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .684 | .350 |
| ข้าราชการ | .343 | | | .980 | | |
| แม่บ้าน | -.282 | | | .994 | | |
| นักศึกษา | .843* | | | .016 | | |
| อื่น ๆ | .631 | | | .129 | | |

ตารางที่ 4.129 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.586 | .628 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .166 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .341 | .992 |
| | | อาชีพอิสระ | -.343 | .980 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .850 |
| | | นักศึกษา | .500 | .878 |
| | | อื่น ๆ | .288 | .993 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .039 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .791 | .177 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .966 | .237 |
| | | อาชีพอิสระ | .282 | .994 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .850 |
| | | นักศึกษา | 1.125* | .032 |
| | | อื่น ๆ | .913 | .145 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -1.086* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.334 | .744 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.159 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.843* | .016 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .878 |
| | | แม่บ้าน | -1.125* | .032 |
| | | อื่น ๆ | -.212 | .993 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.874* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.122 | .998 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .052 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.631 | .129 |
| | | ข้าราชการ | -.288 | .993 |
| | | แม่บ้าน | -.913 | .145 |
| | | นักศึกษา | .212 | .993 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ (3) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (4) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (5) พนักงานบริษัทเอกชนกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ (6) อาชีพอิสระกับนักศึกษา (7) แม่บ้านกับนักศึกษา ดังตารางที่ 4.130

ตารางที่ 4.130 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | อาชีพอิสระ | ข้าราชการ | แม่บ้าน | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|--------------------|-----------|---------------|--------------------|--------------------|------------|-----------|---------|----------|--------|
| | | (n=67) | (n=179) | (n=11) | (n=27) | (n=8) | (n=8) | (n=20) | (n=26) |
| | | 4.84 | 4.08 | 3.91 | 4.59 | 4.25 | 4.88 | 3.75 | 3.96 |
| เจ้าของกิจการ | 4.84 | - | 0.76* | 0.93* | 0.24 | 0.59 | 0.04 | 1.09* | 0.88* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.08 | | - | 0.17* | 0.51 | 0.17 | 0.79 | 0.33 | 0.12 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 3.91 | | | - | 0.68 | 0.34 | 0.97 | 0.16 | 0.05 |
| อาชีพอิสระ | 4.59 | | | | - | 0.34 | 0.28 | 0.84* | 0.63 |
| ข้าราชการ | 4.25 | | | | | - | 0.63 | 0.50 | 0.29 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 1.13* | 0.91 |
| นักศึกษา | 3.75 | | | | | | | - | 0.21 |
| อื่น ๆ | 3.96 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.131 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยใช้วิธีแบบ
Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | เจ้าของ กิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .756* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .805 | .127 |
| | | อาชีพอิสระ | .229 | .966 |
| | | ข้าราชการ | .646 | .595 |
| | | แม่บ้าน | .021 | 1.000 |
| | | นักศึกษา | .796* | .013 |
| | | อื่น ๆ | .934* | .000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | พนักงาน บริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.756* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .049 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.527 | .101 |
| | | ข้าราชการ | -.110 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.735 | .363 |
| | | นักศึกษา | .040 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .178 | .987 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.805 | .127 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.049 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.576 | .682 |
| | | ข้าราชการ | -.159 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.784 | .624 |
| | | นักศึกษา | -.009 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .129 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.229 | .966 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .527 | .101 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .576 | .682 |
| | | ข้าราชการ | .417 | .960 |
| | | แม่บ้าน | -.208 | .999 |
| | | นักศึกษา | .567 | .446 |
| | | อื่น ๆ | .705 | .097 |

ตารางที่ 4.131 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.646 | .595 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .110 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .159 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.417 | .960 |
| | | ข้าราชการ | -.625 | .893 |
| | | นักศึกษา | .150 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .288 | .996 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | -.021 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .735 | .363 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .784 | .624 |
| | | อาชีพอิสระ | .208 | .999 |
| | | ข้าราชการ | .625 | .893 |
| | | นักศึกษา | .775 | .498 |
| | | อื่น ๆ | .913 | .223 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -.796* | .013 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.040 | 1.000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .009 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.567 | .446 |
| | | ข้าราชการ | -.150 | 1.000 |
| | | แม่บ้าน | -.775 | .498 |
| | | อื่น ๆ | .138 | 1.000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถจอง ห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -.934* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.178 | .987 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.129 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.705 | .097 |
| | | ข้าราชการ | -.288 | .996 |
| | | แม่บ้าน | -.913 | .223 |
| | | นักศึกษา | -.138 | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.132

ตารางที่ 4.132 เปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นรายคู่

| อาชีพ | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) | |
|--------------------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-------|
| | \bar{X} | 4.90 | 4.14 | 4.09 | 4.67 | 4.25 | 4.88 | 4.10 | 3.96 |
| เจ้าของกิจการ | 4.90 | - | 0.76* | 0.81 | 0.23 | 0.65 | 0.02 | 0.80* | 0.94* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.14 | - | 0.05 | 0.53 | 0.11 | 0.74 | 0.18 | 0.18 | |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.09 | - | - | 0.58 | 0.16 | 0.79 | 0.01 | 0.13 | |
| อาชีพอิสระ | 4.67 | - | - | - | 0.42 | 0.21 | 0.57 | 0.71 | |
| ข้าราชการ | 4.25 | - | - | - | - | 0.63 | 0.15 | 0.29 | |
| แม่บ้าน | 4.88 | - | - | - | - | - | 0.78 | 0.92 | |
| นักศึกษา | 4.10 | - | - | - | - | - | - | 0.14 | |
| อื่น ๆ | 3.96 | - | - | - | - | - | - | - | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.133 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|---------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | เจ้าของกิจการ | พนักงานบริษัทเอกชน | .707* | .000 |
| | เจ้าของกิจการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .745 | .222 |
| | เจ้าของกิจการ | อาชีพอิสระ | .206 | .983 |
| | เจ้าของกิจการ | ข้าราชการ | .461 | .906 |
| | เจ้าของกิจการ | แม่บ้าน | -.039 | 1.000 |
| | เจ้าของกิจการ | นักศึกษา | .886* | .003 |
| | เจ้าของกิจการ | อื่น ๆ | 1.028* | .000 |

ตารางที่ 4.133 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | พนักงานบริษัทเอกชน | เจ้าของกิจการ | -.707* | .000 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .038 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.501 | .157 |
| | | ข้าราชการ | -.247 | .997 |
| | | แม่บ้าน | -.747 | .358 |
| | | นักศึกษา | .178 | .994 |
| | | อื่น ๆ | .321 | .751 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ | -.745 | .222 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.038 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.539 | .765 |
| | | ข้าราชการ | -.284 | .998 |
| | | แม่บ้าน | -.784 | .639 |
| | | นักศึกษา | .141 | 1.000 |
| | | อื่น ๆ | .283 | .992 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | อาชีพอิสระ | เจ้าของกิจการ | -.206 | .983 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .501 | .157 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .539 | .765 |
| | | ข้าราชการ | .255 | .998 |
| | | แม่บ้าน | -.245 | .998 |
| | | นักศึกษา | .680 | .214 |
| | | อื่น ๆ | .822* | .025 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | ข้าราชการ | เจ้าของกิจการ | -.461 | .906 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .247 | .997 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .284 | .998 |
| | | อาชีพอิสระ | -.255 | .998 |
| | | ข้าราชการ | -.500 | .969 |
| | | นักศึกษา | .425 | .966 |
| | | อื่น ๆ | .567 | .826 |

ตารางที่ 4.133 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | อาชีพ (I) | อาชีพ (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | แม่บ้าน | เจ้าของกิจการ | .039 | 1.000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .747 | .358 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .784 | .639 |
| | | อาชีพอิสระ | .245 | .998 |
| | | ข้าราชการ | .500 | .969 |
| | | นักศึกษา | .925 | .265 |
| | | อื่น ๆ | 1.067 | .085 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | นักศึกษา | เจ้าของกิจการ | -.886* | .003 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.178 | .994 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.141 | 1.000 |
| | | อาชีพอิสระ | -.680 | .214 |
| | | ข้าราชการ | -.425 | .966 |
| | | แม่บ้าน | -.925 | .265 |
| | | อื่น ๆ | .142 | 1.000 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | อื่น ๆ | เจ้าของกิจการ | -1.028* | .000 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.321 | .751 |
| | | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.283 | .992 |
| | | อาชีพอิสระ | -.822* | .025 |
| | | ข้าราชการ | -.567 | .826 |
| | | แม่บ้าน | -1.067 | .085 |
| | | นักศึกษา | -.142 | 1.000 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ (1) เจ้าของกิจการกับพนักงานบริษัทเอกชน (2) เจ้าของกิจการกับนักศึกษา (3) เจ้าของกิจการกับอาชีพอื่น ๆ (4) อาชีพอิสระกับอาชีพอื่น ๆ ดังตารางที่ 4.134

ตารางที่ 4.134 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | เจ้าของกิจการ (n=67) | พนักงานบริษัทเอกชน (n=179) | พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=11) | อาชีพอิสระ (n=27) | ข้าราชการ (n=8) | แม่บ้าน (n=8) | นักศึกษา (n=20) | อื่น ๆ (n=26) |
|--------------------|-----------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | เจ้าของกิจการ | 4.84 | - | 0.71* | 0.75 | 0.21 | 0.46 | 0.04 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.13 | | - | 0.04 | 0.50 | 0.25 | 0.75 | 0.18 | 0.32 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.09 | | | - | 0.54 | 0.29 | 0.79 | 0.14 | 0.28 |
| อาชีพอิสระ | 4.63 | | | | - | 0.25 | 0.24 | 0.68 | 0.82* |
| ข้าราชการ | 4.38 | | | | | - | 0.50 | 0.43 | 0.57 |
| แม่บ้าน | 4.88 | | | | | | - | 0.93 | 1.07 |
| นักศึกษา | 3.95 | | | | | | | - | 0.14 |
| อื่น ๆ | 3.81 | | | | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการออกแบบโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ (ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .744) รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชันติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .732) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .762) ดังตารางที่ 4.135 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการออกแบบแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.136 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.137 – 4.152

ตารางที่ 4.135 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.38 | .924 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.02 | .668 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.82 | .749 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.88 | .379 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.83 | .379 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .791 | มากที่สุด |
| พื้นที่หลังหน้าจอมีความเหมาะสมไม่รบกวนสายตา | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .590 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.98 | .668 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.75 | .804 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.94 | .235 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.83 | .379 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .814 | มากที่สุด |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.38 | .647 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.02 | .699 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.82 | .770 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.87 | .397 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.78 | .419 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .782 | มากที่สุด |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.25 | .944 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.02 | .699 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.83 | .755 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.88 | .379 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.82 | .390 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .796 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.135 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ งานแอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|----------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| การจัดวางข้อมูลได้ จัดตามหมวดหมู่ ของการใช้งาน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.42 | .776 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.96 | .771 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.86 | .749 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.87 | .345 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.82 | .453 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .789 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันรองรับ ได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .659 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.15 | .714 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.95 | .755 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.88 | .323 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.76 | .458 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.34 | .744 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .590 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.15 | .652 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.94 | .754 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.88 | .323 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.71 | .485 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.32 | .732 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชันอย่าง สม่ำเสมอ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.13 | .850 | มาก |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.06 | .665 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.90 | .750 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.50 | .672 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.18 | .761 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.09 | .762 | มาก |

ตารางที่ 4.136 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชันมี ความเรียบง่าย | ระหว่างกลุ่ม | 75.945 | 4 | 18.986 | 46.226 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 140.058 | 341 | .411 | | |
| | ทั้งหมด | 216.003 | 345 | | | |
| พื้นหลังหน้าจอมีความ เหมาะสม ไม่รกจน สายตา | ระหว่างกลุ่ม | 92.419 | 4 | 23.105 | 57.844 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 136.206 | 341 | .399 | | |
| | ทั้งหมด | 228.624 | 345 | | | |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่น ในส่วนของปุ่มกด | ระหว่างกลุ่ม | 71.258 | 4 | 17.815 | 43.433 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 139.866 | 341 | .410 | | |
| | ทั้งหมด | 211.124 | 345 | | | |
| ขนาดและรูปแบบของ ตัวอักษรมีความดึงดูดใน การใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 73.663 | 4 | 18.416 | 43.330 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 144.927 | 341 | .425 | | |
| | ทั้งหมด | 218.590 | 345 | | | |
| การจัดวางข้อมูลได้จัด ตามหมวดหมู่ของการใช้ งาน | ระหว่างกลุ่ม | 70.427 | 4 | 17.607 | 41.553 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 144.489 | 341 | .424 | | |
| | ทั้งหมด | 214.916 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันรองรับได้ หลายระบบปฏิบัติการ | ระหว่างกลุ่ม | 53.422 | 4 | 13.355 | 33.076 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 137.688 | 341 | .404 | | |
| | ทั้งหมด | 191.110 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ ติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ระหว่างกลุ่ม | 51.665 | 4 | 12.916 | 33.026 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 133.364 | 341 | .391 | | |
| | ทั้งหมด | 185.029 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชันอย่าง สม่ำเสมอ | ระหว่างกลุ่ม | 14.905 | 4 | 3.726 | 6.857 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 185.317 | 341 | .543 | | |
| | ทั้งหมด | 200.223 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.137 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านองค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนโดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน ที่มีความเรียบง่าย | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .354 | .301 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .553* | .005 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.510* | .036 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.454 | .060 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน ที่มีความเรียบง่าย | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.354 | .301 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .199 | .482 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.864* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.808* | .000 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน ที่มีความเรียบง่าย | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.553* | .005 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.199 | .482 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.063* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -1.007* | .000 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน ที่มีความเรียบง่าย | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .510* | .036 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .864* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.063* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .056 | .994 |
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชัน ที่มีความเรียบง่าย | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .454 | .060 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .808* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.007* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.056 | .994 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาท กับ กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาทดังตารางที่ 4.138

ตารางที่ 4.138 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบ

แอปพลิเคชันด้านองค์ประกอบหน้าจอบนแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001 – 60,000 บาท (n=48) | 60,001 – 80,000 บาท (n=146) | 80,001 – 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.38 | 4.02 | 3.82 | 4.88 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.38 | - | 0.36 | 0.56* | 0.51* | 0.45 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.02 | | - | 0.20 | 0.86* | 0.81* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.82 | | | - | 1.06* | 1.01* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.88 | | | | - | 0.05 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.83 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.139 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านพื้นหลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี แบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| พื้นหลังหน้าจามี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | น้อยกว่า | 40,001 – 60,000 บาท | .521* | .030 |
| | 40,000 บาท | 60,001 – 80,000 บาท | .753* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.442 | .093 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.329 | .296 |

ตารางที่ 4.139 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.521* | .030 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .233 | .301 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.963* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.850* | .000 |
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.753* | .000 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.233 | .301 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.196* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -1.082* | .000 |
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .442 | .093 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .963* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.196* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .113 | .911 |
| พื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .329 | .296 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .850* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.082* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.113 | .911 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านพื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับพื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.140

ตารางที่ 4.140 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน
ด้านพื้นที่หลังหน้าจามีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.50 | 3.98 | 3.75 | 4.94 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.52* | 0.75* | 0.44 | 0.33 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.98 | | - | 0.23 | 0.96* | 0.85* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.75 | | | - | 1.19* | 1.08* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.94 | | | | - | 0.11 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.83 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.141 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้
วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .354 | .301 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .560* | .004 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.490* | .049 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.401 | .130 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.354 | .301 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .206 | .445 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.845* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.755* | .000 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.560* | .004 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.206 | .445 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.050* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.961* | .000 |
| มีการเสริมสร้าง จุดเด่นในส่วนของ ปุ่มกด | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .490* | .049 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .845* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.050* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .089 | .963 |

ตารางที่ 4.141 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .401 | .130 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .755* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .961* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.089 | .963 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกดเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้อการเกี่ยวกับการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.142

ตารางที่ 4.142 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน
ด้านพื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001– 60,000 บาท | 60,001– 80,000 บาท | 80,001– 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{X} | 4.38 | 4.02 | 3.82 | 4.87 | 4.78 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.38 | - | 0.36 | 0.56* | 0.49* | 0.40 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.02 | | - | 0.20 | 0.85* | 0.76* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.82 | | | - | 1.05* | 0.96* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.87 | | | | - | 0.09 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.78 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.143 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .229 | .740 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .421 | .074 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.635* | .004 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.566* | .009 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.229 | .740 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .192 | .536 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.864* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.795* | .000 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.421 | .074 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.192 | .536 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.056* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.987* | .000 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .635* | .004 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .864* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.056* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .069 | .987 |
| ขนาดและรูปแบบ ของตัวอักษรมี ความดึงดูดในการ ใช้งาน | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .566* | .009 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .795* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .987* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.069 | .987 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับมีขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000บาท (2) น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่มมากกว่า 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.144

ตารางที่ 4.144 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน
ด้านขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท(n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| | | 4.25 | 4.02 | 3.83 | 4.88 | 4.82 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.25 | - | 0.23 | 0.42 | 0.63* | 0.57* |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.02 | | - | 0.19 | 0.86* | 0.80* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.83 | | | - | 1.05* | 0.99* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.88 | | | | - | 0.06 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.82 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.145 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| การจัดวางข้อมูล ได้จัดตาม หมวดหมู่ของการ ใช้งาน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .458 | .097 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .554* | .006 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.449 | .102 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.399 | .146 |
| การจัดวางข้อมูล ได้จัดตาม หมวดหมู่ของการ ใช้งาน | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.458 | .097 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .095 | .942 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.907* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.857* | .000 |
| การจัดวางข้อมูล ได้จัดตาม หมวดหมู่ของการ ใช้งาน | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.554* | .006 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.095 | .942 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.002* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.953* | .000 |
| การจัดวางข้อมูล ได้จัดตาม หมวดหมู่ของการ ใช้งาน | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .449 | .102 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .907* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.002* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .050 | .996 |

ตารางที่ 4.145 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .399 | .146 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .857* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .953* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.050 | .996 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.146

ตารางที่ 4.146 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001 – 60,000 บาท (n=48) | 60,001 – 80,000 บาท (n=146) | 80,001 – 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| | | \bar{x} | 4.42 | 3.96 | 3.86 | 4.87 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.42 | - | 0.46 | 0.56* | 0.45 | 0.40 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.96 | | - | 0.10 | 0.91* | 0.86* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.86 | | | - | 1.01* | 0.96* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.87 | | | | - | 0.05 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.82 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.147 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .354 | .293 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .548* | .005 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.385 | .201 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.263 | .537 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.354 | .293 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .194 | .501 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.739* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.617* | .000 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.548* | .005 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.194 | .501 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.933* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.811* | .000 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .385 | .201 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .739* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .933* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .121 | .890 |
| แอปพลิเคชัน รองรับได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .263 | .537 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .617* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .811* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.121 | .890 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้าน
แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน มีความต้อการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 40,000 บาทกับ
กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท
(3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ
กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท
ดังตารางที่ 4.148

ตารางที่ 4.148 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน
ด้านแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001 – 60,000 บาท (n=48) | 60,001 – 80,000 บาท (n=146) | 80,001 – 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.50 | 4.15 | 3.95 | 4.88 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.35 | 0.55* | 0.38 | 0.26 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.15 | | - | 0.20 | 0.73* | 0.61* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.95 | | | - | 0.93* | 0.81* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.88 | | | | - | 0.12 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.76 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.149 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .354 | .276 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .562* | .003 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.385 | .187 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.211 | .723 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.354 | .276 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .207 | .411 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.739* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.565* | .000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.562* | .003 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.207 | .411 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.946* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.772* | .000 |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ ง่าย ไม่ยุ่งยาก | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .385 | .187 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .739* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .946* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .174 | .664 |

ตารางที่ 4.149 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .211 | .723 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .565* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .772* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.174 | .664 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1)กลุ่มรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.150

ตารางที่ 4.150 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001– 60,000 บาท | 60,001– 80,000 บาท | 80,001– 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{x} | 4.50 | 4.15 | 3.94 | 4.88 | 4.71 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.35 | 0.56* | 0.38 | 0.21 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.15 | | - | 0.21 | 0.74* | 0.56* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.94 | | | - | 0.94* | 0.77* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.88 | | | | - | 0.17 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.71 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.151 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี การพัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .063 | .998 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .228 | .742 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.375 | .375 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.059 | .998 |
| แอปพลิเคชันมี การพัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.063 | .998 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .165 | .770 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.438 | .069 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.122 | .938 |
| แอปพลิเคชันมี การพัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.228 | .742 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.165 | .770 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.603* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.287 | .111 |
| แอปพลิเคชันมี การพัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .375 | .375 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .438 | .069 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .603* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .316 | .228 |
| แอปพลิเคชันมี การพัฒนาเวอร์ชัน อย่างสม่ำเสมอ | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .059 | .998 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .122 | .938 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .287 | .111 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.316 | .228 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้เฉลี่ย 60,001 – 80,000 บาท กับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.152

ตารางที่ 4.152 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | 4.13 | 4.06 | 3.90 | 4.50 | 4.18 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.13 | - | 0.07 | 0.23 | 0.37 | 0.06 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.06 | | - | 0.16 | 0.44 | 0.12 |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.90 | | | - | 0.60* | 0.28 |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.50 | | | | - | 0.32 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.18 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการใช้งานโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซ้ำซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) รองลงมา ได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726) และด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา (ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .769) ดังตารางที่ 4.153 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการออกแบบแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หา ค่าเฉลี่ยคู่ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาตามตารางที่ 4.154 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.155 – 4.176

ตารางที่ 4.153 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันใน การสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้ งานแอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|----------------------|------------|-------------|------------------------|-------------------|
| แอปพลิเคชันมี ขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.29 | 1.083 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.04 | .651 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.90 | .759 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.90 | .358 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.70 | .749 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.27 | .828 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.38 | .824 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.83 | .630 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.92 | .744 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.83 | .382 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.68 | .594 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.25 | .769 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใช้ งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.54 | .588 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.08 | .679 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 4.03 | .779 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.92 | .269 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.80 | .462 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.38 | .740 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันใช้ งานได้สะดวก | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.54 | .588 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.08 | .647 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.95 | .755 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.85 | .460 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.79 | .442 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.33 | .743 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.153 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.71 | .550 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.00 | .851 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.95 | .768 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.83 | .550 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.78 | .419 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.32 | .786 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .590 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.17 | .781 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 4.02 | .709 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.90 | .358 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.82 | .453 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.38 | .726 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วน เพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.54 | .588 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.13 | .672 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.99 | .729 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.92 | .269 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.84 | .367 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.38 | .717 | มากที่สุด |
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.63 | .576 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.06 | .697 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.90 | .759 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.96 | .194 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.82 | .423 | มากที่สุด |
| รวม | | 346 | 4.33 | .763 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.153 (ต่อ)

| ความต้องการใช้ งานแอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|----------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| การชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และทันสมัย | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.58 | .584 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.06 | .665 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 4.00 | .779 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.92 | .334 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.80 | .462 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.36 | .750 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมี การยืนยันการ จองหรือมี หลักฐานตอบ กลับการชำระเงิน ทุกครั้ง | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .659 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 4.04 | .713 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.97 | .779 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.88 | .427 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.84 | .402 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.35 | .766 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.154 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้าน
การใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันมีขั้นตอน แนะนำสามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลได้ดี | ระหว่างกลุ่ม | 57.570 | 4 | 14.392 | 27.434 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 178.893 | 341 | .525 | | |
| | ทั้งหมด | 236.462 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ รองรับได้หลายภาษา | ระหว่างกลุ่ม | 55.792 | 4 | 13.948 | 32.066 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 148.326 | 341 | .435 | | |
| | ทั้งหมด | 204.118 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความ น่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | ระหว่างกลุ่ม | 51.909 | 4 | 12.977 | 32.243 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 137.247 | 341 | .402 | | |
| | ทั้งหมด | 189.156 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้ สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 54.749 | 4 | 13.687 | 34.397 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 135.690 | 341 | .398 | | |
| | ทั้งหมด | 190.439 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.154 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความ เสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้ งาน | ระหว่างกลุ่ม | 58.231 | 4 | 14.558 | 31.994 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 155.160 | 341 | .455 | | |
| | ทั้งหมด | 213.390 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้รวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 50.096 | 4 | 12.524 | 32.466 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 131.545 | 341 | .386 | | |
| | ทั้งหมด | 181.642 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ของโรงแรมที่ ครบถ้วนเพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการ และข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ระหว่างกลุ่ม | 57.157 | 4 | 14.289 | 40.606 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 119.999 | 341 | .352 | | |
| | ทั้งหมด | 177.156 | 345 | | | |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | ระหว่างกลุ่ม | 71.537 | 4 | 17.884 | 47.187 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 129.241 | 341 | .379 | | |
| | ทั้งหมด | 200.777 | 345 | | | |
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และ ทันสมัย | ระหว่างกลุ่ม | 55.738 | 4 | 13.934 | 34.338 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 138.378 | 341 | .406 | | |
| | ทั้งหมด | 194.116 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับการ ชำระเงินทุกครั้ง | ระหว่างกลุ่ม | 59.161 | 4 | 14.790 | 35.215 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 143.220 | 341 | .420 | | |
| | ทั้งหมด | 202.382 | 345 | | | |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่การ จองห้องพักผ่านแอป พลิเคชันมีความ ผิดพลาด | ระหว่างกลุ่ม | 69.929 | 4 | 17.482 | 40.880 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 145.828 | 341 | .428 | | |
| | ทั้งหมด | 215.757 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.155 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูลค้นหาข้อมูล ได้ดี | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท 60,001 – 80,000 บาท 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | .250 .394 -.612* -.406 | .753 .194 .021 .223 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูลค้นหาข้อมูล ได้ดี | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท 60,001 – 80,000 บาท 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | -.250 .144 -.862* -.656* | .753 .838 .000 .000 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูลค้นหาข้อมูล ได้ดี | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท 40,001 – 60,000 บาท 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | -.394 -.144 -1.007* -.800* | .194 .838 .000 .000 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูลค้นหาข้อมูล ได้ดี | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท 40,001 – 60,000 บาท 60,001 – 80,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | .612* .862* 1.007* .206 | .021 .000 .000 .643 |
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูลค้นหาข้อมูล ได้ดี | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท 40,001 – 60,000 บาท 60,001 – 80,000 บาท 80,001 – 100,000 บาท | .406 .656* .800* -.206 | .223 .000 .000 .643 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้อการเกี่ยวกับมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.156

ตารางที่ 4.156 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001- 60,000 บาท | 60,001- 80,000 บาท | 80,001- 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{x} | 4.29 | 4.04 | 3.90 | 4.90 | 4.70 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.29 | - | 0.25 | 0.39 | 0.61* | 0.41 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.04 | | - | 0.14 | 0.86* | 0.66* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.90 | | | - | 1.00* | 0.80* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.90 | | | | - | 0.20 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.70 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.157 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้อการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้อการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .542* | .031 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .450* | .050 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.452 | .105 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.309 | .406 |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.542* | .031 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.091 | .952 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.994* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.851* | .000 |

ตารางที่ 4.157 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.450* | .050 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .091 | .952 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.902* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.760* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .452 | .105 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .994* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .902* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .143 | .836 |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .309 | .406 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .851* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .760* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.143 | .836 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่ม น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.158

ตารางที่ 4.158 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001– 60,000 บาท | 60,001– 80,000 บาท | 80,001– 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{X} | 4.38 | 3.83 | 3.92 | 4.83 | 4.68 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.38 | - | 0.54* | .45* | 0.45 | 0.30 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.83 | | - | 0.09 | 1.00* | 0.85* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.92 | | | - | 0.90* | 0.76* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.83 | | | | - | 0.14 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.68 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.159 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .458 | .082 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .514* | .010 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.381 | .207 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.261 | .544 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.458 | .082 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .056 | .991 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.840* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.719* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.514* | .010 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.056 | .991 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.896* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.775* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .381 | .207 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .840* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .896* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .120 | .892 |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .261 | .544 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .719* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .775* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.120 | .892 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับ 80,001 - 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.160

ตารางที่ 4.160 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001- 60,000 บาท | 60,001- 80,000 บาท | 80,001- 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{X} | 4.54 | 4.08 | 4.03 | 4.92 | 4.80 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.54 | - | 0.46 | 0.51* | 0.38 | 0.26 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.08 | | - | 0.05 | 0.84* | 0.72* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 4.03 | | | - | 0.89* | 0.77* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.92 | | | | - | 0.12 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.80 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.161 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .458 | .079 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .590* | .001 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.304 | .432 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.248 | .590 |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.458 | .079 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .131 | .815 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.763* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.706* | .000 |

ตารางที่ 4.161 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.590* | .001 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.131 | .815 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.894* | .000 |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | 80,001 – 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท | -.837* | .000 |
| | | น้อยกว่า 40,000 บาท | .304 | .432 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .763* | .000 |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | มากกว่า 100,000 บาท | 60,001 – 80,000 บาท | .894* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .057 | .993 |
| | | น้อยกว่า 40,000 บาท | .248 | .590 |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | มากกว่า 100,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .706* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .837* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.057 | .993 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับ 80,001 - 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.162

ตารางที่ 4.162 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001– 60,000 บาท | 60,001– 80,000 บาท | 80,001– 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{x} | 4.54 | 4.08 | 3.95 | 4.85 | 4.79 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.54 | - | 0.46 | 0.59* | 0.31 | 0.25 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.08 | | - | 0.13 | 0.77* | 0.71* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.95 | | | - | 0.90* | 0.84* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.85 | | | | - | 0.06 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.79 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.163 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .708* | .002 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .763* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.119 | .973 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.068 | .996 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.708* | .002 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .055 | .993 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.827* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.776* | .000 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.763* | .000 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.055 | .993 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.882* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.831* | .000 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .119 | .973 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .827* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .882* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .051 | .996 |
| แอปพลิเคชันมี ความเสถียร ไม่ ขัดข้องเมื่อใช้งาน | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .068 | .996 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .776* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .831* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.051 | .996 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับ 80,001 – 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.164

ตารางที่ 4.164 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน
ด้านแอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | 4.71 | 4.00 | 3.95 | 4.83 | 4.78 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.71 | - | 0.71* | 0.76* | 0.12 | 0.07 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.00 | | - | 0.05 | 0.83* | 0.78* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.95 | | | - | 0.88* | 0.83* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.83 | | | | - | 0.05 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.78 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.165 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้
วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมี การประมวลผลได้ รวดเร็ว | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .333 | .332 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .479* | .017 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.404 | .142 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.316 | .320 |
| แอปพลิเคชันมี การประมวลผลได้ รวดเร็ว | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.333 | .332 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .146 | .736 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.737* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.649* | .000 |
| แอปพลิเคชันมี การประมวลผลได้ รวดเร็ว | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.479* | .017 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.146 | .736 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.883* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.795* | .000 |
| แอปพลิเคชันมี การประมวลผลได้ รวดเร็ว | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .404 | .142 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .737* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .883* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .088 | .961 |

ตารางที่ 4.165 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .316 | .320 |
| | 100,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .649* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .795* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.088 | .961 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชัน มีการประมวลผลได้รวดเร็วเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.166

ตารางที่ 4.166 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | | | 4.50 | 4.17 | 4.02 | 4.90 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.33 | 0.48* | 0.40 | 0.32 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.17 | | - | 0.15 | 0.73* | 0.65* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 4.02 | | | - | 0.88* | 0.80* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.90 | | | | - | 0.08 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.82 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.167 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | น้อยกว่า 40,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .417 | .098 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .549* | .002 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.381 | .150 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.300 | .324 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.417 | .098 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .132 | .775 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.798* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.717* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.549* | .002 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.132 | .775 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.930* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.849* | .000 |

ตารางที่ 4.167 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .381 | .150 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .798* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .930* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .081 | .966 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .300 | .324 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .717* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .849* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.081 | .966 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบันเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.168

ตารางที่ 4.168 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันที่มีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | 4.54 | 4.13 | 3.99 | 4.92 | 4.84 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.54 | - | 0.41 | 0.55* | 0.38 | 0.30 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.13 | | - | 0.14 | 0.79* | 0.71* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.99 | | | - | 0.93* | 0.85* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.92 | | | | - | 0.08 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.84 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.169 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .563* | .011 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .728* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.337 | .299 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.191 | .781 |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.563* | .011 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .165 | .627 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.899* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.753* | .000 |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.728* | .000 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.165 | .627 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.064* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.919* | .000 |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูล ถูกต้อง | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .337 | .299 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .899* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.064* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .146 | .785 |

ตารางที่ 4.169 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .191 | .781 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .753* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .919* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.146 | .785 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ มีความต้อการเกี่ยวกับการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.170

ตารางที่ 4.170 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | | \bar{x} | 4.63 | 4.06 | 3.90 | 4.96 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.63 | - | 0.57* | 0.73* | 0.33 | 0.19 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.06 | | - | 0.16 | 0.90* | 0.76* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.90 | | | - | 1.06* | 0.92* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.96 | | | | - | 0.14 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.82 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.171 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .521* | .032 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .583* | .002 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.340 | .325 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.219 | .706 |
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.521* | .032 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .063 | .986 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.861* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.740* | .000 |
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.583* | .002 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.063 | .986 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.923* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.803* | .000 |
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .340 | .325 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .861* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .923* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .120 | .893 |
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .219 | .706 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .740* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .803* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.120 | .893 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัยเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.172

ตารางที่ 4.172 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท(n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| | | 4.58 | 4.06 | 4.00 | 4.92 | 4.80 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.58 | - | 0.52* | 0.58* | 0.34 | 0.22 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.06 | | - | 0.06 | 0.86* | 0.74* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 4.00 | | | - | 0.92* | 0.80* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.92 | | | | - | 0.12 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.80 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.173 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับ การชำระเงินทุกครั้ง | น้อยกว่า | 40,001 – 60,000 บาท | .458 | .094 |
| | 40,000 | 60,001 – 80,000 บาท | .527* | .009 |
| | บาท | 80,001 – 100,000 บาท | -.385 | .218 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.342 | .281 |

ตารางที่ 4.173 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.458 | .094 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .069 | .982 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.843* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.800* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.527* | .009 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.069 | .982 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.912* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.870* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .385 | .218 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .843* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .912* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .043 | .998 |
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .342 | .281 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .800* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .870* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.043 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับ 80,001 – 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.174

ตารางที่ 4.174 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.50 | 4.04 | 3.97 | 4.88 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.46 | 0.53* | 0.38 | 0.34 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.04 | | - | 0.07 | 0.84* | 0.80* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.97 | | | - | 0.91* | 0.87* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.88 | | | | - | 0.04 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.84 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.175 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่การจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่ การจองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมีความ ผิดพลาด | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .646* | .004 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .742* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.295 | .504 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.149 | .917 |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่ การจองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมีความ ผิดพลาด | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.646* | .004 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .096 | .941 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.941* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.795* | .000 |

ตารางที่ 4.175 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.742* | .000 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.096 | .941 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.037* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.891* | .000 |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .295 | .504 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .941* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | 1.037* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .146 | .820 |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .149 | .917 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .795* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .891* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.146 | .820 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้อการเกี่ยวกับมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.176

ตารางที่ 4.176 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน
ด้านมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่การจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความ
ผิดพลาดเป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | 4.67 | 4.02 | 3.92 | 4.96 | 4.82 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.67 | - | 0.65* | 0.75* | 0.29 | 0.15 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 4.02 | | - | 0.10 | 0.94* | 0.80* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.92 | | | | 1.04* | 0.90* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.96 | | | | - | 0.14 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.82 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว
กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) รองลงมา ด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้จองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) และด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759) ตามลำดับ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) ดังตารางที่ 4.177 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.178 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.179 – 4.195

ตารางที่ 4.177 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระหนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|--|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระหนี้ได้สะดวก | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.58 | .654 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.98 | .699 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.98 | .728 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.88 | .323 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.78 | .479 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .740 | มากที่สุด |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระหนี้ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.58 | .584 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.75 | .601 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.95 | .698 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.94 | .235 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.72 | .556 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.42 | .654 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.69 | .719 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.84 | .785 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.73 | .528 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.67 | .500 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.18 | .799 | มาก |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .659 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.79 | .771 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.87 | .781 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.81 | .487 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.76 | .458 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.24 | .804 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.177 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|----------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| การประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการ จองห้องพักและชำระ เงิน ผ่านช่องทางสื่อ ต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.50 | .722 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.83 | .753 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.93 | .691 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.87 | .444 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.79 | .442 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .759 | มากที่สุด |
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชันทำ ให้ผู้รับบริการรู้จัก โรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.42 | .717 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.85 | .714 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.86 | .739 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.81 | .487 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.84 | .402 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .784 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชัน สามารถแสดง รายละเอียดของ โรงแรม และบริการที่ ลูกค้าจะได้รับแบบ เรียลไทม์ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.46 | .658 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.96 | .617 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.84 | .731 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.83 | .513 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.79 | .410 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .762 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชัน สามารถจองห้องพัก และชำระเงินได้ ตลอด 24 ชั่วโมง | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.46 | .779 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.90 | .751 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 4.00 | .814 | มาก |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.79 | .572 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.88 | .325 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .799 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.177 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|----------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชัน สามารถชำระเงิน ผ่านทางบัญชี | น้อยกว่า 40,000 บาท | 24 | 4.46 | .658 | มากที่สุด |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 48 | 3.96 | .743 | มาก |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 146 | 3.92 | .818 | มาก |
| อิเล็กทรอนิกส์หรือ เทคโนโลยีทาง | 80,001 – 100,000 บาท | 52 | 4.79 | .605 | มากที่สุด |
| | มากกว่า 100,000 บาท | 76 | 4.83 | .413 | มากที่สุด |
| การเงินเพื่อการจอง ห้องพักได้ทันที | รวม | 346 | 4.29 | .809 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.178 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ
ผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่อง ทางการประชาสัมพันธ์ที่ ทำให้สามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 56.522 | 4 | 14.130 | 36.433 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 132.256 | 341 | .388 | | |
| | ทั้งหมด | 188.777 | 345 | | | |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอ ผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจอง ห้องพักและชำระเงิน | ระหว่างกลุ่ม | 69.151 | 4 | 17.288 | 48.511 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 121.522 | 341 | .356 | | |
| | ทั้งหมด | 190.673 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีข้อความ แจ้งเตือนเกี่ยวกับ โปรโมชั่นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 63.716 | 4 | 15.929 | 34.701 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 156.530 | 341 | .459 | | |
| | ทั้งหมด | 220.246 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.178 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| การขายผ่าน แอปพลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจโดย อาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | ระหว่างกลุ่ม | 68.832 | 4 | 17.208 | 38.040 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 154.258 | 341 | .452 | | |
| | ทั้งหมด | 223.090 | 345 | | | |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการจอง ห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ระหว่างกลุ่ม | 66.002 | 4 | 16.501 | 42.411 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 132.671 | 341 | .389 | | |
| | ทั้งหมด | 198.673 | 345 | | | |
| การประชาสัมพันธ์ผ่าน แอปพลิเคชันทำให้ ผู้รับบริการรู้จักโรงแรม ที่จะจองห้องพัก และ เข้าถึงแอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | ระหว่างกลุ่ม | 72.852 | 4 | 18.213 | 44.599 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 139.255 | 341 | .408 | | |
| | ทั้งหมด | 212.107 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ แสดงรายละเอียดของ โรงแรม และบริการที่ ลูกค้าจะได้รับแบบ เรียลไทม์ | ระหว่างกลุ่ม | 68.781 | 4 | 17.195 | 44.649 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 131.326 | 341 | .385 | | |
| | ทั้งหมด | 200.107 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ จองห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ระหว่างกลุ่ม | 59.395 | 4 | 14.849 | 31.441 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 161.045 | 341 | .472 | | |
| | ทั้งหมด | 220.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ ชำระเงินผ่านทางบัญชี อิเล็กทรอนิกส์หรือ เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการจองห้องพักได้ ทันที | ระหว่างกลุ่ม | 61.179 | 4 | 15.295 | 31.737 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 164.338 | 341 | .482 | | |
| | ทั้งหมด | 225.517 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.179 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | น้อยกว่า 40,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .604* | .005 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .604* | .001 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.301 | .429 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.193 | .781 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.604* | .005 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .000 | 1.000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.905* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.797* | .000 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.604* | .001 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .000 | 1.000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.905* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.797* | .000 |
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .301 | .429 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .905* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .905* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .108 | .919 |

ตารางที่ 4.179 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .193 | .781 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .797* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .797* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.108 | .919 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.180

ตารางที่ 4.180 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | | \bar{X} | 4.58 | 3.98 | 3.98 | 4.88 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.58 | - | 0.60* | 0.60* | 0.30 | 0.19 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.98 | | - | 0.00 | 0.90* | 0.80* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.98 | | | - | 0.90* | 0.80* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.88 | | | | - | 0.10 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.78 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.181 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้
ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ
Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | น้อยกว่า 40,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .833* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .631* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.359 | .206 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.140 | .908 |
| รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.833* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.202 | .389 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.192* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.974* | .000 |
| รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.631* | .000 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .202 | .389 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.990* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.772* | .000 |
| รายการส่งเสริมการ ขาย (โปรโมชั่น) ที่ นำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจ จองห้องพักและ ชำระเงิน | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .359 | .206 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | 1.192* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .990* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .219 | .389 |

ตารางที่ 4.181 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .140 | .908 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .974* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .772* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.219 | .389 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้อการเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้อการเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.182

ตารางที่ 4.182 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้อการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านรายการส่งเสริมการขาย(โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001– 60,000 บาท | 60,001– 80,000 บาท | 80,001– 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{X} | 4.58 | 3.75 | 3.95 | 4.94 | 4.72 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.58 | - | 0.83* | 0.63* | 0.36 | 0.14 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.75 | | - | 0.20 | 1.19* | 0.97* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.95 | | | - | 0.99* | 0.77* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.94 | | | | - | 0.22 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.72 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.183 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|----------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .729* | .001 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .574* | .006 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.314 | .475 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.254 | .632 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.729* | .001 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.155 | .756 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.043* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.984* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.574* | .006 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .155 | .756 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.888* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.829* | .000 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .314 | .475 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | 1.043* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .888* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .060 | .993 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .254 | .632 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .984* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .829* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.060 | .993 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับมากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับกลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.184

ตารางที่ 4.184 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ เป็น รายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.42 | 3.69 | 3.84 | 4.73 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.42 | - | 0.73* | 0.58* | 0.31 | 0.25 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.69 | | - | 0.15 | 1.04* | 0.98* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.84 | | | - | 0.89* | 0.83* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.73 | | | | - | 0.06 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.67 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.185 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขายประจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|
| การขายผ่าน แอปพลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจ โดยอาจไม่ จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .708* | .002 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .630* | .001 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.308 | .489 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.263 | .594 |

ตารางที่ 4.185 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.708* | .002 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.078 | .975 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.016* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.971* | .000 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.630* | .001 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .078 | .975 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.938* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.893* | .000 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .308 | .489 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | 1.016* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .938* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .045 | .998 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .263 | .594 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .971* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .893* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.045 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.186

ตารางที่ 4.186 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า | 40,001– | 60,001– | 80,001– | มากกว่า |
|----------------------|-----------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| | | 40,000 บาท (n=24) | 60,000 บาท (n=48) | 80,000 บาท (n=146) | 100,000 บาท(n=52) | 100,000 บาท (n=76) |
| | \bar{X} | 4.50 | 3.79 | 3.87 | 4.81 | 4.76 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.71* | 0.63* | 0.31 | 0.26 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.79 | | - | 0.08 | 1.02* | 0.97* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.87 | | | - | 0.94* | 0.89* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.81 | | | | - | 0.05 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.76 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.187 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรวจห้องพักและชำระเงินด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | น้อยกว่า | 40,001 – 60,000 บาท | .667* | .001 |
| | 40,000 | 60,001 – 80,000 บาท | .568* | .002 |
| | บาท | 80,001 – 100,000 บาท | -.365 | .231 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.289 | .417 |

ตารางที่ 4.187 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.667* | .001 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.098 | .925 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -1.032* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.956* | .000 |
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.568* | .002 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .098 | .925 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.934* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.858* | .000 |
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .365 | .231 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | 1.032* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .934* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .076 | .977 |
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .289 | .417 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .956* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .858* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.076 | .977 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.188

ตารางที่ 4.188 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{x} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001- 60,000 บาท (n=48) | 60,001- 80,000 บาท (n=146) | 80,001- 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.50 | 3.83 | 3.93 | 4.87 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.50 | - | 0.67* | 0.57* | 0.37 | 0.29 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.83 | | - | 0.10 | 1.04* | 0.96* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.93 | | | - | 0.94* | 0.86* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.87 | | | | - | 0.08 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.79 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.189 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
 ด้านมีการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจอง
 ห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้
 วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------------------|---|--------------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชันทำ ให้ผู้รับบริการรู้จัก โรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | น้อยกว่า 40,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .563* | .016 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .554* | .004 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.391 | .191 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | -.425 | .091 |
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชันทำ ให้ผู้รับบริการรู้จัก โรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.563* | .016 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.009 | 1.000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.954* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | -.988* | .000 |
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชันทำ ให้ผู้รับบริการรู้จัก โรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.554* | .004 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .009 | 1.000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.945* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | -.979* | .000 |
| การประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชันทำ ให้ผู้รับบริการรู้จัก โรงแรมที่จะจอง ห้องพัก และเข้าถึง แอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .391 | .191 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .954* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .945* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท | -.034 | .999 |

ตารางที่ 4.189 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .425 | .091 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .988* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .979* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | .034 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 – 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.190

ตารางที่ 4.190 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001– 60,000 บาท | 60,001– 80,000 บาท | 80,001– 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{X} | 4.42 | 3.85 | 3.86 | 4.81 | 4.84 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.42 | - | 0.57* | 0.56* | 0.39 | 0.42 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.85 | | - | 0.01 | 0.96* | 0.99* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.86 | | | - | 0.95* | 0.98* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.81 | | | | - | 0.03 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.84 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.191 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ แบบเรียลไทม์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .500* | .036 |
| | 40,000 บาท | 60,001 – 80,000 บาท | .616* | .001 |
| | บาท | 80,001 – 100,000 บาท | -.369 | .218 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.331 | .270 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.500* | .036 |
| | 60,000 บาท | 60,001 – 80,000 บาท | .116 | .868 |
| | บาท | 80,001 – 100,000 บาท | -.869* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.831* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.616* | .001 |
| | 80,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | -.116 | .868 |
| | บาท | 80,001 – 100,000 บาท | -.984* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.947* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .369 | .218 |
| | 100,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .869* | .000 |
| | บาท | 60,001 – 80,000 บาท | .984* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | .037 | .998 |
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .331 | .270 |
| | บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .831* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .947* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.037 | .998 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่มน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (4) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (6) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.192

ตารางที่ 4.192 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001- 60,000 บาท | 60,001- 80,000 บาท | 80,001- 100,000 บาท | มากกว่า 100,000 บาท |
|----------------------|-----------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | (n=24) | (n=48) | (n=146) | (n=52) | (n=76) |
| | \bar{X} | 4.46 | 3.96 | 3.84 | 4.83 | 4.79 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.46 | - | 0.50* | 0.62* | 0.37 | 0.33 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.96 | | - | 0.12 | 0.87* | 0.83* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.84 | | | - | 0.99* | 0.95* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.83 | | | | - | 0.04 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.79 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.193 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .562* | .032 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .458 | .059 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.330 | .437 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.423 | .143 |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.562* | .032 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | -.104 | .934 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.893* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.986* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.458 | .059 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .104 | .934 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.788* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.882* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .330 | .437 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .893* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .788* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.093 | .967 |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .423 | .143 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .986* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .882* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | .093 | .967 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง แต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงิน ได้ตลอด 24 ชั่วโมงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่ม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาทกับมากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.194

ตารางที่ 4.194 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001-60,000 บาท (n=48) | 60,001-80,000 บาท (n=146) | 80,001-100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|
| | | \bar{X} | 4.46 | 3.90 | 4.00 | 4.79 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.46 | - | 0.56* | 0.46 | 0.33 | 0.42 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.90 | | - | 0.10 | 0.89* | 0.98* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 4.00 | | | - | 0.79* | 0.88* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.79 | | | | - | 0.09 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.88 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.195 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน ด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | น้อยกว่า 40,000 บาท | 40,001 – 60,000 บาท | .500 | .084 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .541* | .015 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.330 | .448 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.371 | .270 |

ตารางที่ 4.195 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (I) | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 40,001 – 60,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.500 | .084 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .041 | .998 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.830* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.871* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 60,001 – 80,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | -.541* | .015 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | -.041 | .998 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | -.871* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.911* | .000 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 80,001 – 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .330 | .448 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .830* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .871* | .000 |
| | | มากกว่า 100,000 บาท | -.040 | .999 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | มากกว่า 100,000 บาท | น้อยกว่า 40,000 บาท | .371 | .270 |
| | | 40,001 – 60,000 บาท | .871* | .000 |
| | | 60,001 – 80,000 บาท | .911* | .000 |
| | | 80,001 – 100,000 บาท | .040 | .999 |

การทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันทีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาทกับกลุ่ม 60,001 – 80,000 บาท (2) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ 80,001 - 100,000 บาท (3) กลุ่ม 40,001 – 60,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาท (4) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ กลุ่ม 80,001 – 100,000 บาท (5) กลุ่ม 60,001 – 80,000 บาทกับ มากกว่า 100,000 บาท ดังตารางที่ 4.196

ตารางที่ 4.196 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันด้านแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที เป็นรายคู่

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | \bar{X} | น้อยกว่า 40,000 บาท (n=24) | 40,001– 60,000 บาท (n=48) | 60,001– 80,000 บาท (n=146) | 80,001– 100,000 บาท (n=52) | มากกว่า 100,000 บาท (n=76) |
|----------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | | 4.46 | 3.96 | 3.92 | 4.79 |
| น้อยกว่า 40,000 บาท | 4.46 | - | 0.50 | 0.54* | 0.33 | 0.37 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 3.96 | | - | .04 | 0.83* | 0.87* |
| 60,001 – 80,000 บาท | 3.92 | | | - | 0.87* | 0.91* |
| 80,001 – 100,000 บาท | 4.79 | | | | - | 0.04 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 4.83 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการออกแบบโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ (ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .744) รองลงมาได้แก่ แอปพลิเคชันติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .732) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .762) ดังตารางที่ 4.197 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน

แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ จึงยอมรับว่ามีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยหาคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.198 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.199

ตารางที่ 4.197 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.68 | .791 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.33 | .761 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.32 | .805 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .791 | มากที่สุด |
| พื้นที่หลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.65 | .798 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.28 | .775 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.42 | .865 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .814 | มากที่สุด |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.68 | .832 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.29 | .761 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.40 | .728 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .782 | มากที่สุด |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.90 | .746 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.28 | .778 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.39 | .861 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .796 | มากที่สุด |
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.77 | .805 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.32 | .759 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.35 | .834 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .789 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.197 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|--|------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชันรองรับ ได้หลาย ระบบปฏิบัติการ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.90 | .908 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.36 | .721 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.46 | .683 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.34 | .744 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชัน สามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.77 | .717 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.37 | .706 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.39 | .750 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.32 | .732 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชันอย่าง สม่ำเสมอ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.97 | .752 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.11 | .732 | มาก |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.05 | .895 | มาก |
| | รวม | 346 | 4.09 | .762 | มาก |

ตารางที่ 4.198 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้าน
การออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|--------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชันมี ความเรียบง่าย | ระหว่างกลุ่ม | 11.917 | 2 | 5.958 | 10.014 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 204.086 | 343 | .595 | | |
| | ทั้งหมด | 216.003 | 345 | | | |
| พื้นหลังหน้าจอมีความ เหมาะสม ไม่รกจน สายตา | ระหว่างกลุ่ม | 13.288 | 2 | 6.644 | 10.583 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 215.336 | 343 | .628 | | |
| | ทั้งหมด | 228.624 | 345 | | | |
| มีการเสริมสร้างจุดเด่น ในส่วนของปุ่มกด | ระหว่างกลุ่ม | 11.856 | 2 | 5.928 | 10.203 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 199.269 | 343 | .581 | | |
| | ทั้งหมด | 211.124 | 345 | | | |
| ขนาดและรูปแบบของ ตัวอักษรมีความดึงดูดใน การใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 4.910 | 2 | 2.455 | 3.941 | .020 |
| | ภายในกลุ่ม | 213.680 | 343 | .623 | | |
| | ทั้งหมด | 218.590 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.198 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|-------|---------|
| การจัดวางข้อมูลได้จัด ตามหมวดหมู่ของการใช้ งาน | ระหว่างกลุ่ม | 8.576 | 2 | 4.288 | 7.128 | .001 |
| | ภายในกลุ่ม | 206.340 | 343 | .602 | | |
| | ทั้งหมด | 214.916 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันรองรับได้ หลายระบบปฏิบัติการ | ระหว่างกลุ่ม | 6.783 | 2 | 3.392 | 6.311 | .002 |
| | ภายในกลุ่ม | 184.327 | 343 | .537 | | |
| | ทั้งหมด | 191.110 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถ ติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ระหว่างกลุ่ม | 10.081 | 2 | 5.041 | 9.883 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 174.948 | 343 | .510 | | |
| | ทั้งหมด | 185.029 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ พัฒนาเวอร์ชันอย่าง สม่ำเสมอ | ระหว่างกลุ่ม | .672 | 2 | .336 | .578 | .562 |
| | ภายในกลุ่ม | 199.550 | 343 | .582 | | |
| | ทั้งหมด | 200.223 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.199 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา(I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|----------------------|--------------------------|---------|
| องค์ประกอบของ หน้าจอแอปพลิเคชันมีความ เรียบง่าย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.652* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.638* | .001 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .652* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .014 | .993 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .638* | .001 |
| | | ปริญญาตรี | -.014 | .993 |
| พื้นหลังหน้าจอมี ความเหมาะสม ไม่ รบกวนสายตา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.638* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.776* | .000 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .638* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.138 | .493 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .776* | .000 |
| | | ปริญญาตรี | .138 | .493 |

ตารางที่ 4.199 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา(I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|------------------|-------------------|-----------------------|---------|
| มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.609* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.726* | .000 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .609* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.117 | .579 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .726* | .000 |
| | | ปริญญาตรี | .117 | .579 |
| ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.372* | .048 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.483* | .024 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .372* | .048 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.111 | .632 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .483* | .024 |
| | | ปริญญาตรี | .111 | .632 |
| การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.544* | .001 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.577* | .004 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .544* | .001 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.033 | .959 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .577* | .004 |
| | | ปริญญาตรี | .033 | .959 |
| แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.457* | .005 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.553* | .004 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .457* | .005 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.096 | .672 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .553* | .004 |
| | | ปริญญาตรี | .096 | .672 |
| แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.594* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.612* | .001 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .594* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.018 | .986 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .612* | .001 |
| | | ปริญญาตรี | .018 | .986 |

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการใช้งานแอปพลิเคชันโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซ้ำซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) รองลงมาได้แก่ ด้านแอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726) และด้านแอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา (ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .769) ดังตารางที่ 4.200 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษาดังตารางที่ 4.201 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.202

ตารางที่ 4.200 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|--|------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วยผู้ใช้งาน ค้นหาข้อมูล | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.68 | .871 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.33 | .755 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.35 | .991 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.27 | .828 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.77 | .845 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.30 | .728 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.26 | .835 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.25 | .769 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.200 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| แอปพลิเคชันมีความ น่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ ซับซ้อน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.94 | .772 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.41 | .713 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.44 | .780 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .740 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้ สะดวก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.87 | .846 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.38 | .707 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.37 | .771 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีความ เสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้ งาน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.90 | .870 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.33 | .787 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.49 | .658 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.32 | .786 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้รวดเร็ว | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.94 | .727 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.40 | .722 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.53 | .658 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .726 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดของ โรงแรมที่ครบถ้วน เพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการ และข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.90 | .870 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.38 | .697 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.60 | .593 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.38 | .717 | มากที่สุด |
| การใช้บริการจอง ห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.94 | .892 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.33 | .747 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.54 | .683 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .763 | มากที่สุด |
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และ ทันสมัย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.94 | .772 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.39 | .731 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.49 | .759 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.36 | .750 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.200 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|---|------------------|------------|-----------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.97 | .795 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.36 | .746 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.51 | .782 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.35 | .766 | มากที่สุด |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่มีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.87 | .957 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.38 | .745 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.44 | .824 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.34 | .791 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.201 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | แหล่งของความแปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|---------------------|----------------|-----|-------------|-------|---------|
| มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | ระหว่างกลุ่ม | 12.055 | 2 | 6.027 | 9.213 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 224.408 | 343 | .654 | | |
| | ทั้งหมด | 236.462 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | ระหว่างกลุ่ม | 7.627 | 2 | 3.814 | 6.657 | .001 |
| | ภายในกลุ่ม | 196.491 | 343 | .573 | | |
| | ทั้งหมด | 204.118 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน | ระหว่างกลุ่ม | 6.626 | 2 | 3.313 | 6.226 | .002 |
| | ภายในกลุ่ม | 182.530 | 343 | .532 | | |
| | ทั้งหมด | 189.156 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 7.161 | 2 | 3.581 | 6.701 | .001 |
| | ภายในกลุ่ม | 183.278 | 343 | .534 | | |
| | ทั้งหมด | 190.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | ระหว่างกลุ่ม | 7.102 | 2 | 3.551 | 5.904 | .003 |
| | ภายในกลุ่ม | 206.289 | 343 | .601 | | |
| | ทั้งหมด | 213.390 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.201 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|-------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการ ประมวลผลได้รวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 7.483 | 2 | 3.741 | 7.368 | .001 |
| | ภายในกลุ่ม | 174.159 | 343 | .508 | | |
| | ทั้งหมด | 181.642 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูล ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ของโรงแรมที่ ครบถ้วนเพียงพอต่อการ ตัดสินใจเพื่อใช้บริการ และข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ระหว่างกลุ่ม | 9.715 | 2 | 4.858 | 9.951 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 167.441 | 343 | .488 | | |
| | ทั้งหมด | 177.156 | 345 | | | |
| การใช้บริการจองห้องพัก มีข้อมูลถูกต้อง | ระหว่างกลุ่ม | 7.433 | 2 | 3.716 | 6.593 | .002 |
| | ภายในกลุ่ม | 193.345 | 343 | .564 | | |
| | ทั้งหมด | 200.777 | 345 | | | |
| การชำระเงินมีความ น่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล และ ทันสมัย | ระหว่างกลุ่ม | 6.759 | 2 | 3.379 | 6.187 | .002 |
| | ภายในกลุ่ม | 187.357 | 343 | .546 | | |
| | ทั้งหมด | 194.116 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีการ ยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับการ ชำระเงินทุกครั้ง | ระหว่างกลุ่ม | 5.974 | 2 | 2.987 | 5.217 | .006 |
| | ภายในกลุ่ม | 196.407 | 343 | .573 | | |
| | ทั้งหมด | 202.382 | 345 | | | |
| มีช่องทางรองรับการ แก้ปัญหา ในกรณีที่การ จองห้องพักผ่านแอป พลิเคชันมีความผิดพลาด | ระหว่างกลุ่ม | 7.707 | 2 | 3.854 | 6.353 | .002 |
| | ภายในกลุ่ม | 208.050 | 343 | .607 | | |
| | ทั้งหมด | 215.757 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.202 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงิน
ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้ แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา (I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-------------------|----------------------|--------------------------|---------|
| มีขั้นตอนแนะนำ สามารถช่วย ผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.648* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.673* | .001 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .648* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.025 | .977 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .673* | .001 |
| | | ปริญญาตรี | .025 | .977 |
| แอปพลิเคชัน สามารถรองรับได้ หลายภาษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.524* | .001 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.489* | .016 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .524* | .001 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .035 | .951 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .489* | .016 |
| | | ปริญญาตรี | -.035 | .951 |
| แอปพลิเคชันมี ความน่าสนใจ ใช้ งานง่าย ไม่ซับซ้อน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.479* | .003 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.503* | .009 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .479* | .003 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.024 | .975 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .503* | .009 |
| | | ปริญญาตรี | .024 | .975 |
| แอปพลิเคชันใช้งาน ได้สะดวก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.505* | .002 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.497* | .010 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .505* | .002 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .008 | .998 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .497* | .010 |
| | | ปริญญาตรี | -.008 | .998 |

ตารางที่ 4.202 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา (I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-------------------|-------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.430* | .015 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.588* | .003 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .430* | .015 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.158 | .381 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .588* | .003 |
| | | ปริญญาตรี | .158 | .381 |
| แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.468* | .003 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.591* | .001 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .468* | .003 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.123 | .498 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .591* | .001 |
| | | ปริญญาตรี | .123 | .498 |
| แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.480* | .002 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.693* | .000 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .480* | .002 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.213 | .116 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .693* | .000 |
| | | ปริญญาตรี | .213 | .116 |
| การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.398* | .021 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.608* | .002 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .398* | .021 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.211 | .161 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .608* | .002 |
| | | ปริญญาตรี | .211 | .161 |
| การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.452* | .006 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.556* | .004 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .452* | .006 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.104 | .632 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .556* | .004 |
| | | ปริญญาตรี | .104 | .632 |

ตารางที่ 4.202 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา (I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-------------------|-------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.389* | .027 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.541* | .006 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .389* | .027 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.152 | .390 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .541* | .006 |
| | | ปริญญาตรี | .152 | .390 |
| มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหาในกรณีการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.505* | .003 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.568* | .005 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .505* | .003 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.063 | .860 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .568* | .005 |
| | | ปริญญาตรี | .063 | .860 |

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความถี่ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการใช้แอปพลิเคชันด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ด้านแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) รองลงมาด้านแอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้จองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .740) และด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759) ตามลำดับ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .799) ดังตารางที่ 4.203 เมื่อทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับว่า มีค่าเฉลี่ยของความถี่ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงต้องทดสอบ Post-hoc โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามผลการศึกษิตตามตารางที่ 4.204 โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.205

ตารางที่ 4.203 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความต้องการ |
|--|------------------|------------|-------------|----------------------|------------------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.97 | .836 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.37 | .706 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.35 | .790 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .740 | มากที่สุด |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.90 | .908 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.33 | .697 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.30 | .801 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .743 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.74 | .999 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.21 | .749 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.28 | .840 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.18 | .799 | มากที่สุด |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่ น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.74 | .930 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.30 | .760 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.23 | .846 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.24 | .804 | มากที่สุด |
| การประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจอง ห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.77 | .845 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.34 | .721 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.33 | .787 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .759 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.203 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ค่าเฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน | ระดับความ ต้องการ |
|---|------------------|---------------|-------------|------------------------------|----------------------|
| การประชาสัมพันธ์ผ่าน แอปพลิเคชันทำให้ ผู้รับบริการรู้จักโรงแรม ที่จะจองห้องพัก และ เข้าถึงแอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.81 | .910 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.28 | .739 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.39 | .840 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .784 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถ แสดงรายละเอียดของ โรงแรม และบริการที่ ลูกค้าจะได้รับแบบ เรียลไทม์ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.84 | .820 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.29 | .741 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.33 | .764 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.26 | .762 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถ จองห้องพักและชำระ เงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.94 | .929 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.34 | .779 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.49 | .759 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.33 | .799 | มากที่สุด |
| แอปพลิเคชันสามารถ ชำระเงินผ่านทางบัญชี อิเล็กทรอนิกส์หรือ เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการจองห้องพักได้ ทันที | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 31 | 3.90 | .700 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 258 | 4.32 | .804 | มากที่สุด |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 57 | 4.39 | .840 | มากที่สุด |
| | รวม | 346 | 4.29 | .809 | มากที่สุด |

ตารางที่ 4.204 เปรียบเทียบความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้าน
การส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้งาน

(n = 346คน)

| ความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชัน | แหล่งของ ความ แปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|---|-----------------------------|-------------------|-----|----------------|-------|---------|
| แอปพลิเคชันเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ที่ ทำให้สามารถจอง ห้องพักและชำระเงินได้ สะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 4.548 | 2 | 2.274 | 4.234 | .015 |
| | ภายในกลุ่ม | 184.229 | 343 | .537 | | |
| | ทั้งหมด | 188.777 | 345 | | | |
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอ ผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจอง ห้องพักและชำระเงิน | ระหว่างกลุ่ม | 5.038 | 2 | 2.519 | 4.654 | .010 |
| | ภายในกลุ่ม | 185.636 | 343 | .541 | | |
| | ทั้งหมด | 190.673 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันมีข้อความ แจ้งเตือนเกี่ยวกับ โปรโมชั่นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 6.689 | 2 | 3.345 | 5.372 | .005 |
| | ภายในกลุ่ม | 213.557 | 343 | .623 | | |
| | ทั้งหมด | 220.246 | 345 | | | |
| การขายผ่าน แอปพลิเคชันเป็น รูปแบบที่น่าสนใจโดย อาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพา พนักงานขาย | ระหว่างกลุ่ม | 8.700 | 2 | 4.350 | 6.960 | .001 |
| | ภายในกลุ่ม | 214.389 | 343 | .625 | | |
| | ทั้งหมด | 223.090 | 345 | | | |
| มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการจอง ห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ระหว่างกลุ่ม | 8.925 | 2 | 4.462 | 8.066 | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 189.749 | 343 | .553 | | |
| | ทั้งหมด | 198.673 | 345 | | | |
| การประชาสัมพันธ์ผ่าน แอปพลิเคชันทำให้ ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่ จะจองห้องพัก และ เข้าถึงแอปพลิเคชันของ โรงแรมได้ | ระหว่างกลุ่ม | 7.414 | 2 | 3.707 | 6.212 | .002 |
| | ภายในกลุ่ม | 204.692 | 343 | .597 | | |
| | ทั้งหมด | 212.107 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.204 (ต่อ)

| ความต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน | แหล่งของความแปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | P-Value |
|--|---------------------|----------------|-----|-------------|-------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | ระหว่างกลุ่ม | 6.049 | 2 | 3.025 | 5.346 | .005 |
| | ภายในกลุ่ม | 194.058 | 343 | .566 | | |
| | ทั้งหมด | 200.107 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ระหว่างกลุ่ม | 6.338 | 2 | 3.169 | 5.077 | .007 |
| | ภายในกลุ่ม | 214.101 | 343 | .624 | | |
| | ทั้งหมด | 220.439 | 345 | | | |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | ระหว่างกลุ่ม | 5.361 | 2 | 2.680 | 4.176 | .016 |
| | ภายในกลุ่ม | 220.156 | 343 | .642 | | |
| | ทั้งหมด | 225.517 | 345 | | | |

ตารางที่ 4.205 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Scheffe

(n = 346 คน)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา (I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-------------------|-------------------|-----------------------|---------|
| ช่องทาง การประชาสัมพันธ์ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.404* | .016 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.383 | .066 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .404* | .016 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .021 | .981 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .383 | .066 |
| | | ปริญญาตรี | -.021 | .981 |

ตารางที่ 4.205 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา (I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|---|-------------------|-------------------|-----------------------|---------|
| รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.426* | .010 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.395 | .057 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .426* | .010 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .031 | .959 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .395 | .057 |
| | | ปริญญาตรี | -.031 | .959 |
| แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.463* | .009 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.539* | .010 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .463* | .009 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.075 | .809 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .539* | .010 |
| | | ปริญญาตรี | .075 | .809 |
| การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพนักงานขาย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.560* | .001 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.486* | .023 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .560* | .001 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .074 | .814 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .486* | .023 |
| | | ปริญญาตรี | -.074 | .814 |
| มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.563* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.559* | .004 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .563* | .000 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | .004 | .999 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .559* | .004 |
| | | ปริญญาตรี | -.004 | .999 |
| การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.476* | .006 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.580* | .004 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .476* | .006 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.103 | .661 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .580* | .004 |
| | | ปริญญาตรี | .103 | .661 |

ตารางที่ 4.205 (ต่อ)

| ความต้องการใช้แอปพลิเคชัน | ระดับการศึกษา (I) | ระดับการศึกษา (J) | Mean Difference (I-J) | P-Value |
|--|-------------------|-------------------|-----------------------|---------|
| แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.452* | .007 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.495* | .014 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .452* | .007 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.043 | .928 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .495* | .014 |
| | | ปริญญาตรี | .043 | .928 |
| แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.406* | .027 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.556* | .007 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .406* | .027 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.150 | .431 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .556* | .007 |
| | | ปริญญาตรี | .150 | .431 |
| แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.415* | .026 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.483* | .027 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .415* | .026 |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | -.068 | .845 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | .483* | .027 |
| | | ปริญญาตรี | .068 | .845 |

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้น พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันโดยนิยมใช้งานแอปพลิเคชันของโรงแรมและตัวแทนจำหน่ายบนอุปกรณ์เคลื่อนที่หรือสมาร์ทโฟนมากกว่า เนื่องจากสะดวกเร็วในการสำรองห้องพัก มีความเป็นส่วนตัว ประกอบกับแอปพลิเคชันสามารถรองรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้บัตรเครดิต พร้อมทั้งระบบเทคโนโลยีทางการเงินที่จะเกิดขึ้น พร้อมด้วยแอปพลิเคชันตัวแทนจำหน่ายมีตัวกรองข้อมูลที่ช่วยให้สามารถค้นหาโรงแรมที่พักที่ต้องการได้สะดวกขึ้นตามเงื่อนไขที่ผู้ใช้สามารถกำหนดเองได้ พร้อมทั้งมีการนำเสนอข้อมูลรายการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ มีข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโรงแรมที่พักซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจจองห้องพักโรงแรมได้ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ ดังนี้

“การจองห้องพักโรงแรม จะค้นหาและสืบค้นข้อมูลก่อนว่าโรงแรมที่ต้องการพักนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนในบริเวณที่ต้องการพัก” ----U

“แอปพลิเคชันที่ใช้จองส่วนมากมีข้อมูลส่วนลด โปรโมชั่น และรายการส่งเสริมการขายรวมถึงการเชื่อมโยงให้มีโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยการให้ส่วนลดการจองล่วงหน้าหรือการใช้บริการซ้ำตามความชอบส่วนบุคคล และโอกาส” ----U

“การจองที่พักของโรงแรมจากการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการประชุมของธุรกิจส่วนมากจะชอบใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์ พร้อมชำระเงินด้วยบัตรเครดิต สะดวกดี และมีความมั่นใจในความปลอดภัยมีระบบในการยืนยันตัวตนที่ดี” ----U

นอกจากนี้การศึกษาพบว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันส่วนมากจะพบปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชัน เช่น แอปพลิเคชันค้าง ใช้เวลาโหลดข้อมูลหรือประมวลผลนาน ทำให้ไม่แน่ใจว่าการทำรายการจองห้องพักสำเร็จหรือไม่ ต้องรอตรวจสอบข้อมูลจากอีเมลของตัวแทนจำหน่ายหรือโรงแรมยืนยัน ทำให้ขาดความมั่นใจในการใช้งาน มีการปรับเวอร์ชันถี่เกินไป ซึ่งปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันเป็นอย่างยิ่ง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ ดังนี้

“เมื่อพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับห้องพัก จะดูข้อมูลประกอบด้วยว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมมีอะไรบ้าง บางครั้งก็ดูจากรูป ความสวยงามของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก อื่น เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้องรับประทานอาหารเข้า บางครั้งก็ใช้เวลาในการดูข้อมูลนาน ” ----U

“เรื่องปัญหานี้ประสบการณ์ตรงเลย เพราะว่าเคยจองแล้วปรากฏว่าแอปพลิเคชันค้าง ไม่รู้ว่าจองสำเร็จหรือไม่ ก็เลยจองซ้ำไปอีกครั้ง และตัดยอดเงินจากบัตรเครดิตเรียบร้อยแล้ว ต้องติดต่อกับเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายและธนาคาร ทำให้เสียเวลา และรู้สึกไม่มั่นใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันนั้น” ----U

“แอปพลิเคชันต้องสามารถเลือกห้องพักตามโซนได้เอง โดยที่ไม่ใช้ให้เฉพาะสิทธิ์แล้วโรงแรมเป็นผู้เลือกห้องให้ ซึ่งบางครั้งไม่ได้รับตามที่ต้องการ โดยเฉพาะช่วงเทศกาล ” ----U

สำหรับการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินนั้น ได้มีการจำแนกประเด็นที่ศึกษาเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบของแอปพลิเคชัน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันและด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งความต้องการดังกล่าวนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินต่อไป โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

“ชอบแอปพลิเคชันที่มีสีสบายตา ตัวอักษรใหญ่ชัดเจน ภาพสวยงาม เป็นภาพจริง ” ----U

“การใช้บริการจะเลือกจากการที่มีพนักงานบริการที่ให้ความสนใจ สามารถแชท เพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เพราะรายการบางรายการไม่พบเมื่อค้นหา หรือหาได้ยาก” ----U

“มีระบบรายงานสถานะความพร้อมของโรงแรม ในการให้ให้บริการหรือ การเตือนเมื่อใกล้กำหนดการเดินทางหรือพักอาศัย การเตรียมการสำหรับเรื่องเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายตามสภาพอากาศในห้องถึงหรือภูมิภาค หรือเมื่อมีภาวะวิกฤติที่อาจจะเกิดขึ้น สามารถแจ้งเตือนพร้อมแนวทางเตรียมการ” ----U

ความต้องการดังกล่าวเป็นสิ่งที่สามารถนำเสนอแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ให้มีโดดเด่นในเรื่องการออกแบบ และมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสม และมีการส่งเสริมการตลาดที่ดีสามารถนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องความต้องการใช้แอปพลิเคชันนี้ยังมีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมด้วย ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้ให้ข้อมูลเอาไว้ว่า

“ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นเรื่องสำคัญมากในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว ทางเลือกในการทราบถึงข้อมูลรูปแบบการดำรงชีวิตของลูกค้าและครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การตอบสนองและออกแบบให้แอปพลิเคชันสามารถจัดการได้ตั้งแต่การนำเสนอข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ การเลือกจองห้องพัก การให้ความเชื่อถือกับข้อมูล การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวก รายการอาหาร แหล่งอาหารหรือแหล่งช้อปปิ้ง พร้อมทั้งสามารถมีระบบแจ้งเตือนในส่วนที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี” ----H

“แอปพลิเคชันของโรงแรมที่มีอยู่ จะปรับตามช่วงเวลาที่เหมาะสมโดยพยายามทำให้ใช้งานได้เหมาะสมกับผู้สูงอายุด้วย เพราะว่าเป็นลูกค้ากลุ่มกำลังซื้อสูง และต้องการได้รับความสะดวก รวดเร็ว หรือง่ายสำหรับการบริการ” ----H

ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันต้องการให้แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ในหลายระบบปฏิบัติการ เนื่องจากสมาร์ตโฟนที่ใช้อาจจะไม่รองรับแอปพลิเคชัน และต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ติดตั้งเร็ว สะดวก เรียบง่ายแต่สวยงาม ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

“สมาร์ตโฟนที่ใช้นั้นมีมากกว่าหนึ่งเครื่องและต่างยี่ห้อกันมีทั้ง iOS และ Android การที่สามารถใช้บัญชีที่นำเชื่อถือได้บัญชีเดียวจากทั้งสองระบบจะทำให้สะดวก มากยิ่งขึ้น.” ----U

สำหรับมุมมองของนักพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

“การออกแบบให้เหมาะสมกับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากมาก จึงได้พยายามออกแบบส่วนหลัก แล้วให้ลูกค้าแต่ละรายสามารถเลือกได้เองหรือมีส่วนร่วมในการออกแบบ และใช้งาน”-----D

“การมีมุมมองที่หลากหลาย แล้วสามารถจัดระบบให้สามารถรองรับกับรูปแบบการชำระเงินที่น่าเชื่อถือได้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะยอมจ่ายเมื่อคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการมีคุณภาพอยู่ในระดับที่สูงมาก ดังนั้นการที่ทำให้ลูกค้าสามารถใช้บริการต่าง ๆ ของโรงแรมได้เพิ่มเติมจากระบบการสำรองห้องพักและการชำระเงินค่าจองห้องพักแล้วเป็นสิ่งที่ให้ความสนใจมาก เช่นรายการอาหาร หรือสถานบันเทิงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการหาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าเองได้เป็นอย่างดี”-----D

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยประยุกต์ ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย เครื่องมือการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการเก็บรวบรวมครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม คณะนักวิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวและจองห้องพักโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร และผู้ปฏิบัติงานด้านการสำรองห้องพักและชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวในกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มและตอบข้อมูลด้วยความเต็มใจ ได้รับตอบกลับคืนทั้งสิ้นจำนวน 346 ชุด ทั้งนี้แบบประเมินได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และผ่านการพิจารณาตรวจสอบจากที่ปรึกษาโครงการวิจัยก่อนนำไปใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ คณะนักวิจัยใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ และเพื่อหาความต้องการและแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว ในกรุงเทพมหานคร ปรากฏผลการวิจัยโดยสรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 3 ประเด็น ประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร รายละเอียดดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันของกลุ่มตัวอย่างเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา มีการใช้งานสม่ำเสมอ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.99 มีพฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรมเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 68.79 การใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของตัวแทนอุปกรณ์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 รองลงมา มีการใช้งานสม่ำเสมอ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 การใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของโรงแรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนอย่างสม่ำเสมอมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 42.49 รองลงมา มีการใช้งานเป็นบางครั้ง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 36.71 การใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงิน

ผ่านโทรศัพท์เพื่อสำรองห้องพักกับทางโรงแรมเป็นบางครั้ง มากที่สุดจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 45.09 การใช้แอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและชำระเงินโดยใช้คูปองที่ซื้อจากงานท่องเที่ยว หรือผู้แทนจำหน่ายต่าง ๆ เป็นบางครั้ง มากที่สุดจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 60.12

ส่วนใหญ่เคยสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 79.48 ผู้ที่เคยใช้มีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนดำเนินการสำรองห้องพักและชำระเงินด้วยตนเอง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 84.36 และไม่ได้ดำเนินการด้วยตนเอง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 มีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนจำนวน 275 คน ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Agoda มากที่สุด จำนวน 192 คน รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชัน Booking.com จำนวน 117 คนและ แอปพลิเคชัน Hotel.com จำนวน 114 คน ตามลำดับ ผู้มีประสบการณ์การสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนจำนวน 275 คน ส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต จำนวน 221 คน รองลงมาชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 110 คน และผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 31 คน ตามลำดับ

ทั้งนี้คณะนักวิจัยเก็บข้อมูลและประมวลผลด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมห้าดาว ประกอบด้วย ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน และด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันโดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน พบว่า คุณลักษณะของแอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด นอกจากนี้ยังสนใจเรื่องการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน โดยที่แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย ตามลำดับ ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่าคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ความสามารถในการประมวลผลได้รวดเร็ว และมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน ตามลำดับ และสำหรับด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า แอปพลิเคชันที่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก กล่าวคือแอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก และแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที ตามลำดับ

นอกจากนี้คณะนักวิจัยได้รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงิน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันส่วนมากพบปัญหาบางครั้ง พบปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชันใช้เวลาในการโหลดเปลี่ยนหน้าหรือใช้เวลาในการประมวลผลนานมากที่สุด จำนวน 253 คน รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการขอพิสูจน์ตัวตนของผู้ใช้งานหรือตรวจสอบความมั่นคงปลอดภัยก่อนใช้งานแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากจนทำให้ไม่อยากใช้งานต่อไป จำนวน 239 คน และแอปพลิเคชันมีขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน จำนวน 195 คน สำหรับอุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชันส่วนมากพบอุปสรรคเป็นบางครั้ง โดยพบอุปสรรคการใช้งานแอปพลิเคชันมากที่สุดในด้านสมาร์ทโฟนที่กำลังใช้งานแอปพลิเคชันเกิดอาการประมวลผลค้างแล้วแจ้งเตือนบังคับให้ปิดแอปพลิเคชัน จำนวน 227 คน รองลงมา ได้แก่ เมื่อทำการ

จองห้องพักผ่านทางแอปพลิเคชันแล้วยกเลิกเพราะเกิดความรู้สึกว่าระบบไม่น่าเชื่อถือและมีความปลอดภัยที่เพียงพอต่อการใช้งานระบบงาน จำนวน 220 คน

2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสำรองห้องพักและการชำระเงินในธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพัก และการชำระเงิน นักวิจัยได้จำแนกข้อมูลของผู้ใช้งานตามสถานภาพส่วนบุคคลที่น่าจะส่งผลถึงความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินเป็นรายด้าน ได้แก่ เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรสแล้วนำมาทดสอบวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples t-test) และทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา เพื่อนำมาทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test เพื่อหาความแตกต่างของการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่าความแปรปรวนของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพไม่แตกต่างกันในด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่ายมีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งานการจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการและแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน ได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน แอปพลิเคชันใช้งานได้สะดวก การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง และการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัยด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ได้แก่ แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวกรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนด้านโปรโมชั่นใหม่มีการประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงินผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพักและเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรมและบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์ แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงและแอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็น (P-Value) ของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินมากกว่า 0.05 แสดงว่า ความแปรปรวนของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพมีค่าไม่แตกต่างกัน

ความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตาและแอปพลิเคชันสามารถ

ติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน ได้แก่ มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้งและมีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา กรณีที่การจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน ได้แก่ การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความแปรปรวนของความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินจำแนกตามเพศสภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน โดยจำแนกตามอายุ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโดยการทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการออกแบบแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน พบว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้นด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างต่อเนื่อง เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้งานที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุก ยกเว้นด้านแอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน วิเคราะห์เปรียบเทียบโดยจำแนกตามอายุ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโดยการทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชัน พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการใช้งาน แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินด้านการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน วิเคราะห์โดยจำแนกตามอายุ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินโดยการทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความแตกต่างของความต้องการใช้แอปพลิเคชัน พบว่าผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ใช้งานที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร คณะนักวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์สังเคราะห์ผลการวิจัย พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้ และทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมประยุกต์บนเว็บ และมีความคุ้นชินกับการใช้งานสมาร์ทโฟน รวมถึงแอปพลิเคชันของสมาร์ทโฟน และส่วนใหญ่จะมีการสืบค้นข้อมูล ดำเนินการเปรียบเทียบข้อมูลด้วยตนเองก่อนตัดสินใจสำรองห้องพักและชำระเงินเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสมกับตนที่สุด ซึ่งสามารถวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว ประเด็นการออกแบบ ด้านฟังก์ชันการใช้งาน และด้านส่งเสริมการตลาด ได้ดังนี้

ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน การออกแบบแอปพลิเคชันให้ผู้ใช้สามารถติดตั้งได้ง่ายด้วยตนเอง ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ขนาดของตัวอักษรหรือสัญลักษณ์มีความชัดเจนตามความเหมาะสมกับสภาพของผู้ใช้งานโดยคำนึงถึงประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ การใช้สีเหมาะสมกับช่วงสภาพแวดล้อมและความรู้สึก ไม่รบกวนสายตา และเน้นจุดเด่นที่ปุ่มกด สามารถรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ

ด้านฟังก์ชันการใช้งานแอปพลิเคชันควรมีการนำเสนอข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน มีความเสถียร การประมวลผลได้รวดเร็วเมื่อเลือกฟังก์ชันการทำงานที่สลับไปมาและมีลำดับของการใช้งาน การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย มีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง และเมื่อมีปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันควรมีช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้อย่างรวดเร็ว และได้รับการตรวจสอบแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความมั่นใจในระบบของการทำงานและสามารถมีฟังก์ชันในการเชื่อมต่อกับฟังก์ชันงานของโรงแรมได้เป็นอย่างดีที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีทางการเงินที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ด้วยความเชื่อมั่นและมั่นใจ ระบบการแจ้งเตือนความจำเป็นระยะที่เหมาะสม ที่สะท้อนถึงความรู้สึกของการบริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด แอปพลิเคชันมีการนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก สามารถสร้างรูปแบบบริการที่มีหลากหลายทางเลือกตามรูปแบบการใช้ชีวิตรายบุคคล รายครอบครัว มีการแจ้งเตือนเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขายใหม่ที่ไม่เป็นการรบกวนผู้ใช้งานมากเกินไป อาจเป็นรายการส่งเสริมการขายเฉพาะบุคคลเพื่อสร้างความประทับใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ทั้งนี้ปัญหาเกี่ยวกับความเร็วในการติดตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประมวลผลนั้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะประสิทธิภาพของระบบเครือข่ายโทรศัพท์หรือระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้งาน ในส่วนของการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ต้องมีการนำเสนอภาพเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรมนั้น รวมถึงอรรถประโยชน์ที่จะใช้ได้กับสิ่งที่โรงแรมได้นำเสนอเพื่อสร้างการบริการที่ประทับใจหรือลักษณะการใช้งานจึงต้องคำนึงถึงขนาดของไฟล์รูปภาพที่ต้องมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมทำให้โหลดและแสดงผลได้อย่างรวดเร็ว

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐานการวิจัยสองประเด็น ได้แก่ (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินที่แตกต่างกัน (2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติความต้องการการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันทางเพศสภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา กล่าวคือ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้ และทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมประยุกต์บนเว็บ และมีความคุ้นชินกับการใช้งานสมาร์ทโฟน รวมถึงแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน และส่วนใหญ่จะมีการสืบค้นข้อมูล ดำเนินการเปรียบเทียบข้อมูลด้วยตนเองก่อนตัดสินใจใช้บริการมีความต้องการความสะดวกสบาย โดยที่ผู้ประกอบการโรงแรมของประเทศไทย สามารถนำแนวทางในการการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวไปประยุกต์ในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม (อังก์วรา ชำนาญ, 2553) เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจและเพิ่มความได้เปรียบด้านการแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ธุรกิจดังกล่าวสามารถนำสมาร์ทโฟนมาใช้เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ ข้อมูลสินค้าหรือบริการในหลากหลายรูปแบบตามรูปแบบการดำเนินชีวิต ประสบการณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การจอง และชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ การปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และโปรแกรมประยุกต์เพื่อสนับสนุนธุรกิจ ดำเนินงาน การจัดการ และการตัดสินใจ (Thong, 1999) และเป็นชุดกระบวนการที่สามารถนำมาใช้ได้หลายขั้นตอนในกระบวนการทางธุรกิจ (Bugess, Cooper, & Alcock, 2001) ทั้งนี้ การพัฒนาแอปพลิเคชันเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาปรับเพิ่มเติมสินค้าหรือบริการเป็นขั้นตอนตามความพร้อมขององค์การได้ โดยในตอนแรก อาจนำแอปพลิเคชันเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพียงเพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการหลักของโรงแรม (ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย, 2556) จากนั้นอาจมีการเพิ่มการทำงานในการโต้ตอบกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการที่ต้องการได้สะดวกขึ้น และในขั้นต่อไป (สุทิตา เพ็ชรเจริญทรัพย์, 2546) โรงแรมควรวางแผนเพิ่มการทำธุรกรรมออนไลน์สำหรับสินค้าหรือบริการ และในที่สุดแอปพลิเคชันสามารถบูรณาการเข้ากับระบบงานภายใน โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับปัจจัยสนับสนุน และปัญหาอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนาระบบงานตามที่ได้กล่าวแล้ว

การพัฒนาแอปพลิเคชัน ต้องคำนึงการอำนวยความสะดวกในการใช้งาน โดยมีการออกแบบและพัฒนาส่วนที่เชื่อมต่อกับผู้ใช้งานให้มีความง่าย ติดตั้งใช้งานได้เอง ตามที่กรมวิชาการ (2544) ได้สรุปประเด็นไว้ถึงการออกแบบที่เน้นความเรียบง่าย เป็นสมบัติสำคัญของการออกแบบสื่อทุกประเภท ซึ่งการออกแบบโดยทั่วไปไม่ยากแต่การออกแบบให้มีความเรียบง่ายและน่าสนใจด้วยนั้นทำได้ยาก

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกแบบข้อความ การออกแบบหน้าจอคอมพิวเตอร์จะมีองค์ประกอบของกราฟิกในรูปแบบต่าง ๆ กัน เกี่ยวข้องด้วย เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวาด และอื่น ๆ โดยยังมีข้อความประกอบหลัก “ความเรียบง่าย” หมายถึง การออกแบบหน้าจอสมาร์ทโฟนที่ผู้ออกแบบได้จัดผสมผสานองค์ประกอบร่วมต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานและสมาร์ทโฟน อย่างมี ระบบ อ่านง่าย เข้าใจง่าย และผู้ใช้งานได้รับความพึงพอใจ ประสบการณ์จากการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ด้านการประมวลผลการทำธุรกรรม การจองห้องพัก การชำระเงิน ต้องถูกต้องรวดเร็ว และมีความปลอดภัย มีการนำเสนอข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจในความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรม เพื่อลดสภาพของความเสี่ยงทางการเงิน สำหรับผู้ประกอบการธุรกรรมโรงแรม ต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับผู้ใช้บริการ (โดยอาศัยการบริหารทรัพยากรทางฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ที่สนับสนุนระบบการทำงานในลักษณะที่มีความเร็วและความลับสูง

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติความต้องการการใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงินที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา และข้อมูลอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยการประสมประสานส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย โดยนักการตลาดจะใช้การส่งเสริมการตลาดในการแข่งขัน กระตุ้นใจ และการย้าเตือนลูกค้า (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555) โดยมุ่งหวังให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือในบางครั้งต้องการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นในระยะสั้นด้วย ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความต้องการที่แตกต่างกัน โดยที่ทัศนคติมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการของโรงแรมและการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ที่แตกต่างกัน (จิณดา แก้วแทน, 2557) เป็นวิธีการที่ทันสมัย ทำให้ชีวิตประจำวันสะดวกสบายขึ้น และเป็นประสบการณ์ที่ดี ซึ่งส่งผลมาจากความเชื่อของแต่ละบุคคล ความคิด ความรู้สึกจากประสบการณ์ที่ได้รับ โดยที่ทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมก่อให้เกิดผลต่อการยอมรับและเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้งนี้ผู้บริโภคในลักษณะที่หลากหลายตามกลุ่มอายุ การศึกษา และรายได้ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงการใช้สมาร์ทโฟนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นยุคแห่งเทคโนโลยีระบบดิจิทัล หรือยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) แต่มีประสบการณ์การเรียนรู้ การรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงมีความรู้ ความสามารถในการใช้งานระบบสารสนเทศมากขึ้น นอกจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้ว ปัจจัยด้านจิตวิทยา จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ขั้นตอนการตัดสินใจกระทำพฤติกรรม เกิดจากการรับรู้ปัญหา การสืบค้นข้อมูล การประเมินทางเลือก และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ จึงทำให้ความเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมเกิดจากขั้นตอนการตัดสินใจด้วยตนเองมากกว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชันของสมาร์ทโฟนจากประสบการณ์ของผู้ใช้งาน และเป็นผู้ใช้บริการจะใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมออันเนื่องมาจากระบบสามารถสร้างความเชื่อมั่นในความมั่นคงปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ระบบจะต้องมีขั้นตอนในการสร้างความเชื่อมั่นในขั้นตอนการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ได้ถูกต้อง แม่นยำ สถาบันการเงินต้องมีความซื่อสัตย์ต่อผู้รับบริการหรือลูกค้าสามารถเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็น

ความลับ มีระบบป้องกันและสร้างความมั่นคงปลอดภัยข้อมูลของลูกค้าที่ดี มีกฎระเบียบที่เพียงพอต่อความสามารถในการคุ้มครองผู้ใช้งานชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน (อังครักษ์ มีวรรณสุขกุล, 2553) กล่าวคือธนาคารหรือสถาบันการเงินต้องมีความซื่อสัตย์ต่อผู้รับบริการ สามารถเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นความลับ ขั้นตอนการให้บริการมีความชัดเจน ถูกต้อง แม่นยำ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจในธุรกรรมทางการเงินผ่านการสื่อสารโทรคมนาคมด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่หรือสมาร์ตโฟน (จิญจาดา แก้วแทน, 2557) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการใช้งานแอปพลิเคชันของโรงแรมในรูปแบบของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้บริโภคจะเกิดความเชื่อมั่น และเห็นว่าระบบมีความมั่นคงปลอดภัย จากการยอมรับในเรื่องเทคโนโลยีและประสบการณ์ในการใช้งานของผู้ใช้งานเอง ต้องอาศัยความมั่นคงปลอดภัยเป็นประเด็นหลักในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น จึงทำให้ความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชันมีผลต่อการยอมรับในการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. การพัฒนาแอปพลิเคชันการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว ออกแบบให้มีความชัดเจนของข้อความ สี ขนาดตัวอักษรข้อความที่เหมาะสม ง่ายต่อการใช้งานเป็นอันดับแรก รองลงมาควรใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนและสามารถรองรับระบบปฏิบัติการได้หลากหลายแพลตฟอร์ม เช่น iOS หรือ Android ซึ่งได้รับความนิยมใช้งาน เป็นต้น มีความสะดวกสำหรับการติดตั้ง และใช้งานได้อย่างรวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือด้านข้อมูล มีมาตรฐานในเทคโนโลยีทางการเงิน และรองรับทุกเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการนำเสนอข้อมูลและการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการของโรงแรม มีส่วนที่สนับสนุนความเห็นทางเลือกการบริการของพนักงาน เพื่อความสะดวกสบายของผู้รับบริการ
3. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อสูงและต้องการความหลากหลายของรูปแบบบริการ และสามารถสร้างความหลากหลายทางเลือกของการบริการตามรูปแบบประสบการณ์และรูปแบบการใช้ชีวิตของลูกค้า
4. เพื่อเพิ่มความถี่ในการจองห้องพัก ควรเพิ่มความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการบริการตามรูปแบบการใช้ชีวิตรายบุคคล รายครอบครัว และการให้ส่วนลดพิเศษแก่ผู้ใช้บริการ หรือของขวัญที่สร้างความพึงพอใจ สร้างความประทับใจ และสร้างความผูกพันให้กับลูกค้า
5. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเพื่อความสะดวก สบาย ผ่อนคลาย โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้สามารถใช้ประเมิน และปรับคุณภาพการบริการ ความรวดเร็วของการบริการ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ติดตามและการแก้ปัญหา และพัฒนารายการเลือกของให้มีความสวยงาม ไม่ซับซ้อนและทันสมัย

6. การกำหนดกรอบนโยบายองค์ประกอบเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการสำรองห้องพัก การบริการส่วนขยายด้านระบบเทคโนโลยีเชื่อมต่อของโรงแรมกับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ปรับเปลี่ยนตามการเปลี่ยนของเทคโนโลยีทางการเงิน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. แนวทางการสร้างรูปแบบของการบริการแบบรับรู้ความรู้สึกของลูกค้าในโรงแรมระดับห้าดาวที่สัมพันธ์กับอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง
2. รูปแบบการใช้เทคโนโลยีทางการเงินสำหรับการใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา สอนมะลิ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศาสน์ นิยม
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรภัทร อินทรวรพัฒน์

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพของแบบสัมภาษณ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คุรุวัช
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราνούช โสภา

ภาคผนวก ข
เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม
งานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
ของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
- ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้แอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงิน
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

3. ข้อมูลแบบสอบถามทุกฉบับในครั้งนี้จะไม่นำเสนอหรือเปิดเผยเป็นรายบุคคล ดังนั้นขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตรงตามความจริง เพื่อให้การวิจัยนี้มีผลสรุปที่เชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ผลการวิจัยที่ปรากฏออกมาจะไม่กระทบต่อผู้หนึ่งผู้ใด โดยจะวิเคราะห์ผลเป็นภาพรวม ขอให้ท่านตอบอย่างอิสระ

ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างดี และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อคำถาม

คณะนักวิจัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านด้านหน้าข้อความ

1. เพศสภาพ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี () 21 - 30 ปี () 31 - 40 ปี
() 41 - 50 ปี () 51 - 60 ปี () มากกว่า 60 ปี

3. อาชีพ

() เจ้าของกิจการ () พนักงานบริษัทเอกชน () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() อาชีพอิสระ (Freelance) () นักกีฬา/นักร้อง/นักดนตรี () ข้าราชการ
() แม่บ้าน () นักเรียน/นักศึกษา
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

() น้อยกว่า 40,000 บาท () 40,001 – 60,000 บาท () 60,001 – 80,000 บาท
() 80,001 – 100,000 บาท () มากกว่า 100,000 บาท

5. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพการสมรส

() โสด () สมรส () หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง หรือ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. พฤติกรรมการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

| ช่องทางการสำรองห้องพัก | ความถี่ | | |
|--|----------|----------|--------|
| | สม่ำเสมอ | บางครั้ง | ไม่เคย |
| 1.1 เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย เช่น เว็บ Agoda เว็บ Booking.com เป็นต้น | | | |
| 1.2 เว็บไซต์ของโรงแรม | | | |
| 1.3 แอปพลิเคชันของตัวแทนบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/สมาร์ทโฟน | | | |
| 1.4 แอปพลิเคชันของโรงแรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/สมาร์ทโฟน | | | |
| 1.5 โทรศัพท์เพื่อสำรองห้องพักกับทางโรงแรม | | | |
| 1.6 ใช้คู่มือที่ซื้อจากงานท่องเที่ยว หรือผู้แทนจำหน่ายต่าง ๆ | | | |
| 1.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | | |
| | | | |

1. ท่านเคยสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนหรือไม่
 เคย ไม่เคย **ข้ามไปตอบ ตอนที่ 3**
2. ท่านสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนโดย
 ดำเนินการด้วยตนเอง ไม่ได้ดำเนินการด้วยตนเอง
3. แอปพลิเคชันที่ท่านเลือกใช้ในการสำรองห้องพัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 Accorhotels Hotel.com HotelQuickly
 Hotellook trivago Agoda
 Booking.com Skyscanner Hotels Combined
 Traveloka Airbab TripAdvisor
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. รูปแบบการชำระเงินเมื่อท่านได้จองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันเรียบร้อยแล้ว
 ผ่านบัตรเครดิต ผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส ผ่านไปรษณีย์
 ผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านธนาคารสาขา ผ่านทรูมันนี่
 ผ่านไลน์เพย์ ผ่านเอ็มเปย์ สเตชั่น ผ่านเทสโก้ โลตัส
 ผ่านอารีเพย์ ผ่าน 7 - 11 ผ่านวีเชทเพย์
 บริการพร้อมเพย์
 ผ่านช่องทางอื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน
คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับน้ำหนักการตัดสินใจของท่าน

| คุณลักษณะของแอปพลิเคชัน | น้ำหนักการให้ความสำคัญ | | | | |
|--|------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน | | | | | |
| 1.1 องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย | | | | | |
| 1.2 พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รบกวนสายตา | | | | | |
| 1.3 มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | | | | | |
| 1.4 ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน | | | | | |
| 1.5 การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการใช้งาน | | | | | |
| 1.6 แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | | | | | |
| 1.7 แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก | | | | | |
| 1.8 แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | | | |
| 2.1 มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล | | | | | |
| 2.2 แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | | | | | |
| 2.3 แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย มาซึบซ้อน | | | | | |
| 2.4 ผู้ใช้แอปพลิเคชันได้รับความสะดวกจากการใช้งาน | | | | | |
| 2.5 แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน | | | | | |
| 2.6 แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | | | | | |
| 2.7 แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและเป็นปัจจุบัน | | | | | |
| 2.8 การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | | | | | |
| 2.9 การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากลและทันสมัย | | | | | |
| 2.10 แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง | | | | | |
| 2.11 มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่การจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันมีความผิดพลาด | | | | | |

| คุณลักษณะของแอปพลิเคชัน | น้ำหนักการให้ความสำคัญ | | | | |
|---|------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน | | | | | |
| 3.1 แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | | | | | |
| 3.2 รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | | | | | |
| 3.3 แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | | | | | |
| 3.4 การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย | | | | | |
| 3.5 มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | | | | | |
| 3.6 การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | | | | | |
| 3.7 แอปพลิเคชันจะแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ | | | | | |
| 3.8 แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | | | | | |
| 3.9 แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจองห้องพักได้ทันที | | | | | |

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้แอปพลิเคชันสำรองห้องพักและการชำระเงิน

| ปัญหาและอุปสรรค | ความถี่ | | |
|--|---------------------|------------------|--------------|
| | พบอย่าง สม่ำเสมอ | พบบาน ๆ ครั้ง | ไม่เคย พบ |
| ปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | |
| 1. แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการขอยืนยันตัวตนของผู้ใช้งาน หรือตรวจสอบความปลอดภัยก่อนใช้งานแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากจนทำให้ไม่อยากใช้งานต่อ | | | |
| 2. แอปพลิเคชันใช้เวลาในการโหลดเปลี่ยนหน้า หรือใช้เวลาในการประมวลผลนาน | | | |
| 3. แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน | | | |
| 4. แอปพลิเคชันที่ท่านใช้ไม่รองรับการเลือกห้องพักมากกว่า 1 ประเภทต่อการจอง 1 ครั้ง | | | |
| อุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | |
| 1. สมาร์ทโฟนที่กำลังใช้งานแอปพลิเคชันเกิดอาการประมวลผลค้างแล้วแจ้งเตือนบังคับให้ปิดแอปพลิเคชัน | | | |
| 2. เมื่อทำการจองห้องพักผ่านทางแอปพลิเคชันแล้วต้องยกเลิกและไม่ชำระเงิน เพราะเกิดความรู้สึกว่าระบบไม่น่าเชื่อถือ | | | |

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงิน

คำชี้แจง โปรดระบุข้อเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างดี

แบบคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อคำถามการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันสำรองห้องพักโรงแรม

1. แสดงความต้องการที่คิดออกแบบการทำงานของแอปพลิเคชันสำรองห้องพักโรงแรม
2. นำเสนอวิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสำรองห้องพักโรงแรมผ่านแอปพลิเคชัน
3. อธิบายวิธีการเลือกรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่ใช้สำหรับการสำรองห้องพักในโรงแรมผ่านแอปพลิเคชัน
4. ระบุปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับจองห้องพัก
5. ระบุความต้องการพิเศษสำหรับการสำรองห้องพักด้วยแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน พร้อมระบุความสำคัญ

ข้อคำถามการสัมภาษณ์ผู้ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม

1. อธิบายหลักคิดสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพัก
2. ระบุปัญหาหรืออุปสรรคการสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันจากลูกค้า พร้อมวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วหาแนวทางในการให้แอปพลิเคชันมีส่วนช่วยในการทำงาน

ข้อคำถามการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน

1. อธิบายความสำคัญของหลักการออกแบบจอภาพของแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักโรงแรม
2. ระบุคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่มีความจำเป็นสำหรับธุรกิจโรงแรม

ภาคผนวก ค

ผลการตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of consistency: IOC)

แบบประเมินประสิทธิภาพของแบบสอบถามแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและ

การชำระเงินของธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

นักวิจัยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

ท่านที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรภัทร อินทรพรพัฒน์

ท่านที่ 2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศาสน์ นิยม

ท่านที่ 3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา สวนมะลิ

โดยให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้น

สามารถวัดได้ ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่สามารถวัดได้

| ประเด็นการพิจารณา | การพิจารณา | | | รวม | IOC | สรุป |
|--|------------|---|----|-----|-----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | | | |
| ความถี่สำหรับการสำรองห้องพัก | | | | | | |
| 1.1 เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย เช่น เว็บ Agoda เว็บ Booking.com เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 1.2 เว็บไซต์ของโรงแรม | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 1.3 แอปพลิเคชันของตัวแทนบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/ สมาร์ทโฟน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 1.4 แอปพลิเคชันของโรงแรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่/ สมาร์ทโฟน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 1.5 โทรศัพท์เพื่อสำรองห้องพักกับทางโรงแรม | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 1.6 ใช้คู่มือที่ซื้อจากงานท่องเที่ยว หรือผู้แทน จำหน่ายต่าง ๆ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 1.7 Walk-in | 1 | 1 | -1 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 1.8 อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2. ทักษะความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 2.1 ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 2.1.1 องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมี ความเรียบง่าย | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.1.2 หน้าจอมีการแบ่งสี สั้น สวยงาม มองสบายตา | 0 | 1 | 0 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.1.3 ใช้สีพื้น ๆ ที่บ่งบอกถึงความเป็นแบรนด์ | 0 | 1 | 0 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.1.4 พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่รกจน สายตา | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.1.5 มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |

| ประเด็นการพิจารณา | การพิจารณา | | | รวม | IOC | สรุป |
|---|------------|---|----|-----|-----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | | | |
| 2.1.6 ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูด ในการใช้งาน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.1.7 การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการ ใช้งาน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.1.8 ออกแบบโดยใช้หลักการให้สิ่งของมีลักษณะ รูปร่างเหมือนกันกับสิ่งของที่มีอยู่จริง | 1 | 0 | 0 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.1.9 แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.1.10 แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ ยุ่งยาก | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.1.11 มีระบบรักษาความปลอดภัย ทำให้ข้อมูล ส่วนตัวไม่ถูกระเมิด | 1 | 1 | -1 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.1.12 แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่าง สม่ำเสมอ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2 ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 2.2.1 มีการอัปเดตเวอร์ชันเพื่อปรับปรุงแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น | 1 | 1 | -1 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.2.2 มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหา ข้อมูล | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.3 แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.4 แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ และดึงดูดให้ใช้ งาน | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.2.5 ผู้ใช้แอปพลิเคชันได้รับความสะดวกสบาย จากการใช้งาน | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.2.6 แอปพลิเคชันมีความเสถียร | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.7 แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.8 แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอ* | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.9 การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.10 การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลัก มาตรฐานสากล* | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.2.11 แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมี หลักฐานตอบกลับการชำระเงินทุกครั้ง* | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |

| ประเด็นการพิจารณา | การพิจารณา | | | รวม | IOC | สรุป |
|---|------------|---|---|-----|-----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | | | |
| 2.2.12 มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา กรณีที่จองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันผิดพลาด | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3 ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 2.3.1 แอปพลิเคชันที่ใช้มีการแนะนำหรือโฆษณาโรงแรมระดับ 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร | 1 | 0 | 0 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.3.2 เคยเลือกพักในโรงแรมจากโฆษณาที่แนะนำไว้ในแอปพลิเคชัน | 1 | 0 | 0 | 1 | 0.3 | ตัด |
| 2.3.3 แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้จองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 2.3.4 รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.5 แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.6 การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพานักงานขาย | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.7 มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.8 การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.9 แอปพลิเคชันจะแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.10 แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |
| 2.3.12 แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจองห้องพักได้ทันที | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.0 | ใช้ได้ |

| ประเด็นการพิจารณา | การพิจารณา | | | รวม | IOC | สรุป |
|---|------------|---|---|-----|-----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | | | |
| 3.1 ปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 3.1.1 เมื่อใช้งานแอปพลิเคชันเกิดอาการประมาลผลค้างแล้วแจ้งเตือนบังคับให้ปิด แอปพลิเคชัน | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 3.1.2. แอปพลิเคชันมีการยืนยันตัวตนของผู้ใช้งานหรือตรวจสอบความปลอดภัยก่อนใช้งานแอปพลิเคชัน จึงทำให้ไม่สามารถเข้าใช้งานได้โดยทันที* | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 3.1.3 แอปพลิเคชันมีขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนหรือมีขั้นตอนหลายขั้น | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 3.1.4 แอปพลิเคชันเวลาในการโหลดเปลี่ยนหน้าหรือใช้เวลาในการประมวลผลนาน | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 3.2 อุปสรรคในการใช้งานแอปพลิเคชัน | | | | | | |
| 3.2.1 ก่อนที่จะทำการจองห้องพัก แอปพลิเคชันได้แสดงรายการห้องพักต่าง ๆ ที่เลือกพร้อมราคาห้องพักที่ท่านจะต้องจ่ายทั้งหมด เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าทำถูกต้องตามต้องการก่อนจะชำระเงิน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0 | ตัด |
| 3.2.2 เคยทำการสั่งจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันแล้วทำการยกเลิก และไม่ชำระเงิน เพราะเกิดความรู้สึกว่ระบบไม่น่าเชื่อถือ | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.7 | ใช้ได้ |
| 3.2.3 แอปพลิเคชันที่ใช้สามารถตรวจสอบห้องพักว่างในวันที่ลูกค้าต้องการได้ทันทีโดยไม่ต้องคลิกลิงค์เข้าไปสู่เว็บไซต์ของโรงแรม | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0 | ตัด |
| 3.2.4 แอปพลิเคชันที่ใช้รองรับการเลือกห้องพักมากกว่า 1 ประเภทต่อการจอง 1 ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0 | ตัด |

ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ

1. ให้มีการรวมข้อคำถามที่มีความใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกัน แล้วจัดประเด็นหลัก
2. การขยายความคำถามให้มีความชัดเจนมากขึ้น สำหรับคำถามที่มีความคลุมเครือ

การปรับข้อคำถามและตัดคำถามออกเพื่อนำไป Try Out จำนวน 30 ชุด

สรุป ตัดข้อคำถามออก จำนวน 11 ข้อ ปรับปรุงข้อคำถาม* จำนวน 3 ข้อ เพิ่มคำถามอุปสรรคตามข้อเสนอ จำนวน 1 ข้อ

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

แบบสอบถามเรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันในการสำรองห้องพักและการชำระเงินของ
ธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาว กรุงเทพมหานคร

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .985 | 28 |

Item-Total Statistics

| Item | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.1 องค์ประกอบของหน้าจอแอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย] | 122.37 | 153.206 | .835 | .984 |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.2 พื้นหลังหน้าจอมีความเหมาะสมไม่รบกวนสายตา] | 122.37 | 153.482 | .922 | .984 |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.3 มีการเสริมสร้างจุดเด่นในส่วนของปุ่มกด] | 122.33 | 154.092 | .771 | .984 |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.4 ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความดึงดูดในการใช้งาน] | 122.37 | 153.482 | .922 | .984 |

| Item | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.5 การจัดวางข้อมูลได้จัดตามหมวดหมู่ของการทำงาน] | 122.33 | 153.471 | .925 | .984 |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.6 แอปพลิเคชันรองรับได้หลายระบบปฏิบัติการ] | 122.30 | 154.286 | .864 | .984 |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.7 แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก] | 122.40 | 154.317 | .856 | .984 |
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน [1.8 แอปพลิเคชันมีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ] | 122.30 | 155.045 | .706 | .985 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.1 มีขั้นตอนแนะนำสามารถช่วยผู้ใช้งานค้นหาข้อมูล] | 122.33 | 154.368 | .751 | .985 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.2 แอปพลิเคชันสามารถรองรับได้หลายภาษา] | 122.30 | 155.459 | .768 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.3 แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน] | 122.33 | 153.057 | .847 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.4 ผู้ใช้แอปพลิเคชันได้รับความสะดวกจากการใช้งาน] | 122.37 | 153.206 | .835 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.5 แอปพลิเคชันมีความเสถียร ไม่ขัดข้องเมื่อใช้งาน] | 122.37 | 153.206 | .835 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.6 แอปพลิเคชันมีการประมวลผลได้รวดเร็ว] | 122.37 | 153.482 | .922 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.7 แอปพลิเคชันมีข้อมูลห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการและข้อมูลเป็นปัจจุบัน] | 122.33 | 154.092 | .771 | .984 |

| Item | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.8 การใช้บริการจองห้องพักมีข้อมูลถูกต้อง] | 122.27 | 155.444 | .778 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.9 การชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ตามหลักมาตรฐานสากล และทันสมัย] | 122.33 | 153.057 | .847 | .984 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.10 แอปพลิเคชันมีการยืนยันการจองหรือมีหลักฐานตอบกลับการจองทุกครั้ง] | 122.30 | 154.217 | .767 | .985 |
| 2. ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน [2.11 มีช่องทางรองรับการแก้ปัญหา ในกรณีที่การจองห้องพักผ่าน แอปพลิเคชันมีความผิดพลาด] | 122.30 | 153.045 | .853 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.1 แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้สามารถจองห้องพักและชำระเงินได้สะดวก] | 122.33 | 152.230 | .908 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.2 รายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ที่นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันเป็นที่ดึงดูดใจให้ตัดสินใจจองห้องพักและชำระเงิน] | 122.40 | 152.317 | .815 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.3 แอปพลิเคชันมีข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่] | 122.40 | 155.214 | .782 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.4 การขายผ่านแอปพลิเคชันเป็นรูปแบบที่น่าสนใจโดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานขาย] | 122.27 | 154.202 | .775 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.5 มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในการจองห้องพักและชำระเงิน ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก] | 122.33 | 153.471 | .925 | .984 |

| Item | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.6 การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ผู้รับบริการรู้จักโรงแรมที่จะจองห้องพัก และเข้าถึงแอปพลิเคชันของโรงแรมได้] | 122.27 | 154.478 | .859 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.7 แอปพลิเคชันสามารถแสดงรายละเอียดของโรงแรม และบริการที่ลูกค้าจะได้รับแบบเรียลไทม์] | 122.37 | 154.378 | .849 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.8 แอปพลิเคชันสามารถจองห้องพักและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง] | 122.27 | 154.202 | .775 | .984 |
| 3. ด้านการส่งเสริมตลาดผ่านแอปพลิเคชัน [3.9 แอปพลิเคชันสามารถชำระเงินผ่านทางบัญชีอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการจองห้องพักได้ทันที] | 122.40 | 153.214 | .836 | .984 |

ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นายปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต້องประสงค์
(ภาษาอังกฤษ) MR.PHORRAMATPANYAPRAT TONGPRASONG

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3-1598-00073-68-3

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ประจำคณะวิทยาการจัดการ

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
สถานที่ติดต่อ ห้องפקสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาคาร 32 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
295 ถนนนครราชสีมา แขวงวิเศษยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 02-244-5748 โทรสาร 02-244-5748
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 086-425-4156
อีเมล phorramatpanyaprat@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548 ศศ.ม. (รัฐศาสตร์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ค.ศ. 2003 M.S. (Telecommunications Management) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC)
พ.ศ. 2553 ป.บัณฑิต (พระไตรปิฎกศึกษา) มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย
พ.ศ. 2540 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการระบบสารสนเทศทางธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารโทรคมนาคม

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

| | |
|------------|---|
| งานวิจัย | การจัดการเรียนรู้แบบปรับใช้สังคมเพื่อพัฒนาจิตวิญญาณและการสำนึกใน รายวิชาจริยธรรมและกฎหมายคอมพิวเตอร์ (หัวหน้าโครงการวิจัย) |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2557 |

| | |
|------------|--|
| งานวิจัย | แนวทางการยกระดับวิถีชีวิตชาวนาไทยด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีพื้นที่ปราจีนบุรี (ผู้ร่วมวิจัย) |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2559 |
| งานวิจัย | การจัดการเรียนรู้ด้วยโครงการเพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การเป็นผู้นำ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในรายวิชาสัมมนาทางคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (หัวหน้าโครงการวิจัย) |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2556 |
| งานวิจัย | ปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารมือหลักของผู้บริโภคในชุมชนวังหลัง เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร (หัวหน้าโครงการวิจัย) |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2556 |

ผลงานอื่น ๆ ได้แก่ ตำรา บทความ

ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2559). *การสร้างธุรกิจใหม่และการเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกรรม
อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟฟิคโซฟท์ มหาวิทยาลัย
สวนดุสิต.

ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2559). *การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยทางธุรกิจ*.
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟฟิคโซฟท์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2559). *จริยธรรมและกฎหมายคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟฟิคโซฟท์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2558). *สัมมนาทางคอมพิวเตอร์ธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพมหานคร: เอ็มแอนด์เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์.

ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2558). *โครงสร้างข้อมูลและขั้นตอนวิธี* (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพมหานคร: เอ็มแอนด์เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์.

ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2559). การจัดการเรียนรู้แบบปรับใช้สังคมเพื่อพัฒนาจิตวิญญาณและ
การสำนึกในรายวิชาจริยธรรมและกฎหมายคอมพิวเตอร์. ใน สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. การประชุมวิชาการระดับชาติ. “การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อื่น: การ
เรียนรู้ในศตวรรษที่ 21”. (หน้า 30-31). กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.

Tongprasong, P. (2017). The Use of an Instructional Model Using Service Learning for Enhancing the Consciousness and Awareness in the Ethics and Computer Law Course. *ASEAN Journal of Education*, 3(2), January- December 2017, 89-95.

ผู้ร่วมวิจัยท่านที่ 1

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวอัญชญา ลักขณวิรามศิริ
(ภาษาอังกฤษ) MISS.ANCHANA LAKVIRAMSIRI

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3-1009-02173-28-0

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ประจำคณะวิทยาการจัดการ

หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
295 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0-2244-5749 โทรสาร 0-2244-5748
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 081-844-7374
อีเมล aj_anchana@yahoo.com

ประวัติการศึกษา

2548 MBA. (Management of Technology) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT)

2544 B.BA. (Management Information System) วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ**งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว**

งานวิจัย พฤติกรรมและความต้องการใช้แท็บเล็ตของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร
แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2556

งานวิจัย รูปแบบการจัดการเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารผ่านเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมในย่านเยาวราช
แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2556

งานวิจัย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่องานสัมมนา งานแต่งงานและฮันนีมูนรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียกลุ่มกำลังซื้อสูง
แหล่งทุน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2556

- งานวิจัย พุทธกรรมของนักท่องเที่ยวนในแหล่งมรดกโลก: กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร
- แหล่งทุน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2554
- งานวิจัย การพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าโดยใช้สถานการณ์จำลองในรายวิชาความมั่นคงปลอดภัยสำหรับระบบสารสนเทศ
- แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2558
- งานวิจัย ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนในรายวิชาโปรแกรมประยุกต์สำหรับการจัดการโครงการ
- แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2557

ผู้ร่วมวิจัยท่านที่ 2

ชื่อ - สกุล (ภาษาไทย) นางสาวรัตน์ คุ่มบำรุง
(ภาษาอังกฤษ) MRS.SUPARAT KHUMBAMRUNG

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ประจำคณะวิทยาการจัดการ

หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
295 ถนนราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0-2244-5747 โทรสาร 0-2244-5748
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 089-122-1878
อีเมล suparat.dao@gmail.com

ประวัติการศึกษา

2548 วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2541 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ**งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว**

งานวิจัย การสร้างประสบการณ์นอกห้องเรียนจากการทัศนศึกษา รายวิชาสำนักงาน
อิเล็กทรอนิกส์

แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2557

งานวิจัย การใช้สื่อวีดิทัศน์ออนไลน์เสริมความเข้าใจคำศัพท์เฉพาะด้านระบบเครือข่าย
รายวิชาการสื่อสารข้อมูลทางธุรกิจและการจัดการเครือข่ายคอมพิวเตอร์

แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2556

งานวิจัย การพัฒนาความสามารถด้านการจัดการเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม
แบบจำลองสถานการณ์เครือข่ายรายวิชาการสื่อสารข้อมูลทางธุรกิจและการ
จัดการเครือข่ายคอมพิวเตอร์

แหล่งทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2555

| | |
|------------|--|
| งานวิจัย | การพัฒนาความสามารถในการวิเคราะห์ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจโดย วิธีการจัดการเรียนรู้ด้วยโครงการ |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2554 |
| งานวิจัย | การพัฒนาทักษะ เรื่อง การคำนวณหาซบเน็ต โดยการฝึกทักษะปฏิบัติ วิชา ระบบเครือข่ายและการสื่อสารข้อมูลธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2553 |
| งานวิจัย | ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยการ กระทำเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 กับพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์และ ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| แหล่งทุน | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| ปีที่พิมพ์ | พ.ศ. 2553 |

ผลงานอื่น ๆ ได้แก่ บทความ

สุภารัตน์ คุ่มบำรุง. (2559). การใช้วีดิทัศน์ออนไลน์เสริมความเข้าใจคำศัพท์เฉพาะด้านระบบเครือข่าย
รายวิชาการสื่อสารข้อมูลทางธุรกิจและการจัดการเครือข่ายคอมพิวเตอร์. ใน สถาบันวิจัยและ
พัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. การประชุมวิชาการระดับชาติ. “การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้:
การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21”. (หน้า 44-45). กรุงเทพมหานคร: พรักหวานกราฟฟิค.