



วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดย
ผ่านเว็บไซต์

Comparative Analysis on Tourist Consumer Behavior
in Using Websites

อนุวัฒน์ อัสวเอื้อบุญญา
Anuwat Audsawaauebunya

โครงการวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์



Master of Science Project in Management of Information Technology
Walailak University

2550

ชื่อโครงการ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์
ผู้เขียน อนุวัฒน์ อัครเอื้อบุญญา
สาขาวิชา การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะกรรมการที่ปรึกษา


คณะกรรมการสอบ

 ประธานกรรมการ  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พูลพงษ์ บุญพราหมณ์) (รองศาสตราจารย์ ดร.พูลพงษ์ บุญพราหมณ์)

 กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ กิจกาญจนารัตน์)

 กรรมการ
(อาจารย์ นพปฎล คงสมบัติ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อนุมัติให้นำโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ


(รองศาสตราจารย์ ดร.พูลพงษ์ บุญพราหมณ์)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตร

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงการ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยความช่วยเหลือต่าง ๆ ทั้งคำแนะนำ คำปรึกษาของ รองศาสตราจารย์ ดร. พูลพงษ์ บุญพราหมณ์และคณะกรรมการที่ปรึกษาโครงการ ผู้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ในการดำเนินการจัดทำโครงการ อย่างดียิ่งมาโดยตลอด ผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คุณ ศราวุธ วิฑยะโสภณ ที่ให้คำปรึกษา และแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องการพัฒนาโปรแกรม

ขอขอบพระคุณ ครูอาจารย์และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ทุกคน ที่คอยติดตามและเป็นกำลังใจให้มาตลอด

ขอขอบพระคุณ เพื่อน ๆ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนที่ตอบ แบบสอบถาม และให้ข้อมูลในการจองตัวร์ และที่พัก ตลอดจนให้คำชี้แนะ ให้คำปรึกษาและเป็นกำลังใจ

ขอขอบพระคุณ ผู้บริหารบริษัท หลักทรัพย์ โกลเบล็ก จำกัด ที่มีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาระบบขึ้นมา

และสุดท้ายต้องขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลในครอบครัว ที่เคารพรัก ที่เลี้ยงดูเอาใจใส่ ดูแล และอบรมให้ประพฤติในสิ่งที่ดีและถูกต้อง ตลอดจนส่งเสริมในด้านการศึกษาอย่างเต็มที่ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

อนุวัฒน์ อัสวเอื้อบุญญา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(1)
Abstract.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพ.....	(8)

บทที่

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 สมมติฐานการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.6 ขั้นตอนการพัฒนาระบบ.....	8
1.7 อุปกรณ์ที่ใช้ในการพัฒนางาน.....	10
1.8 นิยามศัพท์.....	12

2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของงานที่ใกล้เคียง.....	14
2.2 ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในโครงการนี้.....	21
2.3 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาระบบ.....	37

3. การวิเคราะห์ระบบ

3.1 ลักษณะองค์กร.....	51
3.2 เทคนิคการรวบรวมข้อมูลในการทำโครงการนี้.....	52
3.3 กระบวนการทำงานของระบบปัจจุบัน.....	54
3.4 ความต้องการของโครงการในการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล.....	55
3.5 โครงสร้างของการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับ	

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์.....	56
4. การออกแบบระบบ	
4.1 System Specification.....	59
4.2 กลุ่มผู้ใช้งาน.....	60
4.3 กระบวนการทำงานของระบบใหม่ (Flow Diagram).....	60
4.4 โครงสร้างของระบบ.....	62
4.5 แบบจำลองการทำงานของระบบ.....	70
4.6 การออกแบบส่วนที่ใช้ในการจัดการข้อมูล.....	76
4.7 สรุปการออกแบบฐานข้อมูล.....	83
4.8 การออกแบบหน้าจอ.....	84
4.9 การออกแบบหน้าจอแบบสอบถาม.....	88
5. การพัฒนา การติดตั้งระบบ และทดสอบระบบ	
5.1 การพัฒนาระบบ.....	98
5.2 ผลการติดตั้ง.....	101
5.3 ผลการทดสอบระบบ.....	105
6. วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และข้อเสนอแนะ	
6.1 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว โดยผ่านเว็บไซต์.....	107
6.2 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว โดยผ่านเว็บไซต์ สำหรับการเป็นแนวทางในการจัดโปรโมชั่น.....	192
6.3 สรุปผล.....	199
6.4 ข้อเสนอแนะ.....	200
บรรณานุกรม.....	201
ภาคผนวก ก คู่มือการใช้โปรแกรมสำหรับผู้บริหาร.....	203
ภาคผนวก ข คู่มือการใช้โปรแกรมรายงานแบบสอบถาม.....	211
ภาคผนวก ค คู่มือการใช้โปรแกรมสำหรับผู้ดูแลระบบ.....	215

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ง. รายละเอียดโปรแกรม.....	218
ประวัติผู้เขียน.....	227

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานและระยะเวลาในการพัฒนาระบบ.....	9
4.1 แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเว็บไซต์.....	77
5.1 ชื่อไฟล์และหน้าที่ของไฟล์.....	99
5.2 ผลการทดสอบระบบวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	105
5.3 ผลการทดสอบระบบจัดเก็บแบบสอบถาม.....	105
6.1 สรุปข้อมูลสูงสุดของแต่ละภาค.....	193

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตัวอย่างสถิติภาพรวมประจำเดือน มกราคม 2551.....	5
1.2 ตัวอย่างสถิติการใช้งานตามหมวดหลักของเว็บ.....	5
1.3 ตัวอย่างสถิติการใช้เว็บเบราว์เซอร์ต่างๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ.....	6
1.4 ตัวอย่างสถิติของระดับความระเอียดหน้าจอ ในการดูหน้าเว็บเพจ.....	6
1.5 ตัวอย่างสถิติของ Search engine	7
1.6 ตัวอย่างสถิติการใช้ระบบปฏิบัติการต่างๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ.....	7
1.7 ตัวอย่างสถิติจำนวนประชากรในประเทศไทยที่ใช้งาน Internet	8
2.1 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.com/analytics	14
2.2 หน้าแรกของเว็บไซต์ Truehits.net	15
2.3 หน้าแรกของเว็บไซต์ adlogger.org	16
2.4 แสดงสถิติของ Browser โดยรวม.....	17
2.5 หน้าแรกของเว็บไซต์ extremetracking.com	17
2.6 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.opentracker.net	18
2.7 หน้าเว็บไซต์แบบสอบถาม Online ของ www.TourThai.com	19
2.8 หน้าเว็บไซต์แบบสอบถาม Online ของ www.lawamendment.go.th	20
2.9 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.godaddy.com	34
2.10 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.com/adwords/	35
2.11 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.com/adsense/	36
2.12 หน้าแรกของเว็บไซต์ adcenter.microsoft.com	36
2.13 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.cj.com	37
2.14 แสดงรายละเอียดบางส่วนของสินค้า www.cj.com	38
2.15 แสดงลักษณะข้อมูลต่าง ๆ ของ PHPINFO จากเว็บไซต์ 001GB.com	39
2.16 แสดงการส่งค่าการเก็บพฤติกรรมจาก Java Scrip.....	41
2.17 หน้าแรกเว็บไซต์ www.no-ip.com	46
2.18 การส่งข้อความ SMS สำหรับ PHP ด้วย OZEKI (http://www.ozeki.hu).....	48
2.19 การกำหนดเงื่อนไขในการส่ง SMS จาก www.hotmail.com	49

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.20 ตัวอย่างแผนภูมิ Chart Director.....	49
3.1 ภาพหน้าแรกของเว็บไซต์ www.angeltourthailand.com.....	50
3.2 แผนผังโครงสร้างเว็บไซต์ www.angeltourthailand.com.....	51
3.3 แผนผังองค์กร.....	51
3.4 ขั้นตอนการใช้งานเว็บไซต์แบบเดิม.....	54
3.5 โครงสร้างของการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	58
4.1 กระบวนการทำงานของระบบเว็บไซต์ใหม่.....	61
4.2 โครงสร้างของระบบ.....	62
4.3 แสดงขั้นตอนในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	64
4.4 การกำหนดเงื่อนไขในการส่ง SMS ของ Hotmail.com.....	66
4.5 โครงสร้างการใช้อีเมลล์ และ SMS.....	67
4.6 โครงสร้างระบบส่งแบบสอบถาม.....	68
4.7 โครงสร้างระบบการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม.....	69
4.8 โครงสร้างการรายงาน.....	70
4.9 แสดง Context Diagram ของระบบวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรม ผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์.....	71
4.10 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 0.....	72
4.11 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 1 และ 2.....	74
4.12 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 1 ส่วนของแบบสอบถาม.....	75
4.13 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 1 ส่วนของข้อมูล SMS.....	75
4.14 แสดงสัญลักษณ์ความสัมพันธ์ของข้อมูลภายในระบบ.....	76
4.15 แสดง ER-Diagram.....	76
4.16 ข้อมูลหัวข้อแบบสอบถามฐานข้อมูลที่ 9 (questionnaire_detail).....	83
4.17 ข้อมูลในคำตอบแบบสอบถามฐานข้อมูลที่ 10 (questionnaire_data).....	84
4.18 แสดงส่วนประกอบของหน้าจอที่ใช้ติดต่อกับผู้ใช้งาน.....	84

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.19 หน้าจอการ Login.....	85
4.20 แสดงรายละเอียดของการ Login.....	86
4.21 หน้าจอรายงานผลสรุปสถิติรายปี.....	87
5.1 แสดงการส่งค่าการเก็บพฤติกรรมจาก Java Scrip.....	98
5.2 NOD32 Antivirus System.....	101
5.3 Kerio WinRoute Firewall 6.....	102
5.4 การแสดงการ Configuration Kerio WinRoute Firewall ให้ Remote.....	102
5.5 Unzip ไฟล์ที่ดาวโหลด.....	103
5.6 เปิดไฟล์ php.ini.....	104
5.7 ระบบการส่ง Mail ประชาสัมพันธ์.....	106
6.1 แสดงสถิติทั้งหมดโดยรวม.....	108
6.2 แสดง IP3 (203.144.225.157) ประกอบไปด้วย IP1.....	112
6.3 แสดงจำนวน IP3 10 ลำดับแรก.....	113
6.4 แสดงข้อมูลจาก IP Address 203.144.225.157.....	114
6.5 แสดงข้อมูลจาก IP Address 203.154.151.72.....	115
6.6 แสดงการตรวจสอบ IP1 จาก IP Address 203.154.151.72.....	116
6.7 แสดง User code ที่ได้ส่งให้ IP Address 203.154.151.72.....	116
6.8 แสดงช่วงเวลาของชั่วโมงที่เข้าใช้งาน.....	117
6.9 แสดง Browser Version ที่ใช้ของ IP 203.154.151.72.....	117
6.10 แสดงข้อมูลจาก IP Address 124.121.123.139.....	118
6.11 แสดงข้อมูลจาก IP Address 58.11.32.42.....	119
6.12 แสดงข้อมูลจาก IP Address 202.139.223.18.....	119
6.13 แสดงข้อมูลจาก IP Address 203.144.187.18.....	120
6.14 แสดงข้อมูลจาก IP Address 58.11.32.60.....	120
6.15 แสดงรายชื่อประเทศที่เข้าใช้งานเว็บไซต์.....	122

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
6.16 แสดงจำนวนหน้าเว็บเพจของโปรแกรมทัวร์ที่มีการเปิดดู.....	123
6.17 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=29.....	123
6.18 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=29.....	124
6.19 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=28.....	125
6.20 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=28.....	125
6.21 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=30.....	126
6.22 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=30.....	126
6.23 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=22.....	127
6.24 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=22.....	127
6.25 แสดงข้อมูลหน้าเว็บเพจที่เปิดในแต่ละภูมิภาค.....	128
6.26 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=1 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	128
6.27 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=1.....	129
6.28 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=2 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	130
6.29 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=2.....	130
6.30 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=5 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	131
6.31 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=5.....	131
6.32 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=4 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	132
6.33 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=4.....	132
6.34 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=3 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	133
6.35 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=3.....	134
6.36 แสดงหน้าเว็บเพจในแต่ละจังหวัด.....	134
6.37 หน้าเว็บเพจ province.php?province=chonburi ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	135
6.38 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?province=chonburi.....	135
6.39 หน้าเว็บเพจ province.php?province=chiangmai ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	136
6.40 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?province=chiangmai.....	136
6.41 หน้าเว็บเพจ province.php?province=krabi ที่เปิดจากแต่ละประเทศ.....	137

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
6.42 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?province= krabi	138
6.43 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ Thailand เปิดดู.....	139
6.44 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ Thailand.....	140
6.45 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ Japan เปิดดู.....	141
6.46 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ Japan	142
6.47 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ United States เปิดดู.....	142
6.48 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ United States	142
6.49 แสดงข้อมูลสถิติที่ทำการกรอกแบบสอบถาม.....	144
6.50 แสดงข้อมูลสถิติสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้กรอกแบบสอบถาม.....	145
6.51 แสดงข้อมูลสถิติไทยกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ ไทยผ่านทางเว็บไซต์.....	145
6.52 แสดงข้อมูลสถิติไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	147
6.53 แสดงจำนวนระหว่างชายกับหญิงที่ตอบแบบสอบถาม.....	149
6.54 แสดงสถานที่ใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	149
6.55 ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	149
6.56 แสดงจุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว.....	150
6.57 แสดงการเข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว.....	150
6.58 แสดงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	151
6.59 แสดงช่วงเวลาการท่องเที่ยว.....	151
6.60 แสดงการเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีต่าง ๆ.....	152
6.61 แสดงสถานที่พักค้างคืน.....	152
6.62 แสดงภาคที่ไปท่องเที่ยว.....	153
6.63 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปบ่อยมาก.....	153
6.64 แสดงการจองทัวร์และที่พัก.....	154
6.65 แสดงค่าใช้จ่ายที่ใช้.....	154

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
6.66 สรุปอายุผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ลำดับแรก.....	155
6.67 แสดงข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	156
6.68 สถานที่ใช้งาน และระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	158
6.69 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	159
6.70 แสดงข้อมูลระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์.....	160
6.71 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	160
6.72 แสดงอาชีพกับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง.....	161
6.73 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	163
6.74 แสดงรายได้กับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง.....	166
6.75 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องที่แตกต่าง.....	167
6.76 สัญชาติ กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	169
6.77 เพศกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	170
6.78 ระดับการศึกษากับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	170
6.79 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	171
6.80 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	172
6.81 สัญชาติกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว.....	172
6.82 เพศกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว.....	173
6.83 ระดับการศึกษากับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว.....	174
6.84 อาชีพกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว.....	175
6.85 รายได้กับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว.....	176
6.86 สัญชาติกับการเดินทางท่องเที่ยว.....	177
6.87 เพศกับการเดินทางท่องเที่ยว.....	178
6.88 ระดับการศึกษากับการเดินทางท่องเที่ยว.....	178
6.89 อาชีพกับการเดินทางท่องเที่ยว.....	180
6.90 รายได้กับการเดินทางท่องเที่ยว.....	181

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
6.91 สัญชาติกับสถานที่พักค้างคืน.....	182
6.92 เพศกับสถานที่พักค้างคืน.....	183
6.93 การศึกษากับสถานที่พักค้างคืน.....	183
6.94 อาชีพกับสถานที่พักค้างคืน.....	184
6.95 รายได้กับสถานที่พักค้างคืน.....	185
6.96 สัญชาติกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค.....	186
6.97 เพศกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค.....	186
6.98 การศึกษากับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค.....	187
6.99 อาชีพกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค.....	188
6.100 รายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค.....	189
6.101 สัญชาติกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด.....	190
6.102 เพศกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด.....	191
6.103 สัญชาติกับการจองทัวร์และที่พักผ่านทางใด.....	191
6.104 เพศกับการจองทัวร์และที่พักผ่านทางใด.....	192
6.105 แสดงข้อมูลการใช้งานในแต่ละวันของเดือนพฤศจิกายน.....	194
6.106 แสดงข้อมูลการใช้งานในแต่ละชั่วโมงของเดือนพฤศจิกายน.....	195
6.107 แสดงหน้าการโฆษณาผ่าน Search Engine Google Adwords.....	196
6.108 แสดงหน้าของการใส่ Key Words ของ Google Adwords.....	197
6.109 กำหนดราคาต่อคลิกในการโฆษณา.....	198
6.110 ส่วนของการประชาสัมพันธ์ผ่าน Thailand Web Directory	198
6.111 จำนวนคำค้นที่มีการค้นจาก Search Engine.....	199

ชื่อโครงการ	วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์
ผู้เขียน	อนุวัฒน์ อิศวเอื้อบุญญา
สาขาวิชา	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของประชากรในอินเทอร์เน็ตที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจต่างกัน และการเข้าใช้งานที่ต่างกัน ผลจากการจัดเก็บพฤติกรรมผู้บริโภคในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว www.taksintravel.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าสถิติพื้นฐานในรูปแบบค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ จากสมมติฐานการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลในส่วนของการใช้งานเว็บไซต์ การค้นหาข้อมูลจากการทำโฆษณาของ Search Engine

ผลของการวิเคราะห์ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเข้าเปิดเว็บไซต์ และกลุ่มประเทศที่เข้าใช้งาน เมื่อได้ข้อมูลมาวิเคราะห์แล้วสามารถปรับเปลี่ยนกลุ่มประเทศที่เข้าใช้งานรวมทั้งช่วงเวลาในการเข้าใช้งานได้จากการโฆษณาจาก Search Engine เพื่อให้เหมาะกับ Travel Affiliate Program

นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมของแบบสอบถามออนไลน์ที่ให้ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามจากการเข้าใช้งานเว็บไซต์โดยตรง โดยผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านอีเมล

ซึ่งผลที่ได้ทำให้ทราบถึงการประชาสัมพันธ์ทางอีเมลว่ามีผลต่อการเข้าใช้งานเว็บไซต์ค่อนข้างมาก โดยผลสรุปทำให้ทราบถึงกลุ่มผู้บริโภคในการท่องเที่ยวรวมถึงทำให้เลือกแพ็คเกจทัวร์ที่จะขายให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

คำเฉพาะ: เปรียบเทียบพฤติกรรมของประชากรในอินเทอร์เน็ต, วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา, พฤติกรรมในการเข้าเปิดเว็บไซต์, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, แบบสอบถามออนไลน์, ประชาสัมพันธ์ผ่านอีเมล, ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล

Project Title	Comparative Analysis on Tourist Consumer Behavior in using Websites.
Author	Anuwat Audsawaauebunya
Major Program	Management of Information Technology
Academic	2007

Abstract

The purpose of this study is to compare the behavior of internet users with diverse backgrounds and financial statuses in using website relating to tourist business. The specifically, one set of data was collected from www.taksintravel.com, the website that provides information for domestic travel. The descriptive analysis was then performed from the information access from the website and data searched through the advertisement in another Search-Engine to provide a comparison result based on a basic statistic, i.e. a percentage.

From these analyses, the behavior of visitor to the website along with their country can be understood.

Moreover, another set of data from online questionnaire, was proposed through e-mail, also analyzed.

The results show that advertising via email affects the website access and we can apply this information to offer the package tour much more properly such that it can target directly on the potential customer.

Keyword: Compare the Behavior of Internet Users, Descriptive Analysis, Behavior Of Visitor to the Website, Behavior of Travel, Online Questionnaire, Advertising via Email, Advertising via Search Engine

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างมาก เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ประกอบไปด้วย ภูเขา แม่น้ำ ทะเล โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ที่จะสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ ดังนั้นด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนากลยุทธ์อยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านราคา และการบริการต่าง ๆ โดยการให้บริการทางเว็บไซต์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับคามนิยมสูงมากขึ้นในทุก ๆ ปี

จากปัจจัยทางด้านการแข่งขันในภาคธุรกิจ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ดังนั้นจึงต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยสามารถนำรายละเอียดพฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้า มาเก็บเพื่อการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า เช่น กรณีที่ทางผู้ประกอบการจัดโปรโมชั่นพิเศษ โดยผู้ประกอบการสามารถจัดส่งรายละเอียดโปรโมชั่นไปให้ผู้บริโภคได้ หรือเป็นการสังเกตพฤติกรรมในการเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ของผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมในการคลิกหน้าเพจเพื่อไปหาข้อมูลในส่วนใด จากนั้นก็ทำการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เพื่อทำโปรโมชั่นในการนำเสนอต่อลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคในการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปเป็นแนวทางในการกำหนดโปรโมชั่นการท่องเที่ยวและจัดทำโปรแกรมทัวร์ที่พิกให้เหมาะสมจาก Affiliate Program Travel
- 1.2.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมของประชากรในอินเทอร์เน็ตที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจต่างกันจากแบบสอบถาม

- 1.2.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์
- 1.2.4 เพื่อเกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อระหว่างลูกค้าบนอินเทอร์เน็ต และผู้ให้บริการบนอินเทอร์เน็ต
- 1.2.5 เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการกระจายข่าวสารต่าง ๆ สู่มูลนิธิผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ทำให้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภคในการเข้ามาใช้งานเว็บไซต์เพื่อนำไปจัดทำโปรโมชั่นให้กับผู้บริโภค โดยกลุ่มผู้ใช้งานได้แก่ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ต้องการรับทราบข้อมูลนี้

ภายในเว็บไซต์จะประกอบไปด้วย

ก. แบบสอบถามใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ ระบบจะทำการตรวจสอบการกรอกข้อมูลก่อนทำการจัดเก็บเข้าระบบ ประกอบด้วยตัวแปรต้น และตัวแปรตาม

ข. รายงานการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ จากการกรอกแบบสอบถาม ในรูปแบบร้อยละ

ค. ระบบจัดเก็บพฤติกรรมผู้บริโภคในการเข้ามาใช้งานเว็บไซต์ โดยจัดเก็บต้นทางที่เข้ามาใช้หน้าเว็บเพจที่ทำการเปิดดูหมายเลขเครื่องที่เข้ามา (IP Address) โดยจัดเก็บ IP1 เป็น HTTP_X_FORWARDED_FOR ต่อด้วย IP2 เป็น HTTP_CLIENT_IP และ IP3 = REMOTE_ADDR จัดเก็บวันเดือนปีที่ เวลาที่เข้าใช้ ประเทศที่เข้าใช้งาน

ง. รายงานการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการเข้าใช้งานเว็บไซต์จากข้อมูลที่จัดเก็บมาจากข้อ ค. โดยรายงานในรูปแบบร้อยละ และกราฟในการเข้าใช้งานเว็บไซต์

จ. เพิ่มช่องทางในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการโดยรับผลการจองจากเว็บไซต์แล้วทำการแจ้งผลการจองผ่านทาง SMS และ Email

ฉ. เพิ่มช่องทางในการกระจายข่าวสารจากผู้ให้บริการสู่มูลนิธิผู้บริโภคโดยแจ้งผ่านทาง Email Address

1.4 สมมติฐานการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล

1.4.1 ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มาจากแต่ละเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดหน้าเว็บเพจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.2 ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มาจากแต่ละประเทศจะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดหน้าเว็บเพจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และวันเวลาที่แตกต่างกัน

1.4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มีสัญชาติแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่เป็นเพศชายและหญิงจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทั้งการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงระยะเวลาการใช้งาน ข้อมูลบริการที่ค้นหา สถานที่เที่ยวที่พัก การเดินทาง กิจกรรมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายย่อมแตกต่างกัน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาโครงการนี้ มีดังนี้

1.5.1 ทำให้ผู้จัดทำโครงการมีประสบการณ์การแก้ปัญหาด้านสารสนเทศโดยนำความรู้ความเข้าใจที่ได้จากการเรียนวิชาต่าง ๆ มาสังเคราะห์ขึ้นเป็นคำตอบ และนอกจากนั้นยังได้รับความรู้ด้านระบบการทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.5.2 เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับระบบงานอื่น ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอนาคต

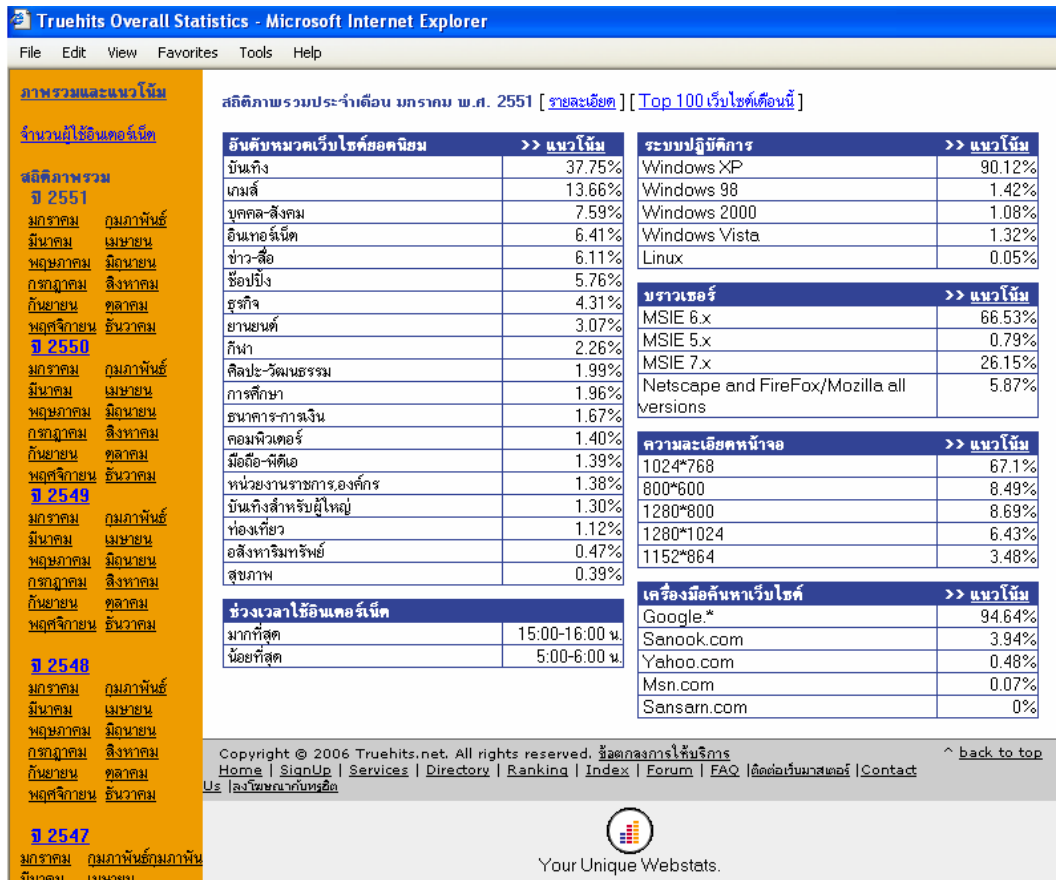
1.5.3 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผ่านเว็บไซต์ www.taksintravel.com ว่ามีความต้องการที่จะไปใช้บริการที่ไหนบ้าง

1.5.4 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทางด้านข้อมูลการท่องเที่ยว

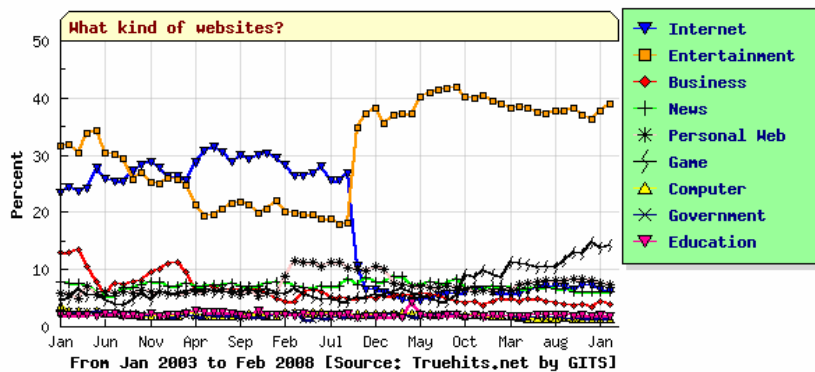
1.5.5 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวบนเว็บไซต์

1.5.6 ทราบถึงพฤติกรรมผู้ใช้เว็บไซต์ท่องเที่ยว

ตัวอย่างเครื่องมือในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ดังตัวอย่างการเก็บข้อมูลของ <http://www.truehits.net> ที่มีการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ดังภาพที่ 1.1 ตัวอย่างสถิติภาพรวมประจำเดือน มกราคม 2551 โดยมีรายละเอียดภาพรวมของข้อมูลที่เก็บมา ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างสถิติการใช้งานตามหมวดหลักของเว็บไซต์ที่ได้มีการใช้บริการในการเก็บข้อมูลโดยข้อมูลจะแสดงในลักษณะกราฟ และข้อมูลแสดงในลักษณะร้อยละ ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างสถิติการใช้เว็บเบราว์เซอร์ต่าง ๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ จากสถิติดังกล่าวจะทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมักมีการใช้งาน IE 6.X เป็นจำนวนมากดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์ควรจะออกแบบให้ใช้งานกับ IE 6.X เป็นหลัก ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างสถิติของระดับความละเอียดหน้าจอ ในการดูหน้าเว็บเพจ จากข้อมูลในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความละเอียดหน้าจอทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้งานหน้าจอที่ความละเอียด 1024X768 จึงสามารถนำมาประกอบการพิจารณาในการออกแบบหน้าจอเว็บเพจ ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างสถิติของ Search Engine จากการเปรียบเทียบข้อมูลสถิติของการใช้บริการ Search engine ทำให้ทราบถึงความต้องการในการใช้บริการ Search engine ของ Google เป็นอันดับแรก ตามด้วย Yahoo และ MSN ตามลำดับจะสามารถทำการพิจารณาในการใช้บริการโฆษณากับผู้ให้บริการ Search Engine ได้ ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างสถิติการใช้ระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ โดย Windows XP ยังเป็นที่นิยม



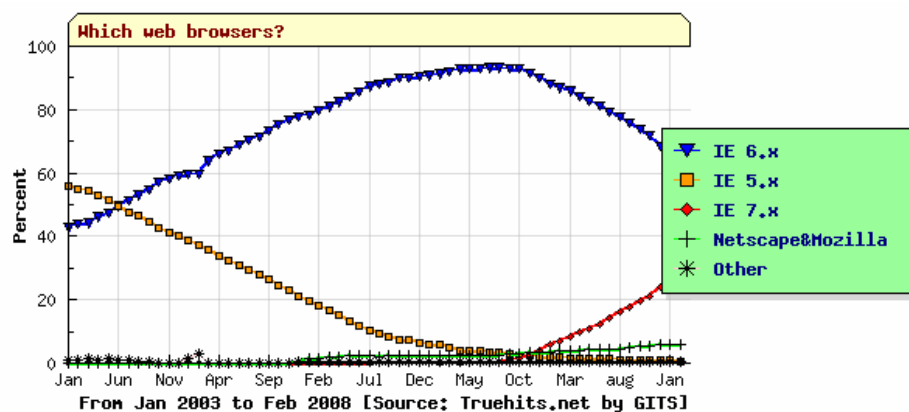
ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างสถิติภาพรวมประจำเดือน มกราคม 2551



กราฟแสดงสถิติการใช้งานตามหมวดหลักของเว็บ

Year-Month	อินเทอร์เน็ต	บันเทิง	ธุรกิจ	ข่าว	บุคคล-สังคม	เกมส์	คอมพิวเตอร์	หน่วยงานราชการ	การศึกษา
2003-01	23.5%	31.69%	13.01%	7.87%	5.96%	4.52%	3.61%	2.54%	2.03%
2003-02	24.32%	31.92%	12.89%	7.68%	5.61%	4.99%	2.72%	2.66%	2.07%
2003-03	23.74%	30.33%	13.45%	7.57%	4.99%	6.54%	2.72%	2.66%	2.07%
2003-04	24.16%	33.71%	10.57%	7.06%	7.02%	5.44%	2.61%	2.63%	2.08%
2003-05	27.72%	34.25%	7.92%	6.08%	5.62%	5.53%	2.72%	2.69%	1.82%

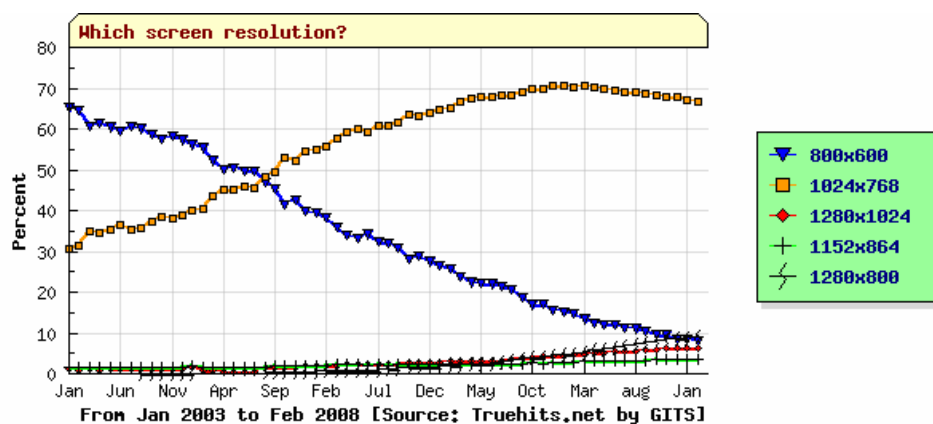
ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างสถิติการใช้งานตามหมวดหลักของเว็บ



กราฟแสดงสถิติการใช้เว็บเบราว์เซอร์ต่างๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ

Year-Month	IE 6.x	IE 5.x	IE 7.x	Netscape & Mozilla all versions	All other browsers
2003-01	42.63%	56.01%	0%	0.22%	1.14%
2003-02	43.9%	54.8%	0%	0.2%	1.10%
2003-03	44.15%	54.22%	0%	0.19%	1.44%
2003-04	46.09%	52.77%	0%	0.19%	0.95%
2003-05	47.12%	51.41%	0%	0.2%	1.27%

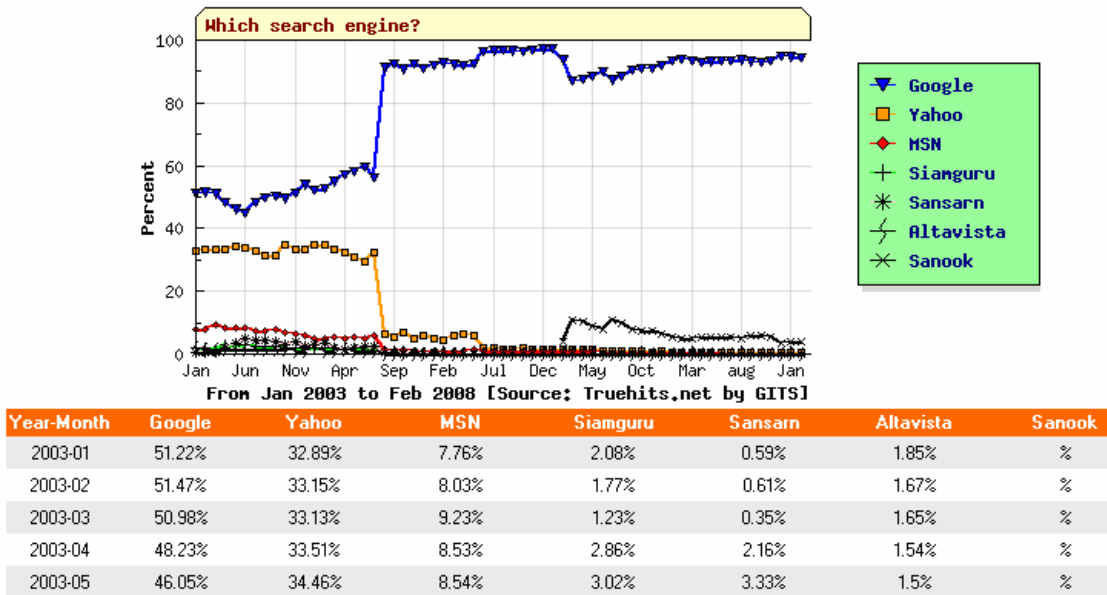
ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างสถิติการใช้เว็บเบราว์เซอร์ต่างๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ



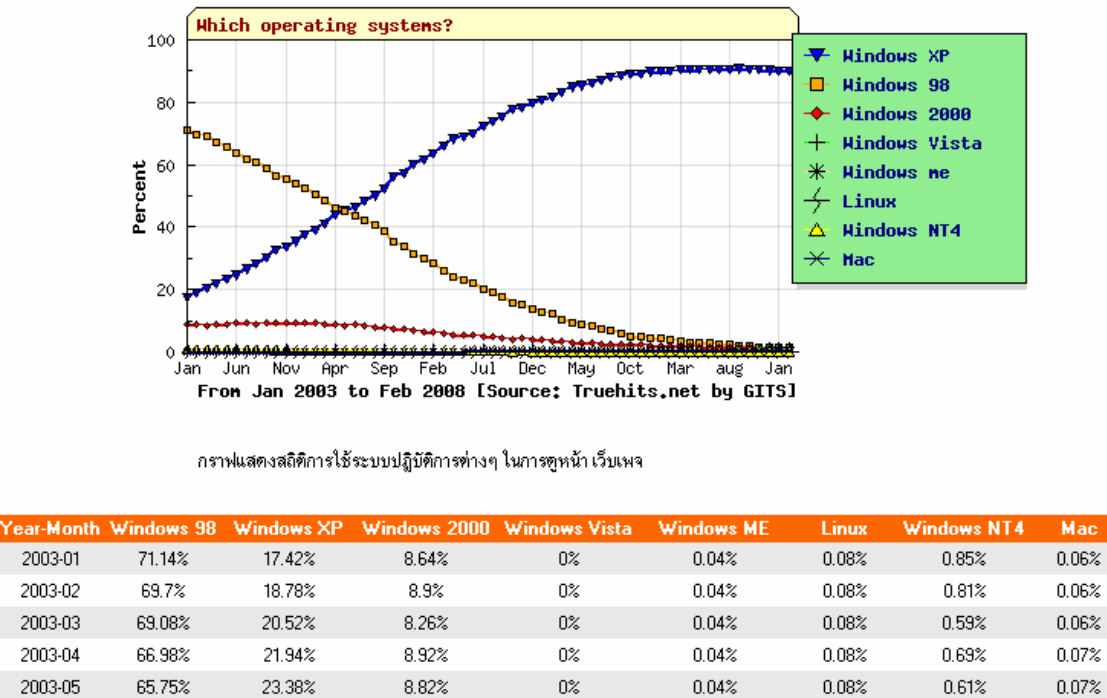
กราฟแสดงสถิติของระดับความละเอียดหน้าจอ ในการดูหน้าเว็บเพจ

Year-Month	800x600	1024x768	1280x1024	1152x864	1280x800
2003-01	65.14%	30.59%	1.02%	1.4%	%
2003-02	64.53%	31.35%	0.96%	1.43%	%
2003-03	60.6%	34.99%	1.06%	1.65%	%
2003-04	61.37%	34.49%	0.94%	1.62%	%
2003-05	60.42%	35.23%	1.11%	1.54%	%

ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างสถิติของระดับความละเอียดหน้าจอ ในการดูหน้าเว็บเพจ



ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างสถิติของ Search Engine



กราฟแสดงสถิติการใช้ระบบปฏิบัติการต่างๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ

ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างสถิติการใช้ระบบปฏิบัติการต่างๆ ในการดูหน้าเว็บเพจ


Internet Users and Statistics in Thailand - Microsoft Internet Explorer

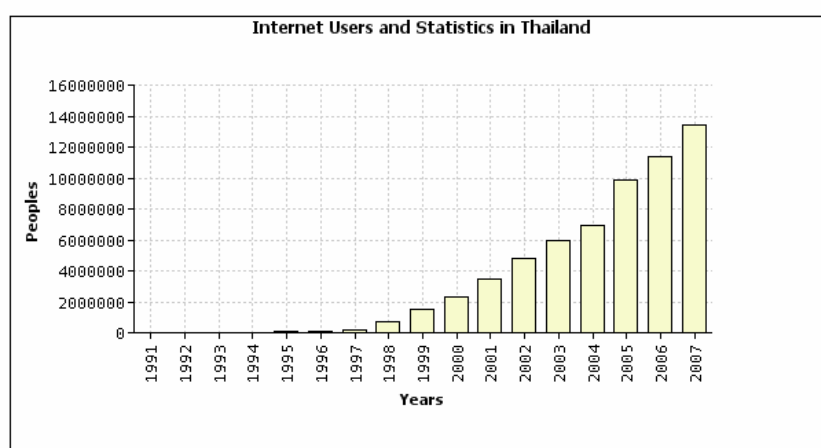
File Edit View Favorites Tools Help

เว็บไซต์ต้นกำเนิด NECTEC | NTL | เครื่องมืออินเทอร์เน็ต | มาตรฐานเครือข่าย | Internet Traffic | NTL Wiki | NTL Intranet

NECTEC a member of NSTDA **NTL** Network Technology Lab **งานวิจัยข้อมูลและสถิติเครือข่ายอินเทอร์เน็ต**
Internet Information Research

Home Bandwidth Internet Map Domain .TH **Internet Users** Contact

 **Internet User**
Thailand Internet User Statistics



ภาพที่ 1.7 ตัวอย่างสถิติจำนวนประชากรในประเทศไทยที่ใช้งาน Internet

ภาพที่ 1.7 ตัวอย่างสถิติจำนวนประชากรในประเทศไทยที่ใช้งาน Internet มีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปีตั้งนั้นในการทำธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตยังน่าทำ เพราะมีการเติบโตขึ้นทุกปี
ข้อมูลจาก <http://202.44.204.43/webstats/internetuser.php?Sec=internetuser>

1.6 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่ กรกฎาคม 2547 ถึง ตุลาคม 2550 จำนวน 39 เดือน

การพัฒนาระบบ มีขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน ดังตาราง 1.1

1.6.1 ศึกษากระบวนการปัจจุบันที่มีอยู่ของระบบ www.angeltourthailand.com ศึกษาเว็บไซต์ที่มีการจัดเก็บพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้งานเว็บไซต์, ศึกษาตัวอย่างแบบสอบถามที่มีผู้วิจัยเคยทำไว้เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างในการเก็บข้อมูล, รวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดเพื่อนำมาใช้งานในการเก็บพฤติกรรมการใช้งาน

งานในแต่ละหน้า, ค้นหาระบบบริการ SMS สำหรับรองรับการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวในการส่ง SMS, จัดหาอีเมลล์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร่วมสำหรับการส่งแบบสอบถาม

1.6.2 ออกแบบระบบให้สอดคล้องกับความต้องการของระบบ และต่ออายุ Domain

1.6.3 พัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านเว็บไซต์โดยการปรับปรุงจากเว็บไซต์ www.angeltourthailand.com และใช้ข้อมูลท่องเที่ยวบางส่วนผ่านทางเว็บไซต์ในการจองแพ็คเกจทัวร์ ข้อมูลแพ็คเกจทัวร์จาก www.cj.com Commission Junction เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวม Affiliate Programs ต่าง ๆ พัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคโดยการค้นหาจากฟรีโปรแกรมที่มีอยู่แล้วนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับการเก็บข้อมูล พัฒนาแบบสอบถามบนเว็บไซต์ ในการรองรับการตอบสนองอีเมลล์ของประชาชนบนอินเทอร์เน็ตในการตอบแบบสอบถาม

1.6.4 ทดสอบการใช้งานระบบ

1.6.5 แก้ไข ปรับปรุงโปรแกรม

1.6.6 จัดทำเอกสารโครงการ และเอกสารแนะนำการใช้ระบบงาน

1.6.7 เก็บข้อมูลการเข้าใช้งานเว็บไซต์ และแบบสอบถาม วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลจากการเข้ามาในเว็บไซต์แต่ละหน้าเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแต่ละหน้าเพจ วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลจากแบบสอบถาม

1.6.8 ค้นคว้าข้อมูลการโปรโมทเว็บไซต์ และการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์

ตารางที่ 1.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานและระยะเวลาในการพัฒนาระบบ

ขั้นตอน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน												
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.
	47	47	47	47	47	47	48	48	48	48	48	48	48
1	████████████████████												
2			████████████████████										
3		████████████████████											
4			████████████████████										
5										████████████████████			
6										████████████████████			

ตารางที่ 1.1 (ต่อ) แสดงขั้นตอนการดำเนินงานและระยะเวลาในการพัฒนาระบบ

ขั้นตอน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน												
	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
	48	48	48	48	48	49	49	49	49	49	49	49	49
5													
7													
8													
ขั้นตอน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน												
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
	49	49	49	49	50	50	50	50	50	50	50	50	50
5													
6													
7													
8													

1.7 อุปกรณ์ และข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนางาน

- 1.7.1 Hardware สำหรับการติดตั้งโปรแกรมในการพัฒนา จะมีคุณสมบัติดังนี้
- ก. CPU Pentium ความเร็วอย่างน้อย 200 MHz
 - ข. พื้นที่ว่างในฮาร์ดดิสก์ประมาณ 900 MB
 - ค. Printer Laser หรือ Dot Matrix
 - ง. UPS สำรองไฟสำหรับเครื่องพัฒนาระบบ
 - จ. สาย Data Link ระหว่างโทรศัพท์มือถือ NOKIA 7250 ไว้สำหรับต่อระหว่าง

Web Server กับโทรศัพท์มือถือสำหรับส่ง SMS

- 1.7.2 ระบบปฏิบัติการ Windows XP
- 1.7.3 MySQL database server versions 4.1
- 1.7.4 อินเทอร์เน็ต ADSL พร้อม Router Modem

- 1.7.5 โปรแกรม Chart Director ใช้ในการสร้างกราฟ
- 1.7.6 โปรแกรม Edit Plus 2.31 ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม
- 1.7.7 โปรแกรม NO-IP ใช้สำหรับ Server ที่ต้องต่อกับ ADSL เพื่อใช้ในการทำเป็น Web Server โดยที่ไม่สนใจ IP Address ที่เปลี่ยนไปโดยจะอ้างอิงกับชื่อที่อยู่ของเว็บไซต์เป็นหลัก รายละเอียด www.no-ip.com,
- 1.7.8 โปรแกรม FTP เพื่ออัปโหลดไฟล์ไปยังเว็บไซต์ CuteFTP Professional
- 1.7.9 โปรแกรม Kerio WinRoute Firewall ใช้สำหรับติดตั้งที่ PC Server เพื่อป้องกันการโจมตีระบบและเป็นการกำหนดสิทธิ์ต่าง ๆ ในการใช้งาน Web Server
- 1.7.10 โปรแกรม Adobe Photoshop 7 ใช้ในการแก้ไขรูปภาพ
- 1.7.11 โปรแกรม Microsoft Visio 2003 ใช้ในการออกแบบ
- 1.7.12 โปรแกรมป้องกันไวรัสใช้ของ Trend Micro Office Scan 8
- 1.7.13 โปรแกรม AppServ Open Project 2.4.48 for Windows โดยมี Web Server เป็น Apache Version 2.0.59 มีฐานข้อมูลเป็น MySQL Version 5.0.27 ภาษา PHP Script Version 4.4.5 และ phpMyAdmin Database Manager Version 2.9.2
- 1.7.14 ข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดโดยขออนุญาตการนำข้อมูลมาจาก www.tat.or.th, www.tourthai.net, www.relaxzy.com
- 1.7.15 ข้อมูลการจองแพคเกจทัวร์จากเว็บไซต์ www.angeltourthailand.com
- 1.7.16 ข้อมูลการแสดงผลการค้นหาจาก Google
- 1.7.17 ข้อมูลการแสดงผลจำนวนการนับการเข้าใช้งานเว็บไซต์โดยนำสคริปโปรแกรมมาจาก www.thewebhitcounter.com
- 1.7.18 ข้อมูลแสดงสถิติการจาก Search Engine Optimization Monitoring Service <http://seomon.com/>
- 1.7.19 ข้อมูลการโฆษณาการท่องเที่ยวและที่พักจาก www.cj.com โดยเมื่อมีผู้เข้าชมเว็บไซต์ www.taksintravel.com แล้วมีการคลิกโฆษณาไปยังเว็บไซต์ที่เราทำการโฆษณาให้เมื่อมีการทำการจองหรือทำการซื้อขายเกิดขึ้นเราจะได้ส่วนแบ่งจากรายได้ที่เกิดขึ้น
- 1.7.20 ตัวอย่างระบบจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมกรเข้าใช้งานเว็บไซต์ทั้งจากที่พัฒนาขึ้นบางส่วนเพื่อให้งานต่อการพัฒนารูปแบบรายงานและเป็นทักษะในการพัฒนาโดยนำหลักการมาจาก www.adlogger.org, <http://truehits.net> และจากการให้บริการฟรี เช่น

www.google.com/analytics, <http://extremetracking.com>, และโปรแกรมการแสดงผลกราฟจากโปรแกรม Chart Director www.advsofteng.com และอื่น ๆ

1.7.21 ระบบการจอสสามารถส่ง SMS ให้กับตัวแทนที่ใช้งานระบบโดยใช้เครื่องมือจากระบบ Ozeki Message Server www.ozeki.hu หรือการใช้บริการจาก SMS จาก www.hotmail.com

1.7.22 ช่องทางการค้นหาข้อมูลที่ปัก ข้อมูลการติดต่อ เว็บไซต์ และการให้บริการอีเมลล์โดยใช้เครื่องมือจาก www.google.com (Google App.)

1.7.23 ข้อมูลข่าวสารปัจจุบันเฉพาะหน้าภาษาไทยข้อมูลจาก www.innnews.co.th

1.8 นิยามศัพท์

1.8.1 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น สถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง เทศกาลและประเพณี แหล่งสินค้าพื้นเมือง สถานที่พักแรม ร้านอาหาร เบอร์ติดต่อ เป็นต้น

1.8.2 กลุ่มประชากร เป็นกลุ่มประชากรที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยจำแนกรายละเอียดที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

- ก. ข้อมูลตามลักษณะประชากรในการใช้งานเว็บไซต์
 - เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้งานเว็บไซต์
 - ประเทศของผู้ใช้งานเว็บไซต์
 - Internet Protocol Address (IP Address) หมายถึง ที่อยู่ของเครื่องคอมพิวเตอร์บนระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งแต่ละเครื่องจะมีหมายเลขไม่ซ้ำกัน
 - Internet Service Provider (ISP) หมายถึง บริษัทที่เป็นผู้เตรียมการการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต
- ข. ข้อมูลตามลักษณะประชากรตอบแบบสอบถาม
 - สัญชาติ หมายถึง ถิ่นกำเนิดของบุคคล
 - เพศ หมายถึง เพศชาย เพศหญิง
 - อายุ หมายถึง ช่วงระยะเวลาวันเกิดครบในแต่ละปี
 - การศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด
 - อาชีพ หมายถึง ประเภทองค์กรที่ทำงานอยู่
 - รายได้ต่อเดือน หมายถึง เงินที่ทำได้ในแต่ละเดือน

1.8.3 พฤติกรรมการใช้งาน หมายถึงการกระทำต่อเว็บไซต์นั้น ๆ ประกอบไปด้วย

ก. พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร หมายถึงการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยผ่านทางเว็บไซต์ท่องเที่ยว

ข. พฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลตามความต้องการ และความสนใจของผู้บริโภค

บทที่ 2

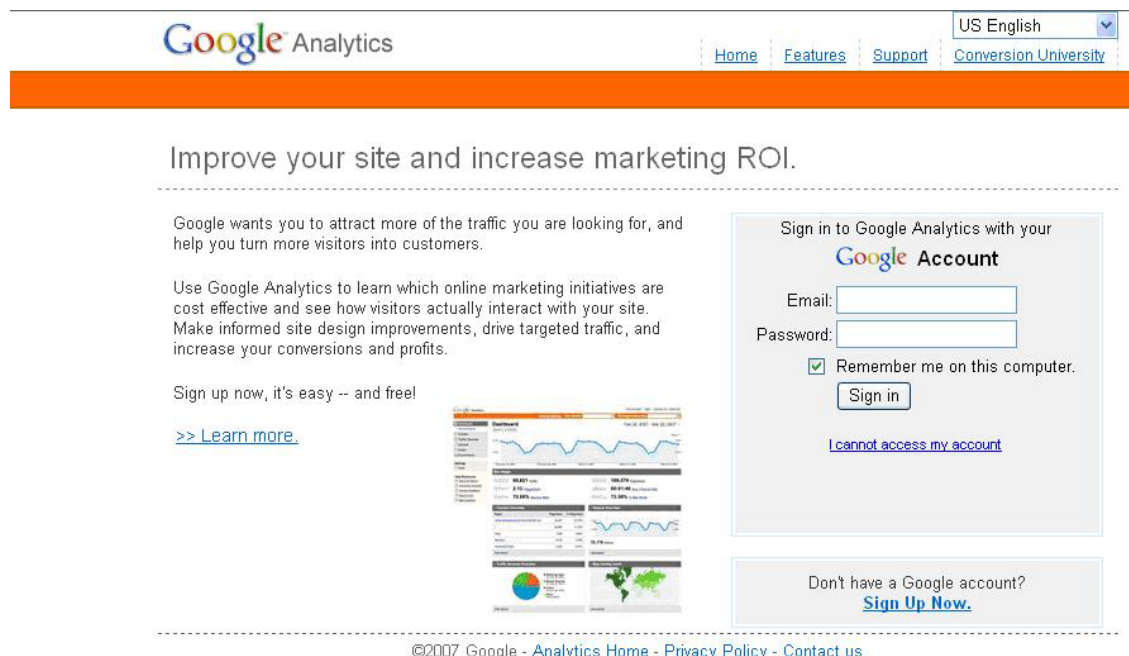
ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของงานที่ใกล้เคียง

ในการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์จะต้องมีเครื่องมือในการเก็บซึ่งมีลักษณะของงานที่ใกล้เคียงดังนี้

www.google.com/analytics

เป็นเว็บไซต์การให้บริการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ที่ให้บริการโดย Google ซึ่งเป็นบริการโดยการนำ Code Javascript ไปติดไว้ที่เว็บไซต์ที่ต้องการเพื่อดูข้อมูลการใช้งานต่าง ๆ



Google Analytics

US English

Home Features Support Conversion University

Improve your site and increase marketing ROI.

Google wants you to attract more of the traffic you are looking for, and help you turn more visitors into customers.

Use Google Analytics to learn which online marketing initiatives are cost effective and see how visitors actually interact with your site. Make informed site design improvements, drive targeted traffic, and increase your conversions and profits.

Sign up now, it's easy -- and free!

[>> Learn more.](#)

Sign in to Google Analytics with your Google Account

Email:

Password:

Remember me on this computer.

[I cannot access my account](#)

Don't have a Google account? [Sign Up Now.](#)

©2007 Google - Analytics Home - Privacy Policy - Contact us

ภาพที่ 2.1 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.com/analytics

ในการให้บริการนี้เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำมาใช้งานได้กับเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งทาง Google ยังไม่คิดค่าบริการจึงเหมาะกับผู้ดูแลเว็บไซต์ในการใช้คุณสมบัติการเข้าใช้งานแต่ไม่สามารถทำการดูได้หลายคนเนื่องจากติดปัญหาเรื่องการใช้งานรหัสผ่านในการเข้าดูข้อมูลเพราะจะทราบรหัสเพียงคนเดียวทำให้ผู้บริหารไม่สะดวกในการดูข้อมูล (Google Analytics. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก www.google.com/analytics.)

<http://truehits.net>

เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการในการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยเสียค่าบริการรายปี

The screenshot shows the Truehits.net website interface. At the top, there is a header with the Truehits.net logo and navigation links. The main content area is titled 'สมัครสมาชิกทรูฮิต' (Join Truehits Member). Below this, there is a list of terms and conditions for membership, including requirements for website ownership, payment methods, and a 30-day trial period for new members. The page also features a sidebar with navigation links and a 'MEMBER LOG IN' section.

ภาพที่ 2.2 หน้าแรกของเว็บไซต์ Truehits.net

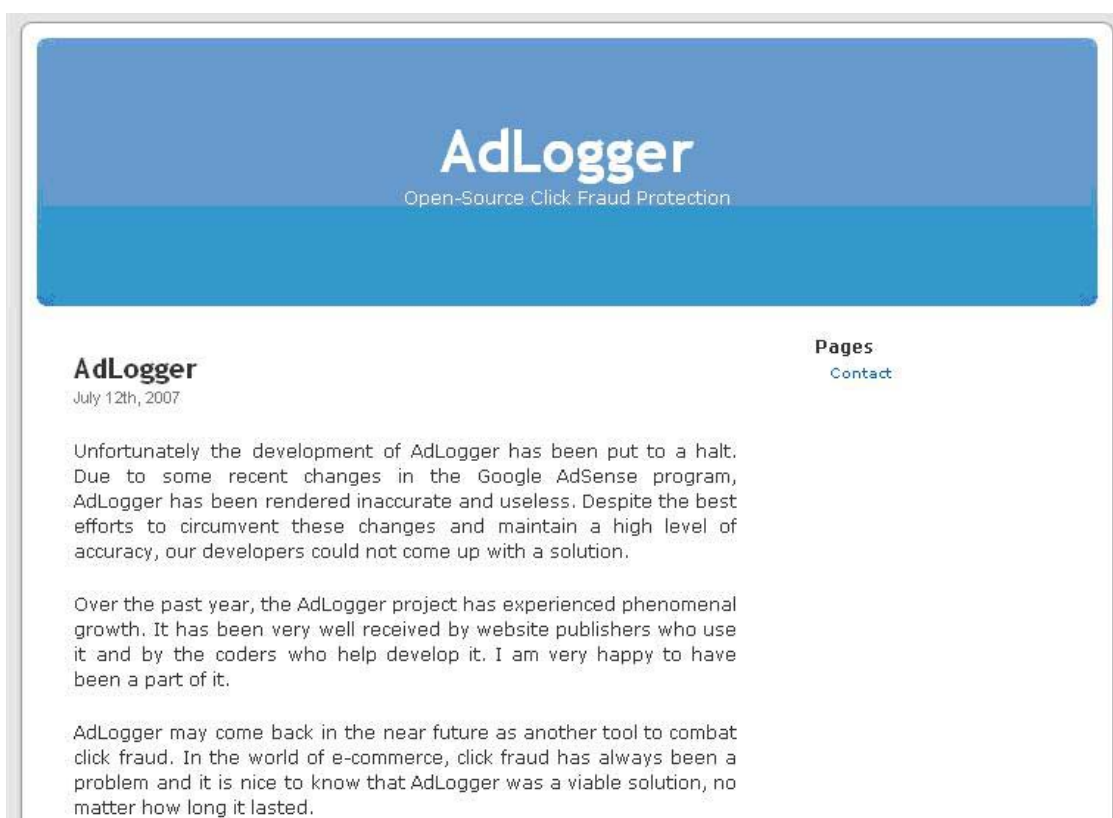
ลักษณะของการบริการที่มีให้จะเก็บข้อมูลการเข้าใช้งานของเว็บไซต์แล้วนำมาแบ่งออกเป็นรายงาน รายเดือน, รายวัน, รายชั่วโมง

วิเคราะห์กลุ่มผู้เยี่ยมชมโดยจะแบ่งกลุ่มผู้เยี่ยมชมจาก IP จำนวนคนเข้ามาก็วันใน 1 เดือน

รายชื่อ New Visitor ใน 1 เดือน รายชื่อประเทศที่เข้าใช้งาน รายชื่อ ISP รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมคนดู เป็นต้น (ทฤษฎีเว็บไดเร็กทอรีเมืองไทยและศูนย์รวมสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ในเมืองไทย. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 03 มีนาคม 2547, จาก <http://truehits.net>.)

www.adlogger.org

เป็นเว็บไซต์ Open Source Click สามารถนำเอามาใช้งานหรือพัฒนาเพิ่มเติมต่อได้ในการนำมาเก็บพฤติกรรมคลิกหรือการเปิดหน้าเว็บไซต์เหมาะกับการใช้งานร่วมกับ Google AdSense ซึ่งจะทำให้มองภาพรวมของการเข้าใช้งานเว็บไซต์และการคลิกสามารถบริหารจัดการ Ad By Google ในการแสดงผลได้ (Open-Source Click Fraud Protection AdLogger. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 03 มกราคม 2550, จากwww.adlogger.org.)



ภาพที่ 2.3 หน้าแรกของเว็บไซต์ adlogger.org

<http://extremetracking.com>

เป็นอีกเว็บไซต์ที่ให้บริการเก็บพฤติกรรมในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ โดยส่วนนี้จะสามารถเข้าสู่รายงานได้เลยเมื่อทราบ URL ซึ่งไม่ต้องทำการใช้รหัสผ่าน หรือสามารถที่จะใช้งานเป็นส่วนตัวก็ได้ในรูปแบบของรายงานก็จะมีลักษณะเหมือน ๆ กับอันอื่น ๆ โดยจะบอกจำนวนประเทศที่เข้าดู ชนิดของระบบปฏิบัติการแหล่งที่มา รวมถึงค่าที่ใช้ในการค้นหา ชนิดของ Browsers ขนาดของจอภาพที่ใช้ดู เป็นต้น (eXTReMe Tracking. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2547, จาก extremetracking.com.)

Browser Totals			Unique Visitors
MSIE Core	4703	96.18%	
Mozilla/Gecko Core	152	3.11%	
Opera	19	0.39%	
Other Browsers	16	0.33%	

ภาพที่ 2.4 แสดงสถิติของ Browser โดยรวม



taksintravel.com		My Account: Code / Edit / Support V3
URL:	http://www.taksintravel.com	
Counting since:	2 September 2006 / 03:22	
Current report:	16 Oct 2007 / 16:54	
Summary	: Totals and Averages	
Unique Visitors	: Day Week Month Hours of the Day Days of the Week	
Incl. Excl. Reloads	: Day Week Month	
Geo Tracking	: Country Continent	
System Tracking	: Browsers Operating Systems Screen Resolutions Screen Colors	
Referrer Tracking 1	: Last 20: Unsorted Email Searchengines Queries Usenet Harddisk	
Referrer Tracking 2	: Totals: Sources Searchengines All Keywords All Website Referrers	

Copyright © 1998-2007 eXTReMe digital. All Rights Reserved. | [Privacy Policy](#)

ภาพที่ 2.5 หน้าแรกของเว็บไซต์ extremetracking.com

www.opentracker.net

เป็นตัวอย่งสุดท้ายที่มีลักษณะงานที่ใกล้เคียงกันก็คือจะเป็นการเก็บพฤติกรรมเช่นเดียวกัน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หรือออกมาเป็นรายงาน ในแต่ละแบบที่นำมาเสนอนี้ก็มีทั้งเสียเงินและเป็นทั้งของฟรีแต่ทุก ๆ แบบจะมีความสามารถในการเก็บข้อมูลที่ได้อาจจะไม่เท่ากัน อันเนื่องมาจากกระยะทางของเว็บไซต์ที่นำสคริปไปติดกับผู้ใช้บริการมีระยะทางคนละที่ ทำให้ข้อมูลที่ได้มาอาจไม่ครบ ดังนั้นในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการเข้าใช้งานแต่ละหน้าเว็บเพจจึงควรที่จะติดตั้งการเก็บข้อมูลไว้มากกว่าสองที่

ถ้าจะให้สมบูรณ์มากที่สุดควรจะอยู่ที่เครื่องเดียวกันจะทำให้ข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนมากที่สุดทำให้การวิเคราะห์หรือออกมาได้ถูกต้องมากที่สุด (Opentracker.net Website tracking web statistics & website analysis. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2547, จาก opentracker.net.)

ภาพที่ 2.6 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.opentracker.net

ในส่วนของแบบสอบถามบนเว็บไซต์ซึ่งมีลักษณะของงานที่ทำแบบสอบถามบนเว็บไซต์ดังนี้
www.tourthai.com/questionnaire.shtml

เป็นแบบสอบถาม Online เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ TourThai.com โดยมีรายละเอียดดังนี้ หัวข้อดังนี้

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 7 ตอน คือ

ตอนที่ 1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 : รูปแบบการใช้ชีวิต (ด้านการท่องเที่ยว)

ตอนที่ 3 : พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.TourThai.com

ตอนที่ 4 : แรงจูงใจในการใช้บริการเว็บไซต์ www.TourThai.com

ตอนที่ 5 : ทศนคติที่มีต่อการใช้บริการเว็บไซต์ www.TourThai.com

ตอนที่ 6 : แนวโน้มการใช้บริการในอนาคต

ตอนที่ 7 : แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 1

ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง : โปรดคลิกที่ช่อง หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. อีเมลของท่านที่สามารถติดต่อได้ (เพื่อการติดต่อกลับหากท่านได้รับรางวัล) :			
2. เพศ	<input type="radio"/> ชาย	<input type="radio"/> หญิง	
3. อายุ	<input type="radio"/> ต่ำกว่า 18 ปี	<input type="radio"/> 18-25 ปี	<input type="radio"/> 26-33 ปี
	<input type="radio"/> 34-41 ปี	<input type="radio"/> 42-49 ปี	<input type="radio"/> 50 ปีขึ้นไป
4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (รวมทั้งที่กำลังศึกษาอยู่)	<input type="radio"/> ต่ำกว่ามัธยมปลาย	<input type="radio"/> มัธยมปลาย/ปวช.	<input type="radio"/> อนุปริญญา/ปวส.
	<input type="radio"/> ปริญญาตรี	<input type="radio"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
5. อาชีพ	<input type="radio"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="radio"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	<input type="radio"/> พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน
	<input type="radio"/> รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	<input type="radio"/> รัฐวิสาหกิจ	<input type="radio"/> ทำงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ
	<input type="radio"/> ประกอบอาชีพอื่นๆ (โปรดระบุ) 		
6. สถานภาพการสมรส	<input type="radio"/> โสด	<input type="radio"/> สมรส/อยู่ด้วยกัน	<input type="radio"/> หย่า/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
7. รายได้	<input type="radio"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	<input type="radio"/> 5,001-10,000 บาท	<input type="radio"/> 10,001-20,000 บาท
	<input type="radio"/> 20,001-30,000 บาท	<input type="radio"/> 30,001-40,000 บาท	<input type="radio"/> 40,000 บาทขึ้นไป
8. สถานที่อยู่ปัจจุบัน	<input type="radio"/> กรุงเทพมหานคร <input type="radio"/> ปริมณฑล เช่น นนทบุรี ปทุมธานี หรือ สมุทรปราการ <input type="radio"/> จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กทม. นนทบุรี ปทุมธานี หรือ สมุทรปราการ <input type="radio"/> จังหวัดในภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน แพร่ น่าน <input type="radio"/> จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี <input type="radio"/> จังหวัดในภาคตะวันออก เช่น ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด <input type="radio"/> จังหวัดในภาคใต้ เช่น สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช ภูเก็ต พังงา กระบี่ <input type="radio"/> อยู่ที่ต่างประเทศ (โปรดระบุประเทศ) 		
9. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลาประมาณ	<input style="width: 50px;" type="text"/>	ปี	<input style="width: 50px;" type="text"/>
			เดือน

ภาพที่ 2.7 หน้าเว็บไซต์แบบสอบถาม Online ของ www.TourThai.com

จากแบบสอบถามจะมีการแบบหัวข้อเรื่องออกเป็นส่วน ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครวได้ทำการกรอกข้อมูลตามหัวข้อเรื่องที่กำหนดไว้

(แบบสอบถาม online ปัจจุบันที่มีผลต่อพฤติกรรมกรอกรใช้บริการเว็บไซต์ TourThai.com.

[ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2550, จาก www.tourthai.com/questionnaire.shtml.)

www.lawamendment.go.th/CommentPersonal.asp

เป็นแบบสอบถามความเห็น (เป็นรายบุคคล) เพื่อการยกร่างรัฐธรรมนูญ จัดทำโดยคณะกรรมการวิสามัญประสานการมีส่วนร่วมและการประชาชาติ

โดยภาพรวมแล้วแบบสอบถาม Online จะเป็นลักษณะที่ไม่เป็นรูปแบบตายตัวเหมือนกับแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ จะเป็นการกรอกรแบบที่ให้ผู้ตอบสามารถกรอกรกรอกข้อมูลหรือตัวเลือกได้เลยและจะเป็นการเริ่มคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกรอกรที่ จะตอบแบบสอบถามก่อน ต่อจากนั้นก็เริ่มถามในส่วนกรอกรข้อมูลที่จะต้องการถาม (คณะกรรมการวิสามัญประสานการมีส่วนร่วมและการประชาชาติ. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2550, จาก www.lawamendment.go.th.)

**แบบสอบถามความเห็น (เป็นรายบุคคล) เพื่อการยกร่างรัฐธรรมนูญ
จัดทำโดยคณะกรรมการวิสามัญประสานการมีส่วนร่วมและการประชาชาติ**

จังหวัด

ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

3. การศึกษา

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> 1. ไม่เคยเรียนหนังสือ | <input type="radio"/> 2. ประถมต้น (ป.1-ป.4) หรือเทียบเท่า |
| <input type="radio"/> 3. ประถมปลาย (ป.6) หรือเทียบเท่า | <input type="radio"/> 4. มัธยมต้น หรือเทียบเท่า |
| <input type="radio"/> 5. มัธยมปลาย/ ปวช. หรือเทียบเท่า | <input type="radio"/> 6. อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า |
| <input type="radio"/> 7. ปริญญาตรี | <input type="radio"/> 8. ปริญญาโท |
| <input type="radio"/> 9. ปริญญาเอก | <input type="radio"/> 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ) <input type="text"/> |

4. อาชีพ

1. ผู้ประกอบการด้านการเกษตร เช่น ทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงสัตว์
ประมง แปรรูปสินค้า-เกษตรกรชุมชนเลี้ยงไหม ทำนาเกลือ ปลูกไม้ดอก "ไม้ประดับ" ปลูกต้นไม้
เพาะขยายพันธุ์พืช/สัตว์ ฯลฯ
2. ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป/ คนงาน
3. พนักงาน/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน
4. รับจ้างเอางานมาทำที่บ้าน
5. แม่บ้าน

ภาพที่ 2.8 หน้าเว็บไซต์แบบสอบถาม Online ของ www.lawamendment.go.th

2.2 ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในโครงการนี้

ในเรื่องของทฤษฎีที่นำมาใช้นี้มีอยู่หลายเรื่องด้วยการดังนี้

2.2.1 รายละเอียดของแบบสอบถาม (ผศ.ดร.สุทัศน์า สุทธิกุลสมบัติ. [ม.ป.ป.].)

แบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในหมู่นักวิจัย ทั้งนี้เพราะเป็นวิธีที่สะดวกและสามารถใช้วัดได้อย่างกว้างขวาง อันจะทำให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงทั้งในอดีต ปัจจุบัน และการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของคำถามเป็นชุด ๆ เพื่อวัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะวัด โดยมีคำถามเป็นตัวกระตุ้นเร่งเร้าให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา

ก. โครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1) หนังสือนำหรือคำชี้แจง ส่วนแรกของแบบสอบถามจะเป็นคำชี้แจงซึ่งอาจมีจุดหมายนำอยู่ด้านหน้า พร้อมคำขอบคุณ ในคำชี้แจงนั้นมักจะระบุถึงจุดประสงค์ที่ให้ตอบแบบสอบถาม การนำคำตอบที่ได้ไปใช้ประโยชน์ คำอธิบายลักษณะของแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถามพร้อมตัวอย่าง พร้อมทั้งจบลงด้วยชื่อและที่อยู่ของผู้ถาม

2) ส่วนที่เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว คำตอบที่ได้จะเป็นข้อเท็จจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ฯลฯ การที่จะถามข้อมูลส่วนตัวอะไรบ้างนั้น ขึ้นอยู่กับกรอบแนวความคิดในการถาม โดยดูว่าตัวแปรที่สนใจจะศึกษานั้นมีอะไรบ้างที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เพื่อที่จะถามเฉพาะข้อมูลส่วนตัวในเรื่องนั้นๆ เท่านั้น

3) ชุดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือพฤติกรรมของผู้ตอบในเรื่องนั้น ๆ เป็นชุดคำถามที่ให้ผู้ตอบบอกถึงพฤติกรรม หรือปรากฏการณ์ หรือให้แสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งจะไม่สามารถทราบได้ว่าคำตอบนั้นเป็นความจริงมากน้อยเพียงใด เพราะเป็นเพียงความคิดเห็นของผู้ตอบในขณะนั้น คำถามในส่วนนี้อาจเป็นได้ทั้งคำถามปลายปิดและปลายเปิด

ข. ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1) ศึกษาคุณลักษณะที่จะวัด ผู้ถามจะต้องศึกษาคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัดให้เข้าใจอย่างละเอียด โดยศึกษาจากเอกสาร ตำราหรือผลการวิจัยต่าง ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ตลอดจนศึกษาคุณลักษณะของแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) กำหนดชนิดของแบบสอบถาม ผู้ถามจะต้องเลือกชนิดของแบบสอบถามให้เหมาะสมกับเรื่องที่จะวัดและกลุ่มตัวอย่าง

3) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม ผู้ถามจะต้องศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดคุณลักษณะที่ต้องการจะวัด โดยศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตัวอย่างให้เข้าใจ และยึดวัตถุประสงค์เป็นหลักในการสร้างแบบสอบถาม

4) แบ่งคุณสมบัติที่ต้องการจะวัดออกเป็นด้านต่าง ๆ การสร้างแบบสอบถามผู้ถามควรแบ่งคุณสมบัติที่ต้องการวัดออกเป็นด้าน ๆ ซึ่งจะช่วยให้สร้างง่ายขึ้นและครอบคลุมในแต่ละด้านอย่างทั่วถึง

5) เขียนคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ส่วนแรกของการแบบสอบถามคือคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยความมุ่งหมายของการถาม คำอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามพร้อมทั้งตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบวัตถุประสงค์ และเข้าใจวิธีการสร้างแบบสอบถามนั้น โดยผู้ถามต้องเขียนให้ละเอียดและชัดเจนด้วย

6) การปรับปรุงแบบสอบถาม หลังจากการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้ถามควรนำแบบสอบถามนั้นมาพิจารณาใหม่ เพื่อหาข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไข และควรให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจแบบสอบถามนั้นด้วย เพื่อที่จะได้นำข้อเสนอแนะและข้อวิพากษ์วิจารณ์ของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

7) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อวิเคราะห์คุณภาพ เป็นการนำเอาแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเล็ก ๆ เพื่อนำผลมาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

8) ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ ผู้ถามจะต้องทำการแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้จากผลการวิเคราะห์คุณภาพอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ผลงานวิจัยเป็นที่น่าเชื่อถืออีกครั้งหนึ่ง

9) จัดสร้างแบบสอบถาม เป็นการนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วมาจัดสร้างและตรวจสอบให้ละเอียด โดยความถูกต้องในถ้อยคำหรือสำนวน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ตอบอ่านเข้าใจได้ตรงประเด็นที่ผู้ถามต้องการ

ค. หลักการในการสร้างแบบสอบถาม

1) ต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าต้องการจะถามอะไรบ้าง โดยจุดมุ่งหมายนั้นจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่จะทำ

2) ต้องสร้างคำถามให้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ เพื่อป้องกันการมีข้อความคำถามนอกประเด็นและมีจำนวนข้อความคำถามจำนวนมาก

3) ต้องถามให้ครอบคลุมเรื่องที่จะวัด โดยมีจำนวนข้อความคำถามที่พอเหมาะไม่มากหรือน้อยเกินไป แต่จะมากหรือน้อยเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมที่จะวัด ซึ่งตามปกติพฤติกรรมหรือเรื่องที่จะวัดเรื่องหนึ่ง ๆ นั้นควรมีข้อความคำถามในช่วง 25-60 ข้อ

4) การเรียงลำดับข้อความคำถาม ควรเรียงลำดับให้ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน และแบ่งตามพฤติกรรมย่อย ๆ ไว้เพื่อให้ผู้ตอบเห็นชัดเจนและง่ายต่อการตอบ นอกจากนี้ต้องเรียงคำถามง่าย ๆ ไว้เป็นข้อแรก ๆ เพื่อให้ชักจูงให้ผู้ตอบอยากตอบคำถามต่อ ส่วนคำถามสำคัญ ๆ ไม่ควรเรียงไว้ตอนท้ายของแบบสอบถาม เพราะความสนใจในการตอบของผู้ตอบอาจจะน้อยลง ทำให้ตอบอย่างไม่ตั้งใจ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อผลการวิจัยมาก

5) ลักษณะของข้อความที่ดี ข้อคำถามที่ดีของแบบสอบถามนั้น ควรมีลักษณะดังนี้

- ข้อคำถามไม่ควรยาวจนเกินไป ควรใช้ข้อความสั้น กระชับ ตรงกับวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับเรื่อง

- ข้อความ หรือภาษาที่ใช้ในข้อความต้องชัดเจน เข้าใจง่าย

- ไม่ใช่คำถาม ถามนำหรือแนะให้ตอบ

- ไม่ถามเรื่องที่เป็นความลับเพราะจะทำให้ตอบไม่ตรงกับ

ข้อเท็จจริง

- ไม่ถามในเรื่องที่รู้แล้ว หรือถามในสิ่งวัดได้ด้วยวิธีอื่น

- ข้อคำถามต้องเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องคำนึงถึงระดับ

การศึกษา ความสนใจ สภาพเศรษฐกิจ ฯลฯ

- ข้อคำถามหนึ่ง ๆ ควรถามเพียงปัญหาเดียว เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและตรงจุด ซึ่งจะง่ายต่อการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

- คำตอบหรือตัวหลักในข้อคำถามควรมีมากพอ หรือให้เหมาะสมกับข้อคำถามนั้นแต่ถ้าไม่สามารถระบุได้หมดก็ให้ใช้ว่า อื่น ๆ โปรดระบุ
- คำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม ให้สามารถนำมาแปลงออกมาในรูปของปริมาณและใช้สถิติอธิบายข้อเท็จจริงได้ เพราะปัจจุบันนิยมใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นแบบสอบถามควรคำนึงถึงวิธีการประมวลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ง. คำถามในแบบสอบถาม

คำถามในแบบสอบถามอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) คำถามปลายเปิด (Open End Question) เป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเต็มที่ คำถามปลายเปิดจะนิยมใช้กันมากในกรณีที่ผู้ถามไม่สามารถคาดเดาคำตอบไว้ล่วงหน้าว่าคำตอบควรจะเป็นอย่างไร หรือใช้คำถามปลายเปิดในกรณีที่ต้องการได้คำตอบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายปิด ตัวอย่างคำถามปลายเปิด เช่น ท่านตัดสินใจประกอบอาชีพค้าขาย เพราะอะไร.

2) คำถามปลายปิด (Close End Question) เป็นคำถามที่ผู้ถามมีแนวคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดไว้เท่านั้น คำตอบที่ผู้ถามกำหนดไว้ล่วงหน้านี้ได้มาจากการทดลองใช้คำถามในลักษณะที่เป็นคำถามปลายเปิด แล้วนำมาจัดกลุ่มของคำตอบ หรือได้มาจากการศึกษาผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หรือจากแนวความคิดของผู้ถามเอง และจากข้อมูลอื่น ๆ

จ. รูปแบบการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

1) การนำแบบสอบถามไปส่งให้ผู้ตอบด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยหรือพนักงานเก็บข้อมูลนำแบบสอบถามไปส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และรอรับหรือนัดวันรับแบบสอบถามกลับมา ถ้ารอรับแบบสอบถามกลับมา ผู้วิจัยหรือพนักงานเก็บข้อมูลควรชี้แจงข้อคำถามที่ผู้ตอบสงสัย และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของคำตอบนั้นในทันที ซึ่งวิธีการนี้จะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากกว่าวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

2) การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยควรให้หมายเลขประจำแบบสอบถาม (Identification Number) ของแบบสอบถามทุกชุดไว้ และบันทึกไว้ว่าแบบสอบถามหมายเลขนั้นส่งไปให้ใครเพื่อความสะดวกในการติดตามแบบสอบถามนั้นกลับคืนมา การส่งแบบสอบถามไปให้หน่วยตัวอย่างกรเองนั้น จะต้องจำหน้าซองอย่างละเอียดและถูกต้อง ชัดเจน ถึงผู้รับ และแนบ

ของเขียนชื่อที่อยู่ของผู้วิจัย พร้อมติดแสตมป์ให้เรียบร้อยเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ตอบในการส่งแบบสอบถามกลับคืนมา หรืออาจใช้วิธีพับแบบสอบถามและจำหน่ายถึงผู้รับพร้อมติดแสตมป์ไว้ด้านนอก และในส่วนที่พับเข้าด้านในนั้นให้จำหน่ายถึงผู้วิจัยพร้อมติดแสตมป์เพื่อให้ผู้ตอบนั้นส่งกลับคืนมา

จ. ข้อดีและข้อเสียของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ข้อดีของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีดังนี้ คือ

- 1) ถ้าตัวอย่างมีขนาดใหญ่ วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะเป็นวิธีการที่สะดวกและประหยัดกว่าวิธีอื่น
- 2) ผู้ตอบมีเวลาตอบมากกว่าวิธีการอื่น
- 3) ไม่จำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานเก็บข้อมูลมากเหมือนกับวิธีการสัมภาษณ์ หรือวิธีการสังเกต
- 4) ไม่เกิดความลำเอียงอันเนื่องมาจากการสัมภาษณ์หรือการสังเกต เพราะผู้ตอบเป็นผู้ตอบข้อมูลเอง

ข้อเสียของการเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถาม มีดังนี้คือ

- 1) ในกรณีที่ส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ มักจะได้แบบสอบถามกลับคืนมาน้อย และต้องเสียเวลาในการติดตาม อาจทำให้ระยะเวลาการเก็บข้อมูลล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้
- 2) การเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถามจะใช้ได้เฉพาะกับกลุ่มประชากรเป้าหมายที่อ่านและเขียนหนังสือได้เท่านั้น
- 3) จะได้ข้อมูลจำกัดเฉพาะที่จำเป็นจริง ๆ เท่านั้น เพราะการเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถาม จะต้องมียคำถามจำนวนน้อยข้อที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
- 4) การส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ หน่วยตัวอย่างอาจไม่ได้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเองก็ได้ ทำให้คำตอบที่ได้มีความคลาดเคลื่อนไม่ตรงกับความจริง
- 5) ถ้าผู้ตอบไม่เข้าใจคำถามหรือเข้าใจคำถามผิด หรือไม่ตอบคำถามบางข้อ หรือไม่ไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนที่จะตอบคำถาม ก็จะทำให้ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้ โดยที่ผู้วิจัยไม่สามารถย้อนกลับไปสอบถามหน่วยตัวอย่างนั้นได้อีก

6) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาทางไปรษณีย์ อาจเป็นกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมา ดังนั้นข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์จะมีความลำเอียงอันเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างได้

2.2.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549, 151-152)

สถิติเชิงพรรณนา เป็นการนำข้อมูลที่จัดเก็บมาได้แล้วนำมาบรรยายถึงลักษณะของข้อมูลที่จัดเก็บมาได้ทั้งในรูปแบบของข้อความ ตาราง แผนภูมิ หรือกราฟ หลักการสำคัญของสถิติเชิงพรรณนานั้นก็คือ การเก็บข้อมูลชนิดใดมากก็จะอธิบายได้เฉพาะข้อมูลชนิดนั้น ไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงถึงข้อมูลชนิดอื่น ๆ ได้ ไม่เหมือนกับสถิติอ้างอิง (Inference Statistics) ที่สามารถนำข้อมูลไปทำการอ้างอิงได้ โดยหลักการของสถิติพรรณนาจะเป็นดังนี้ ถ้าทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน จากประชากรทั้งหมด 20,000 คน การบรรยายลักษณะของข้อมูลตลอดจนการวิเคราะห์ และแปลผลจะเป็นเฉพาะในส่วน of ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 200 คนเท่านั้น ผู้จัดทำไม่สามารถนำผลไปอ้างอิงแทนประชากรทั้งหมด 20,000 คนได้

ก. การแจกแจงความถี่ (Frequency)

ในโครงการนี้จะใช้การแจกแจงความถี่ โดยการแสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่จัดเก็บมาได้ และแสดงเป็นแบบจำนวน และร้อยละ (%)

ข. ค่าร้อยละ (Percentage)

ค่าร้อยละ คือ การคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดมีค่าเป็นร้อยละ

$$\text{สูตร ร้อยละ (\%)} = (X * 100) / N$$

X คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่ต้องการนำมาหาค่าร้อยละ

N คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

2.2.3 การสร้างแบบสอบถามในหน้าเว็บเพจ (โรงเรียนราชดำริ. [ม.ป.ป.].)

สามารถทำได้ง่าย ๆ โดยการใส่แท็กคำสั่ง <FORM> เพื่อเริ่มต้นแบบสอบถาม และใช้แท็กคำสั่ง </FORM> เพื่อสิ้นสุด...แต่ถ้าพึ่งแท็กคำสั่งเพียงคู่นี้ก็ดูเดียว ยังไม่สามารถเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ เราจะต้องมีช่องรับข้อมูล <INPUT TYPE> ที่มีรูปแบบต่าง ๆ กัน มาประกอบด้วย, <INPUT TYPE> ที่สามารถนำมาใช้ในแบบสอบถามได้ มีดังต่อไปนี้

แบบที่ 1 INPUT TYPE แบบ "TEXT"

<FORM>

Name: ชื่อ-นามสกุล

<INPUT TYPE="text" NAME="name" SIZE="30" MAXLENGTH=30>

Site Url: ที่อยู่เว็บไซต์ของคุณ

<INPUT TYPE="text" NAME="siteurl" SIZE="30" MAXLENGTH=30

VALUE="http://">

</FORM>

ผลลัพธ์ที่ได้

Name : ชื่อ-นามสกุล

Site URL : ที่อยู่เว็บไซต์ของคุณ

อธิบายคำสั่ง

<INPUT TYPE="text"> เป็นการกำหนดให้มีช่องรับข้อมูลแบบ TEXT

NAME="name" ชื่อของช่องรับข้อมูล (จะต้องมีชื่อไม่ซ้ำกันหากมีช่องรับข้อมูลมากกว่า 1 ช่อง)

SIZE="20" เป็นการกำหนดความกว้างของช่องรับข้อมูล

MAXLENGTH="30" เป็นการกำหนดความยาวสูงสุดของข้อมูลจำนวนตัวอักษร

VALUE="http://" เป็นการกำหนดค่าเบื้องต้นให้กับช่องรับข้อมูล

แบบที่ 2 INPUT TYPE แบบ "RADIO"

<FORM>

คุณอายุเท่าใด:(เลือกเพียงข้อใดข้อหนึ่งเท่านั้น)

<INPUT TYPE="radio" NAME="age" VALUE="20-30">20-30 ปี

<INPUT TYPE="radio" NAME="age" VALUE="31-40" CHECKED>31-40 ปี

```
<INPUT TYPE="radio" NAME="age" VALUE="41-50" DISABLED>41-50 ปี
</FORM>
```

ผลลัพธ์ที่ได้

คุณอายุเท่าใดเลือกเพียงข้อใดข้อหนึ่งเท่านั้น

- 20-30 ปี <-- ค่าปกติ
- 31-40 ปี <-- CHECKED
- 41-50 ปี <-- DISABLED

อธิบายคำสั่ง

<INPUT TYPE="radio">	เป็นการกำหนดให้มีช่องรับข้อมูลแบบ RADIO
NAME="age"	ชื่อของปุ่มรับข้อมูล (ต้องเป็นชื่อเดียวกันทุกปุ่ม)
VALUE="20-30"	เป็นการกำหนดค่าหรือข้อมูลให้กับปุ่มรับข้อมูล
CHECKED	เป็นการกำหนดให้มีการเลือกปุ่มรับข้อมูลนี้เป็นเบื้องต้น
DISABLED	เป็นการกำหนดไม่ให้มีการเลือกปุ่มรับข้อมูลนี้

แบบที่ 3 INPUT TYPE แบบ "CHECKBOX"

```
<FORM>
```

หัวข้อใดที่คุณชื่นชอบเป็นพิเศษ เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ


```
<INPUT TYPE="checkbox" NAME="Members">ทะเบียนรายชื่อสมาชิก<BR>
```

```
<INPUT TYPE="checkbox" NAME="New page" CHECKED>แนะนำเว็บเพจใหม่<BR>
```

```
<INPUT TYPE="checkbox" NAME="Techno" DISABLED>วิชาการ/บทความ<BR>
```

```
</FORM>
```

ผลลัพธ์ที่ได้

หัวข้อใดที่คุณชื่นชอบเป็นพิเศษ เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

- ทะเบียนรายชื่อสมาชิก <-- ค่าปกติ
- แนะนำเว็บเพจใหม่ <-- CHECKED
- วิชาการ/บทความ <-- DISABLED

อธิบายคำสั่ง

<INPUT	เป็นการกำหนดให้มีช่องรับข้อมูลแบบ CHECKBOX
TYPE="checkbox">	
NAME="Member"	ชื่อของปุ่มรับข้อมูล (จะต้องมีชื่อไม่ซ้ำกันหากมีปุ่มรับข้อมูลมากกว่า 1 ปุ่ม)
VALUE="20-30"	เป็นกำหนดค่าหรือข้อมูลให้กับปุ่มรับข้อมูล
CHECKED	เป็นการกำหนดให้มีการเลือกปุ่มรับข้อมูลนี้เป็นเบื้องต้น
DISABLED	เป็นการกำหนดไม่ให้มีการเลือกปุ่มรับข้อมูลนี้

แบบที่ 4 ช่องรับข้อมูลชนิดพิเศษ "TEXTAREA"

<FORM>คำแนะนำหรือติชม

<TEXTAREA NAME="comment" COLS="50" ROWS="5"

WRAP="virtual"></TEXTAREA> </FORM>

ผลลัพธ์ที่ได้

คำแนะนำหรือติชม

อธิบายคำสั่ง

<TEXTAREA>	เป็นการกำหนดให้มีช่องรับข้อมูลแบบ TEXTAREA
NAME="comment"	ชื่อของช่องรับข้อมูล Field Name
COLS="50"	เป็นกำหนดความกว้างของช่องรับข้อมูล
ROWS="5"	เป็นการกำหนดจำนวนบรรทัดของช่องรับข้อมูล
WRAP="virtual"	เป็นการกำหนดให้มีการตัดคำของข้อมูลโดยอัตโนมัติ
</TEXTAREA>	แสดงจุดสิ้นสุดของรับข้อมูลแบบ TEXTAREA

แบบที่ 5 ช่องรับข้อมูลชนิดพิเศษ 3 "SELECT OPTION"

```
<FORM>
  <SELECT NAME="province" SIZE="1">
    <OPTION VALUE="กรุงเทพมหานคร">กรุงเทพมหานคร</OPTION>
    <OPTION VALUE="กระบี่">กระบี่</OPTION>
    <OPTION VALUE="กาญจนบุรี" SELECTED>กาญจนบุรี</OPTION>
    <OPTION VALUE="กาฬสินธุ์">กาฬสินธุ์</OPTION>
  </SELECT>
</FORM>
```

ผลลัพธ์ที่ได้

อธิบายคำสั่ง

<SELECT>	เป็นการกำหนดให้มีช่องรับข้อมูลแบบ SELECT
NAME="province"	ชื่อของช่องรับข้อมูล Field Name
SIZE="1"	เป็นการกำหนดความกว้างของช่องรับข้อมูล จำนวนบรรทัด
ROWS="5"	เป็นการกำหนดจำนวนบรรทัดของช่องรับข้อมูล
OPTION VALUE="กาญจนบุรี"	เป็นการกำหนดตัวเลือกให้กับช่องรับข้อมูล
NAME="SELECTED"	กำหนดให้เลือกข้อมูลนี้เป็นเบื้องต้น
</SELECT>	แสดงจุดสิ้นสุดช่องรับข้อมูลแบบ SELECT

แบบที่ 6 เป็นการสร้างแบบฟอร์มในการรับข้อมูลแบบสอบถาม

```
<FORM METHOD="POST" ACTION="question.php" >
```

```
Name: ชื่อ-นามสกุล<BR> <INPUT TYPE="text" NAME="name" SIZE="30"><BR>
```

```
E-mail: ที่อยู่อีเมลของคุณ<BR> <INPUT TYPE="text" NAME="email" SIZE="30"><BR>
```

```
คำแนะนำ/เสนอแนะ/ติชม: (เพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ครั้งต่อไป)<BR>
```

```
<TEXTAREA NAME="comment" COLS="50" ROWS="5"
```

```
WRAP="virtual"></textarea><P>
```

```
<INPUT TYPE="submit" VALUE="ส่งข้อมูล">
```

```
<INPUT TYPE="reset" VALUE="ลบพิมพ์ใหม่">
```

```
</FORM>
```

ผลลัพธ์ที่ได้

Name : ชื่อ-นามสกุล

E-mail : ที่อยู่อีเมลของคุณ

คำแนะนำ/เสนอแนะ/ติชม: (เพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ครั้งต่อไป)

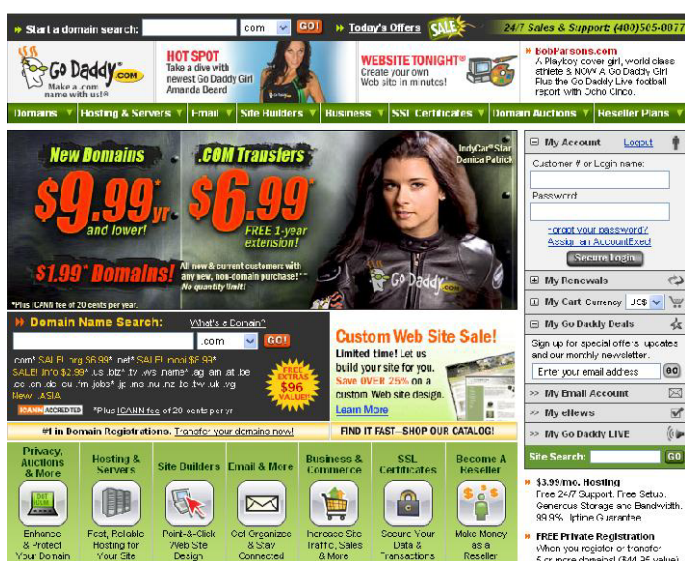
อธิบายคำสั่ง

METHOD="POST" กำหนดให้ Server นำข้อมูลที่รับจากแบบสอบถามไปประมวลผลที่ละบรรทัด

ACTION="question.php" จากนั้นให้ส่งข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลแล้ว ไปยังquestion.phpที่กำหนด

2.2.4 การจดโดเมนกับ Godaddy.com (Godaddy. [ม.ป.ป.])

Godaddy.com เป็นเว็บไซต์การให้บริการจดโดเมน ที่ทางผู้จัดทำโครงการได้ใช้บริการอยู่ในการจดโดเมนในประเทศไทยก็มีหลายเว็บไซต์ที่ให้บริการ หรือสามารถค้นหาผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ได้จาก Search Engine โดยใช้คำค้นเป็น Buy Domain or Hosting เป็นต้น โดยมีผู้ให้บริการอยู่มากมายดังนั้นจึงเป็นการตัดสินใจของท่านที่จะเลือกใช้บริการจากที่ใด แต่ในที่นี้ทางผู้จัดทำได้ใช้ช่องทาง Godaddy.com



ภาพที่ 2.9 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.godaddy.com

2.2.5 การโฆษณาเว็บไซต์ (Google Adwords. [ม.ป.ป.].)

ในการทำโฆษณาเว็บไซต์ให้ผู้คนได้รู้จักก็มีอยู่หลายวิธี เช่น การส่งอีเมลไปประชาสัมพันธ์ในกลุ่มผู้บริโภครที่ท่านมีอีเมลอยู่ แต่ในการส่งอีเมลก็ต้องอย่าส่งไปบ่อย ๆ จะทำให้เป็นการรบกวนผู้บริโภคและเป็นการผิดกฎหมายเกี่ยวกับทางด้านคอมพิวเตอร์ที่ประเทศไทยได้นำมาใช้แล้ว การประชาสัมพันธ์ทาง SMS ซึ่งก็จะได้กลุ่มลูกค้าอีกกลุ่มในทางการโฆษณานี้ก็จะมีผู้ให้บริการจำหน่ายหมายเลขโทรศัพท์มือถือของกลุ่มลูกค้าที่เราต้องการ ในการใช้บริการ SMS ในการโฆษณาก็มีทั้งทางบริการฟรีและเสียเงิน บริการฟรีเช่น www.ttonline.com หรือจะใช้บริการจากผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือก็ได้แต่จะต้องมีการทำข้อตกลงในการใช้บริการตามเงื่อนไขของผู้ให้บริการแต่ละรายไป บริการจากที่เว็บไซต์อื่น ๆ เช่น www.sms.in.th

การใช้บริการประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ไดเรกทอรีโดยเป็นการนำข้อมูลรายละเอียดของเว็บไซต์ไปใส่ไว้ตามเว็บไดเรกทอรีต่าง ๆ ที่ให้บริการ เช่น www.sanook.com เป็นต้น

การทำโฆษณากับผู้ให้บริการ Search Engine ซึ่งเป็นเทรนอยู่ในตอนนี้ และเป็นที่ยอมรับกันดีในการหาข้อมูลทุกอย่างในโลกออนไลน์จะต้องใช้บริการจาก Search Engine เช่น Google, Yahoo, MSN และ Search Engine อื่น ๆ และในการโฆษณานี้จะใช้การโฆษณาแบบ Contextual

Ads เข้าช่วยด้วย ซึ่งอยู่ในรูปแบบของ PPC (Pay Per Click: จ่ายต่อคลิก) เช่นของ Google เมื่อเราทำการโฆษณากับ Google AdWords แล้วนั้น Google ก็จะนำโฆษณาไปไว้ที่ Search Engine Google.com และเมื่อมีการค้นหาข้อมูลแล้วตรงกับ Keyword ที่เราทำการโฆษณาเมื่อมีการคลิกแล้ว จะต้องจ่ายเงินให้กับ Google Adwords ตามอัตราที่ทำการโฆษณาไว้ขั้นต่ำสุดอยู่ที่ \$0.01 และทาง Google ยังมีผู้ช่วยในการโฆษณาอีกอย่างที่จะช่วยในการโฆษณานั้นก็คือ Google AdSense โดยการที่เว็บไซต์ต่าง ๆ ทั่วโลกที่ต้องการใช้บริการ Google AdSense แล้วทำการสมัครบริการดังกล่าวเมื่อนำสคริปของ Google AdSense ไปติดที่เว็บไซต์ทาง Google AdSense จะทำการอ่านเนื้อหาในเว็บไซต์ที่นำสคริปไปติดไว้ ต่อจากนั้น Google AdSense จะนำโฆษณาต่าง ๆ ที่ได้ทำไว้กับ Google AdWords ไปโฆษณาให้ตรงกับเนื้อหาของเว็บไซต์ต่าง ๆ ทำให้การโฆษณามีได้หลายแห่งบนอินเทอร์เน็ต



English (US)

Advertise your business on Google

No matter what your budget, you can display your ads on Google and our advertising network. Pay only if people click your ads.

[Start now»](#)

Your ads appear beside related search results...

People click your ads...

...And connect to your business



Sign in to Google AdWords with your

Google Account

Email:

Password:

[Sign in](#)

[I cannot access my account](#)

Learn about AdWords

How it works

[Why it works](#)

[Costs and payment](#)

[For local businesses](#)

You create your ads

You create ads and choose keywords, which are words or phrases related to your business.

[Get keyword ideas](#)

Your ads appear on Google

When people search on Google using one of your keywords, your ad may appear next to the search results. Now you're advertising to an audience that's already interested in you.



Keywords are what people search for on Google.

ภาพที่ 2.10 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.com/adwords/

English (US) [Help Center](#)

Earn money from relevant ads on your website
Google AdSense matches ads to your site's content, and you earn money whenever your visitors click on them.

Sign up now »

Existing AdSense users:
Sign in to Google AdSense with your **Google Account**
Email:
Password:
Sign in
[I cannot access my account](#)

Place ads on your site

Learn about AdSense

Products	AdSense for content automatically crawls the content of your pages and delivers ads (you can choose both text or image ads) that are relevant to your audience and your site content—ads so well-matched, in fact, that your readers will actually find them useful.
Putting ads on your site	
Where do the ads come from?	
Show only appropriate ads	

AdSense for search allows website publishers to provide Google web and site search to

ภาพที่ 2.11 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.com/adsense/

สำหรับการให้บริการ Search Engine MSN เป็นบริการที่น่าสนใจอีกที่ซึ่งการให้บริการของ Search Engine MSN นี้จะให้บริการของการโฆษณา Keyword ที่การโฆษณาที่ราคาต่ำสุดอยู่ที่ \$0.05 ซึ่งก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งเป็นต้น

Microsoft adCenter

Start advertising online with Microsoft today
Clicks. Leads. Sales. We're here to help you grow your business. Get started with \$5. Pay only when someone clicks your ad.

What
What is adCenter?
Microsoft adCenter is Pay-per-click advertising for budgets of all sizes.
[Tell me more ...](#)

How
How it works.
Create a campaign. Bid on keywords. Drive traffic.
[Show me a demo ...](#)

Learn
Learn more.
Explore Microsoft adCenter help, support and FAQs.
[Tell me more ...](#)

Success
Success stories.
Read how advertisers use adCenter to increase sales.
[Tell me more ...](#)

New to Microsoft adCenter?
Start advertising right away.
Sign Up Today

Already a member? Sign in.
User name:
Password:
 Remember me **Sign In**
[Forgot your user name or password?](#)

© 2007 Microsoft | [Legal](#) | [Microsoft Privacy](#) | [adCenter Labs](#)


ภาพที่ 2.12 หน้าแรกของเว็บไซต์ adcenter.microsoft.com

2.2.6 Commission Junction Program (Commission Junction Program. [ม.ป.ป.])

ในโครงการนี้ได้มีการนำตัวกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวบางส่วนมาใช้เนื่องจากการติดต่อขอข้อมูลบริการและจัดจำหน่ายจากผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ไม่ค่อยได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควรจึงได้ใช้บริการจากผู้ให้บริการตัวแทนโฆษณาขายสินค้าโดยเมื่อนำสินค้าหรือบริการมาทำการติดไว้ที่เว็บไซต์แล้วมีการคลิกไปยังผู้ให้บริการหลักเมื่อมีการซื้อขายการเกิดขึ้นจะทำได้ค่าคอมมิชชั่นเป็นสิ่งตอบแทนจากผู้บริการตัวกลางซึ่งเรียกกันว่า Affiliate Networks โดยมีผู้ให้บริการตัวกลางที่ได้ใช้ในโครงการนี้คือ Commission Junction หรือ CJ โดยเป็นผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือโดยมีระบบ Tracking ตรวจสอบที่มีความน่าเชื่อถือสูง

The image shows the homepage of Commission Junction. At the top, there is a navigation bar with links for Advertisers, Publishers, News & Events, CJU, and About Us, along with a search bar. The main content area features a large banner with the text "It's About Performance. Performance Optimization, Commission Junction" and a "learn more" button. To the right of the banner is a "CLIENT LOGIN" form with fields for Email and Password, and a "login" button. Below the banner, there are three columns of text: "COMMISSION JUNCTION, A VALUECLICK, INC. COMPANY, IS A GLOBAL LEADER IN THE ONLINE ADVERTISING CHANNELS OF AFFILIATE MARKETING AND MANAGED SEARCH", "advertisers" (Drive quality results and extend your reach by partnering with affiliate marketing's most productive network of publishers...), and "publishers" (Maximize your revenue opportunities by developing sustainable relationships with top-tier advertisers...).

ภาพที่ 2.13 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.cj.com

Home Account Get Links Run Reports Mail									
General Categories Advertiser List SmartZone Settings By Relationship									
Get Links - Advertiser List									
Search Advertisers Travel tour Find									
Language and Targeted Area Filter ON / OFF									
Advertiser Search Results									
Results 1 - 18 of 18									
<input checked="" type="checkbox"/> Apply to Program <input type="checkbox"/> Select All									
	Advertiser	3 Month EPC (USD)	7 Day EPC (USD)	Network Earnings	Sale	Lead	Click	Status	Category
<input type="checkbox"/>	Odysseys Unlimited Travel » View Links	\$73.07	\$69.14	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	Lead: \$5.75 USD			Declined Application	Vacation
<input type="checkbox"/>	Grand Canyon Tour Company » View Links	\$8.48	\$5.40	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	Sale: \$7.50 USD			Declined Application	Vacation
<input type="checkbox"/>	Viator- tours, activities and things to do on vacation » View Links » View Products	\$19.71	\$21.72	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	Sale: 4.00% USD			Declined Application	Vacation
<input type="checkbox"/>	 Superbreak.com » View Links » View Products	\$17.16	\$20.12	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	Sale: 5.30% - 6.00% GBP			Active	Hotel
<input type="checkbox"/>	The Co-operative Group » View Links	New	New	New	Sale: 1.50% - 6.00% GBP			No Relationship	Vacation

ภาพที่ 2.14 แสดงรายละเอียดบางส่วนของสินค้า www.cj.com

2.3 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาระบบ

นอกจากทางด้านทฤษฎีที่กล่าวมาแล้ว ยังมีด้านเทคโนโลยีและเทคนิคที่จะนำมาใช้ในโครงการนี้ด้วย ซึ่งจะประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

2.3.1 การนำ php ใช้ในโครงการ (PHP Hypertext Preprocessor. [ม.ป.ป.].)

ความสามารถของ PHP นั้นในความสามารถพื้นฐานที่ภาษาสคริปต์ทั่ว ๆ ไปนั้น PHP ก็มีความสามารถทำได้ทัดเทียมเช่นเดียวกัน เช่น การรับข้อมูลจากฟอร์ม การสร้าง Content ในลักษณะ Dynamic รับส่ง Cookies สร้าง เปิด อ่าน และปิดไฟล์ในระบบ การรองรับระบบจัดการฐานข้อมูลมากมายดังนี้

Adabas D	Ingres	Oracle (OCI7 and OCI8)
Dbase	InterBase	Ovrimos
Empress	FrontBase	PostgreSQL
FilePro (read-only)	mSQL	Solid
Hyperwave	Direct MS-SQL	Sybase

IBM DB2	MySQL	Velocis
Informix	ODBC	Unix dbm

แต่ตัวจัดการฐานข้อมูลที่ทาง NINETO E-MAGAZINE ONLINE เลือกมาใช้ในบทความนี้คือ MySQL เหตุที่เลือกตัวนี้คือ เป็นที่นิยมกว้างขวางและประเด็นหนึ่งที่จะต้องพิจารณาคือ Free เพราะ MySQL จัดเป็น Software ประเภท Freeware รองรับ OS ได้หลายระบบด้วยกัน

Protocol Support ความสามารถในการรองรับโปรโตคอลหลายแบบทั้ง IMAP, SNMP, NNTP, POP3, HTTP และยังมีไลบรารีสำหรับติดต่อกับแอปพลิเคชันได้มากมาย มีความยืดหยุ่นสูงสามารถนำไปสร้างแอปพลิเคชันได้หลากหลาย และอีกข้อดีหนึ่งที่โดดเด่นคือของ PHP ก็คือสามารถแทรกลงในแท็ก HTML ในตำแหน่งใดก็ได้

2.3.2 การใช้งาน PHP จะต้องมีส่วนประกอบดังนี้

เนื่องจากว่า PHP ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของตัว Web Server ดังนั้นถ้าจะใช้ PHP ก็จะต้องดูก่อนว่า Web server นั้นสามารถใช้สคริปต์ PHP ได้หรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น PHP สามารถใช้ได้กับ Apache Web Server และ Personal Web Server (PWP) สำหรับระบบปฏิบัติการ Windows 95/98/NT ในกรณีของ Apache เราสามารถใช้ PHP ได้สองรูปแบบคือ ในลักษณะของ CGI และ Apache Module ความแตกต่างอยู่ตรงที่ว่า ถ้าใช้ PHP เป็นแบบโมดูล PHP จะเป็นส่วนหนึ่งของ Apache หรือเป็นส่วนขยายในการทำงานนั่นเอง ซึ่งจะทำงานได้เร็วกว่าแบบที่เป็น CGI เพราะว่า ถ้าเป็น CGI แล้ว ตัวแปลชุดคำสั่งของ PHP ถือเป็นแค่โปรแกรมภายนอก ซึ่ง Apache จะต้องเรียกขึ้นมาทำงานทุกครั้งที่ต้องการใช้ PHP ดังนั้น ถ้ามองในเรื่องของประสิทธิภาพในการทำงาน การใช้ PHP แบบที่เป็นโมดูลหนึ่งของ Apache จะทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่า

2.3.4 การใช้งานฟังก์ชันของ PHP

ในโครงการนี้ได้ใช้ฟังก์ชันของ PHP อยู่หลายส่วนด้วยกันในการจะดูข้อมูลฟังก์ชันของ PHP จะมีคำสั่งในการเรียกดูฟังก์ชันต่าง ๆ ดังนี้

```
<? phpinfo(); ?>
```

หลังจากได้ทำการเขียนคำสั่งดังกล่าวแล้วให้นำไฟล์ไปไว้ที่ Web Server ทำการเรียกไฟล์ phpinfo ยังบอกรายละเอียดอื่นไว้ด้วยดังรูป



001Gb | [เว็บโฮสติ้ง](#) | [เว็บไซต์สำเร็จรูป](#) | [แอดโดเม인이름](#) | [ชื่อผ่านแอดการให้บริการ](#) | [เกี่ยวกับบริษัท](#) | [ติดต่อบริษัท](#) | [ข่าว](#)



System	FreeBSD ec1.001gb.com 6.0-RELEASE FreeBSD 6.0-RELEASE #0: Thu Nov i386
Build Date	Dec 24 2004 16:23:09
Configure Command	'./configure' '--with-apxs=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/apache/files/apxs' '--prefix=/usr/local/psa/apache' '--with-regex=php' '--with-config-file-path=/usr/local/psa/apache/conf' '--enable-sockets' '--enable-track-vars' '--with-mysql=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/release/dist/usr/local/psa/mysql' '--with-pgsql=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/release/dist/usr/local/psa/postgresql' '--with-iodbc=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--with-imap=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--with-gd' '--with-jpeg-dir=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--with-png-dir=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--without-tiff' '--without-pdflib' '--with-gettext=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--with-openssl=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/release/openssl' '--with-zlib' '--with-xml' '--disable-debug' '--enable-pear' '--without-iconv' '--with-mhash=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--with-curl=/usr/home/builder/pb_work_dir/php_4.3.10_hotfix_7.0.4/psa/lib/dist' '--enable-static'
Server API	Apache

ภาพที่ 2.15 แสดงลักษณะข้อมูลต่าง ๆ ของ PHPINFO จากเว็บไซต์ 001GB.com

ก. ฟังก์ชันในการทำงานของการรับส่งค่า ในส่วนของแบบสอบถามจะทำการส่งค่าจากฟอร์มโดยใช้หลักการ POST ร่วมกับภาษา PHP ในการส่งข้อมูลและตรวจสอบเงื่อนไขในการส่งโดยมีรายละเอียดดังนี้

```
<?session_start();?>
```

```
<table align=center width=750 cellpadding=1 cellspacing=1 border=0>
```

```
<form name="contactFrm" onsubmit="return contact_check();"

```

```
action=question_post.php method=post></tr>
```

```
<td height=40 width=200><font color=#FF0000>*&nbsp;  </font><b>2. เพศ /
```

```
Gender</b></td>
```

```
<td height=40 width=450 ><input name=gender type=radio value="1" <?if
```

```
(&_SESSION["gender"]="1"){echo "checked";}?> >&nbsp;  <input type=radio value="2" />ชาย/ Male</td>
```

```
</tr></form> </table>
```

อธิบายคำสั่ง

METHOD="POST"	กำหนดให้ Server นำข้อมูลที่รับจากแบบสอบถามไปประมวลผลที่ละบรรทัด
ACTION="question_post.php"	จากนั้นให้ส่งข้อมูลผ่านการประมวลผลแล้ว ไปยัง question_post.phpที่กำหนด
<?if (\$_SESSION["gender"]="100"){ echo "checked";}> >&	ทำการตรวจสอบเงื่อนไขในการรับค่ากลับมาว่าค่าของ gender มีค่าที่ส่งกลับมาเท่ากับ 100 หรือเปล่าถ้าใช่ให้ทำการคงค่าการเลือกไว้ที่เพศหญิง

ในการส่งค่าของการเก็บพฤติกรรมจากเว็บไซต์โดยใช้หลักการเหมือนกับผู้ให้บริการรายอื่นและสามารถทำการหาหลักการได้จาก Open Source เช่นจาก www.adlogger.com ในภาพรวมแล้วมีหลักการดังภาพที่ 2.16 โดยหลักการเมื่อได้ค่า Java Scrip มาแล้วให้นำสคริปที่ได้มาไปติดตั้งเว็บไซต์เพื่อทำการเก็บพฤติกรรมในการเข้าใช้งานในแต่ละครั้งโดยในเว็บไซต์ที่นำเอาสคริปไปติดตั้งนั้นจะต้องรองรับการใช้งานของ Java Scrip ด้วยไม่อย่างนั้นจะไม่มีค่าส่งค่าต่าง ๆ มาให้และในการส่งค่ามาสามารถนำค่าบางอย่างที่กำหนดไว้เพื่อใช้ในการกำหนดเป็นรหัสผ่านในการเข้าไปเก็บข้อมูลในฐานข้อมูลเช่น

```
<SCRIPT LANGUAGE="javascript">host="taksintravel.com";stats="k9thPar";</SCRIPT>
```

```
<script LANGUAGE="javascript" src="http://www.travra.com/stats.js" type="text/javascript"></script>
```

โดยตัวแปล Host=taksintravel.com หมายความว่าสคริปนี้มาจาก taksintravel.com และนำค่าดังกล่าวไปทำการเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลว่าใช้หรือไม่แล้วจึงอนุญาตในการบันทึกข้อมูลได้เช่นเดียวกับหลักการของ Google.com ดังนี้

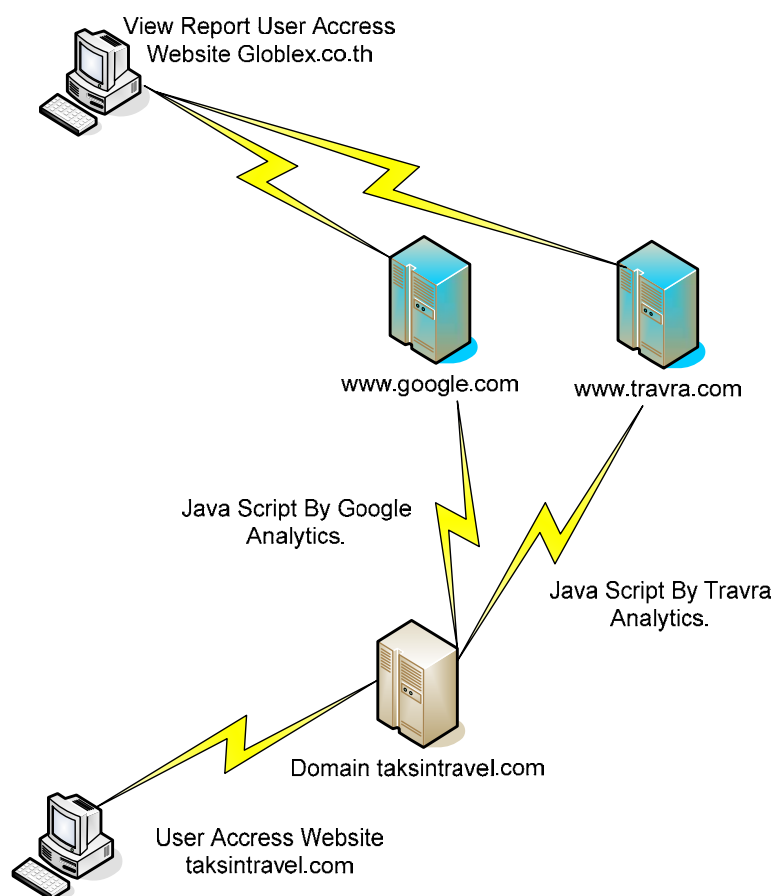
```
<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript"></script>
```

```
<script type="text/javascript">
```

```
_uacct = "UA-657138-1";
```

```
urchinTracker();
```

```
</script>
```

ภาพที่ 2.16 แสดงการส่งค่าการเก็บพฤติกรรมจาก Java Scrip

ข. ฟังก์ชันในการติดต่อฐานข้อมูล จะใช้ ADODB ในการจัดการกับฐานข้อมูล เพื่อให้งานต่อการจัดการในการติดต่อกับฐานข้อมูลหรือการเปลี่ยนการติดต่อกับฐานข้อมูลชนิดอื่น ๆ จะเป็นการง่ายต่อการแก้ไขดังตัวอย่างต่อไปนี้

<?

```
include_once(dirname(__FILE__)."/adodb/adodb.inc.php");
```

```
$HOSTNAME = "localhost";
```

```
$DBTYPE = "mysql";
```

```
$DATABASE = 'stats123';
```

```

$USERNAME = 'taksintravel';
$PASSWORD = 'password';
ADOLoadCode($DBTYPE);
$conn=&ADONewConnection($DBTYPE);
$conn->Connect($HOSTNAME, $USERNAME, $PASSWORD, $DATABASE);
unset ($PASSWORD);
?>

```

ค. ฟังก์ชันในการถอดรหัส URL ในโครงงานนี้ในส่วนของการเก็บข้อมูล พฤติกรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์จะมีการเก็บข้อมูลที่มาจกเว็บไซต์อื่น ๆ โดยมีบางส่วนที่มาจาก Search Engine ที่มีการค้นหาทำให้มีการเข้ารหัสของ URL ไม่สามารถทราบได้ว่าความหมายที่ทำการค้นหานั้นคืออะไรจึงต้องใช้ฟังก์ชันของ PHP ในการถอดรหัสออกมาดังนี้

```

<?php
$a = explode('&', $QUERY_STRING);
$i = 0;
while ($i < count($a)) {
    $b = split('=', $a[$i]);
    echo 'Value for parameter ', htmlspecialchars(urldecode($b[0])),
        ' is ', htmlspecialchars(urldecode($b[1])), "<br />\n";
    $i++;
}
?>

```

ง. ฟังก์ชันในการส่งอีเมล ที่นำมาใช้สำหรับการส่งแบบสอบถามของโครงการนี้ โดยมีฟังก์ชันการส่งอีเมลดังนี้

```

<?php
$to = 'nobody@example.com';
$subject = 'the subject';

```

```

$message = 'hello';

$headers = 'From: webmaster@example.com' . "\r\n" .
'Reply-To: webmaster@example.com' . "\r\n" .
'X-Mailer: PHP/' . phpversion();

mail($to, $subject, $message, $headers);

?>

```

จ. ฟังก์ชันในการตรวจสอบ IP Address ในโครงงานนี้ต้องการตรวจสอบว่าผู้
ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นมาจากที่ใด ซึ่งวิธีการที่ง่ายและเป็นที่ยอมรับใช้กันก็คือการตรวจสอบ IP
Address ของเครื่องผู้ชมที่เปิดดูเว็บไซต์ โดยหลักการในการตรวจสอบ IP Address นี้ทำได้โดยการ
ตรวจจาก Predefined Variable ของเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่เราใช้งานอยู่ ซึ่ง Predefined Variable จะเป็นตัว
แปรที่สร้างขึ้นมาโดยอัตโนมัติทุกครั้งที่มีการรันสคริปของ PHP Predefine Variable ที่เก็บค่า IP
Address ของผู้บริโภคว่าก็คือ REMOTE_ADDR (IP3) ดังนั้นเมื่อต้องการตรวจสอบค่า IP Address
ของผู้บริโภค เราจะใช้ฟังก์ชัน Getenv ในการดึงเอาค่าของ Predefined Variable นี้มาเก็บไว้ในตัว
แปร IP ดังนี้

```

<?
function ip1()
{
    if (isset($_SERVER["HTTP_X_FORWARDED_FOR"]))
    {
        return $_SERVER["HTTP_X_FORWARDED_FOR"];
    }
    else
    {
        return getenv( 'HTTP_X_FORWARDED_FOR' );
    }
}

```

```
function ip2()
{
    if (isset($_SERVER["HTTP_CLIENT_IP"]))
    {
        return $_SERVER["HTTP_CLIENT_IP"];
    }
    else
    {
        return getenv( 'HTTP_CLIENT_IP' );
    }
}

function ip3()
{
    if (isset($_SERVER["REMOTE_ADDR"]))
    {
        return $_SERVER["REMOTE_ADDR"];
    }
    else
    {
        return getenv( 'REMOTE_ADDR' );
    }
}
?>
```

IP 1 = HTTP_X_FORWARDED_FOR

IP 2 = HTTP_CLIENT_IP

IP 3 = REMOTE_ADDR

จะเห็นได้ว่าฟังก์ชันที่ใช้สามารถตรวจสอบ IP Address ของผู้บริโภคดีในระดับหนึ่ง นั่นคือ IP3 แต่จะมีปัญหาในกรณีที่คอมพิวเตอร์ผู้บริโภคได้ทำการปรับแต่งเครื่องให้ใช้ Proxy Server ซึ่งแทนที่เราจะได้ IP Address ของเครื่องผู้บริโภค เราก็จะได้รับ IP Address ของ Proxy Server แทน หรือในบางกรณีอาจจะได้ IP Address ของ Cache Server ของ ISP ที่ผู้บริโภคได้ใช้บริการอยู่ ดังนั้น ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์นี้ตัวแปร REMOTE_ADDR จะไม่ได้เก็บ IP Address ที่แท้จริงของเครื่อง ผู้บริโภคแต่จะเก็บ IP Address ของ Proxy Server หรือ Cache Server และจะเกิดตัวแปร HTTP_X_FORWARDED_FOR ขึ้นมา ซึ่งจะเป็นตัวแปรที่เก็บ IP Address ที่แท้จริงของเครื่อง ผู้บริโภคแทน ดังนั้นจะทำการเพิ่มฟังก์ชันข้างต้นเพื่อให้เก็บ IP Address ได้อย่างถูกต้อง นั่นคือ ฟังก์ชัน IP1 ในกรณีที่เป็น HTTP_CLIENT_IP จะเป็นค่าตัวแปร ที่บอกถึง IP จริงและ IP จากเครื่อง ลูกข่าย

สำหรับชื่อของ Predefined Variable ที่ใช้ในที่นี่คือ REMOTE_ADDR และ HTTP_X_FORWARDED_FOR อาจจะมีชื่อที่แตกต่างกันไปได้ ขึ้นอยู่กับว่าใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์อะไร โดย ในที่นี่จะอ้างอิงเฉพาะ Apache Web Server แต่ถ้าเราใช้ Web Server อื่นนอกจาก Apache และ ต้องการตรวจสอบว่ามี Predefined Variable อะไรบ้างก็สามารถตรวจสอบได้ โดยใช้ฟังก์ชัน phpinfo() เพื่อตรวจสอบดังได้กล่าวไว้แล้ว

2.3.5 การใช้งาน No-IP ในโครงการนี้ (The Dynamic DNS Leader. [ม.ป.ป.])

No-IP คืออะไรและนำมาใช้งานอะไรในโครงการนี้ NO-IP คือการให้บริการของ เว็บไซต์ www.no-ip.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำหรับจดโดเมนแบบฟรีแต่จะมีชื่อยาว ในโครงการนี้ได้มีการใช้งาน Web Server ที่มีการติดตั้งขึ้นมาสำหรับรองรับการใช้งาน SMS ของ Ozeki SMS Server จึงได้มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ PC มาทำเป็น Web Server ในการรองรับ PHP และฐานข้อมูล Mysql โดย Web Server ดังกล่าวจะมีการติดตั้งโปรแกรม SMS ไว้แล้วทำการต่อเข้ากับ โทรศัพท์มือถือเพื่อทำการส่ง SMS ในกรณีที่มีการจองแพ็คเกจทัวร์เกิดขึ้น ทั้งนี้เครื่องคอมพิวเตอร์ จะต้องทำการต่ออินเทอร์เน็ตโดยผ่าน ADSL จึงทำให้ IP Address ของเครื่องเปลี่ยนไปตลอดโดยการ เปลี่ยนแปลงนี้เองจะทำให้ Web Server ของ taksintravel.com ไม่สามารถทำการติดต่อได้ในกรณีที่ ADSL Router ทำการเปลี่ยน IP Address ไปวิธีการแก้ไขโดยการใช้บริการ www.no-ip.com หรือผู้ ให้บริการรายอื่น ๆ แต่ในที่นี้ใช้บริการของ No-IP เมื่อทำการใช้บริการแล้วเราจะได้โดเมนมาซึ่งเราจะ

ใช้โดเมนนี้แทน IP Address ทำให้การติดต่อระหว่างเว็บไซต์ www.taksintravel.com ในการส่ง SMS ได้

ภาพที่ 2.17 หน้าแรกเว็บไซต์ www.no-ip.com

2.3.6 การใช้งานในส่วนของ Web Server

ในโครงการนี้ได้มีการใช้ Web Server ที่เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลโดยมีระบบปฏิบัติการเป็น Windows XP และใช้งาน Web Server เป็น Apache Version 2.0.59 มีฐานข้อมูลเป็น MySql Version 5.0.27 ภาษา PHP Script Version 4.4.5 และ phpMyAdmin Database Manager Version 2.9.2 โดยทั้งหมดนี้มาจาก AppServ Open Project 2.4.48 for Windows

สำหรับส่วน Hosting ของผู้ให้บริการ ประกอบไปด้วยผู้ให้บริการต่างประเทศได้แก่ www.Godaddy.com และผู้ให้บริการในประเทศได้แก่ www.domainsiam.com

2.3.7 การใช้งาน IP Address (IP Address Country. [ม.ป.ป.])

ในโครงการนี้ได้ใช้งาน IP Address ในการตรวจสอบเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เข้ามาใน เว็บไซต์เพื่อทำการตรวจสอบว่ามาจากประเทศอะไรโดยทำการตรวจสอบจาก IP Address ในการเข้า ใช้งานโดย IP Address ที่ทำการตรวจสอบนี้จะใช้ฟังก์ชันของ PHP ตรวจสอบและนำมาเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลเพื่อเลือกว่ามาจากประเทศอะไรโดยนำข้อมูล IP Address ที่ให้ใช้งานฟรีมาทำการ ทดลองใช้งานโดยข้อมูล IP Address นี้ อาจจะไม่ถูกต้องนักเพราะเป็นการทดลองใช้งานถ้าต้องการ ความถูกต้องจะต้องทำการซื้อข้อมูลและจะมีการปรับปรุงข้อมูลตลอดโดยข้อมูลที่นำมาใช้ในโครงการ นี้ได้มาจาก www.ip2location.com/free.asp

2.3.8 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

- ก. Editplus Version 2.31 ใช้ในการแก้ไขโปรแกรมต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในเว็บไซต์
- ข. Adobe Photoshop 7 ใช้ในการแก้ไขรูปภาพ
- ค. โปรแกรม Microsoft Visio 2003 ใช้ในการออกแบบ
- ง. โปรแกรม FTP ใช้ในการส่งไฟล์สคริปไปยังเว็บไซต์

2.3.9 การป้องกันความปลอดภัย

การทำโครงการนี้มีระบบป้องกันคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่นำมาเป็น Web Server โดยใช้โปรแกรมป้องกันคือ Kerio Personal Firewall ในการป้องกันการเข้าใช้งานโดยการใช้งาน บางอย่างต้องได้รับการอนุญาตในการใช้โปรแกรมต่าง ๆ จากผู้ดูแลระบบ

โปรแกรมป้องกันไวรัสเพื่อไม่ให้ Web Server ติดไวรัสซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพในการ ทำงานน้อยลงไปประกอบไปด้วย Trend Micro Office Scan 8 และ AVG 7.5

2.3.10 การใช้งาน SMS Ozeki Message Server (OZEKI SMS. [ม.ป.ป.])

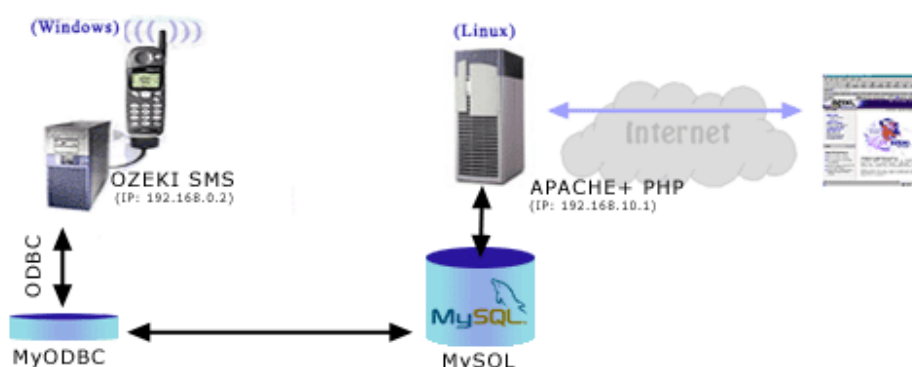
โครงการนี้ใช้โปรแกรม SMS Ozeki Message Server สำหรับส่ง SMS ในกรณีที่ ผู้บริโภคจองแพคเกจจตุรัสเพื่อให้ผู้บริการติดต่อกับไปยังผู้บริโภค หลักการทำงานของโปรแกรมจะใช้ เป็นฐานข้อมูล MySql ร่วมกับ PHP ในการตรวจสอบข้อมูลแล้วทำการส่ง SMS ซึ่งระบบนี้เป็นการ

ทดสอบดังนั้นอาจจะมีข้อความแจ้งว่าเป็นโปรแกรมทดสอบ โดยโปรแกรมดังกล่าวได้เชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ Nokia 7250 ในโปรแกรม

เครื่องเซิร์ฟเวอร์สำหรับส่ง SMS เป็นระบบของ OZEKI ซึ่งถือได้ว่ามีความสามารถที่สุดของซอฟต์แวร์ในการส่ง SMS โดยสามารถส่งข้อความให้กับแอปพลิเคชันอื่น ๆ และสามารถส่งตอบข้อความในเวลาใดก็ได้ให้กับผู้รับ

สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ที่ต้องการใช้งานในระบบการส่ง SMS โดยที่ไม่ต้องการใช้บริการจากผู้ให้บริการโดยตรง เนื่องจากการขอใช้บริการกับผู้บริการโดยตรงจะเหมาะกับการส่งข้อความจำนวนมาก ๆ และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่

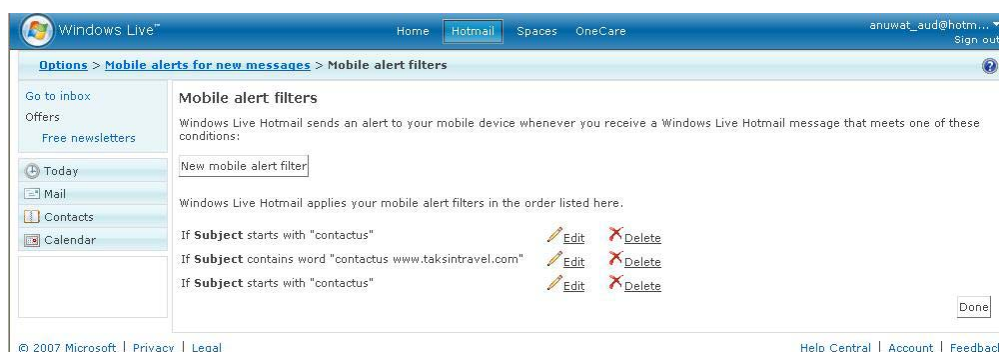
ภาษาสคริป PHP และ MySQL เป็นการรวมที่ดีที่สุดสำหรับเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์ที่ต้องการส่งข้อความผ่าน SMS เข้าไปในแอปพลิเคชันต่าง ๆ สามารถทำได้ ไม่ว่าจะเซิร์ฟเวอร์นั้นจะเป็น Linux, Solaris, MacOSX และ ระบบ Windows โดยต้องติดตั้งระบบ OZEKI เข้าไปที่เซิร์ฟเวอร์นั้น



ภาพที่ 2.18 การส่งข้อความ SMS สำหรับ PHP ด้วย OZEKI(<http://www.ozeki.hu>)

2.3.11 การใช้งาน SMS จาก www.hotmail.com (Hotmail SMS. [ม.ป.ป.])

การใช้บริการ SMS จาก www.hotmail.com โดยนำไปประยุกต์ใช้งานกับการจองแพ็คเกจทัวร์ โดยเมื่อมีการจองเกิดขึ้นระบบจะส่งอีเมลไปที่ www.hotmail.com และเปิดใช้งานการแจ้งเตือนผ่านทาง SMS และกำหนดเงื่อนไขในการส่ง SMS เป็นต้น



ภาพที่ 2.19 แสดงการกำหนดเงื่อนไขในการส่ง SMS จาก www.hotmail.com

2.3.12 การใช้งาน Chart Director (Chart Director. [ม.ป.ป.])

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบกันนั้นจะมองได้ยากถ้าจะนำข้อมูลขึ้นแสดงบนเว็บไซต์ เพื่อทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านเว็บไซต์ ทั้งจากในประเทศไทย และต่างประเทศ ดังนั้นควรจะแสดงผลออกมาเป็นแผนภูมิ เพื่อที่จะช่วยให้ผู้บริหารดูข้อมูลได้ง่ายและตัดสินใจในข้อมูลต่าง ๆ ผู้จัดทำจึงนำเทคโนโลยีการแสดงผลเป็นแผนภูมิเข้ามาใช้งาน นั่นคือ Chart Director ร่วมกับ PHP Chart Director คือ ส่วนประกอบของแผนภูมิสำหรับการสร้างแผนภูมิเพื่อใช้ใน Web Site และ Windows Application



ภาพที่ 2.20 ตัวอย่างแผนภูมิ Chart Director

บทที่ 3

การวิเคราะห์ระบบ

ขั้นตอนของการดำเนินงานในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ เริ่มต้นจากการศึกษาปัญหาและขั้นตอน ต่างๆ ของระบบเดิมจนกระทั่งได้ระบบมาใช้งานในการเก็บพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวอย่างของงานที่นำมาใช้ในการพัฒนาเพิ่มเติม คือ www.angeltourthailand.com

The screenshot shows the homepage of the website www.angeltourthailand.com. The header features the "Angel Tour" logo and a navigation menu with items like "หน้าแรก", "โปรแกรมทัวร์", "จองโรงแรม", "การจองทัวร์และชำระเงิน", "ติดต่อเรา", "เว็บบอร์ด", "story", and "Log in". Below the header, there are several sections:

- everyday package**: A list of packages with "NEW!" tags, including "เกาะสันตา-ทะเลตรัง", "เกาะเหลาเหลียง", "กระบี่-เจาะลึกพีพี พายแคนู", and "เกาะเต่า-นางยวน".
- group package**: A list of packages, including "ชมทุ่งดอกกระเจียว-สุดแผ่นดิน", "ดิน-ป่าหินงาม-ทะเลหมอก-น้ำตกวังก้านเหลือง-เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์", and "เกาะเต่า-นางยวน".
- join us free**: A search bar with the text "Search by GOOGLE".
- Angel's talk**: A section with the title "ควีนหลงงานลครระหน่าเที่ยววันธรรมดาที่ไม่ธรรมดาครั้งที่ 2" and a sub-heading "สวีสวีคะ". The text discusses travel experiences and offers a "WONDERFUL PACKAGE" for those who book a tour.
- Hot package tour**: A section with the title "เกาะเต่า-นางยวน UPDATE".

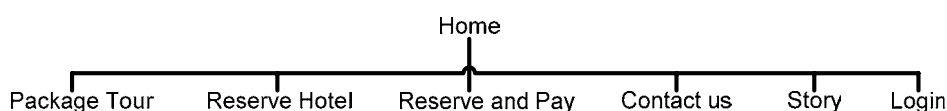
At the bottom right, there is a timestamp: "ณั้วหนกกันอีกครั้งคะ คัม Angel tour [2004-06-23 12:19:20]"

ภาพที่ 3.1 ภาพหน้าแรกของเว็บไซต์ www.angeltourthailand.com

3.1 ลักษณะองค์กร

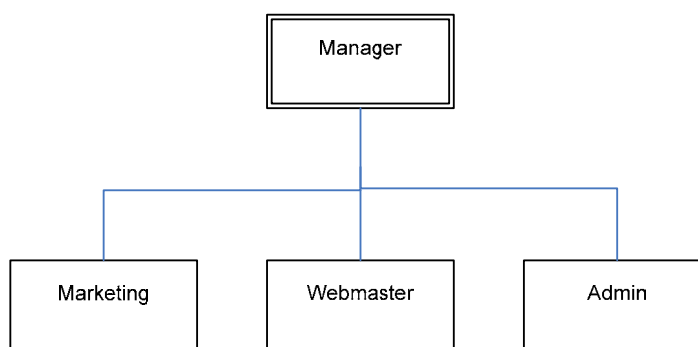
เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการจองแพ็คเกจทัวร์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยผู้บริโภคมารถจองแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ โดยทางบริษัทจะแจ้งข้อมูลทัวร์ต่าง ๆ ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ โดยอาจเป็นรูปแบบทัวร์แบบกลุ่มหรือในลักษณะอื่น โดยสามารถจองผ่านระบบโดยเมื่อมีการจองระบบจะส่งอีเมลไปให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบอีเมลและติดต่อกลับไปหาผู้บริโภค เพื่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมหลังจากนั้นผู้บริโภคมารถจ่ายเงินให้กับผู้ให้บริการเป็นการจบกระบวนการในการจองแพ็คเกจทัวร์ โดยการให้บริการในส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการท่องเที่ยวในภาคใต้

3.1.1 โครงสร้างเว็บไซต์ (Site map)



ภาพที่ 3.2 แผนผังโครงสร้างเว็บไซต์ www.angeltourthailand.com

3.1.2 แผนผังองค์กร



ภาพที่ 3.3 แผนผังองค์กร

Manager 1 คน

- ดูแลภาพรวมขององค์กร
- กำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ
- บริหารจัดการค่าใช้จ่ายในองค์กร

Marketing

- ติดต่อลูกค้าและหากกลุ่มลูกค้าเพื่อเข้ามาใช้บริการ
- นำเสนอข้อมูลลูกค้าให้กับ Admin ในการประชาสัมพันธ์

Webmaster

- ดูแลเนื้อหาบนเว็บไซต์
- นำเสนอข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์

Admin

- ส่งจดหมายประชาสัมพันธ์
- งานอื่น ๆ ภายในองค์กร

3.2 เทคนิคการรวบรวมข้อมูลในการทำโครงการนี้

การทำโครงการครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งโดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

3.2.1 การรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ ที่มีการให้บริการในการเก็บพฤติกรรมผู้บริโภค ในที่นี้จะนำมาเพื่อจัดเก็บข้อมูลการใช้งานในแต่ละหน้าเพจเพื่อหาปริมาณความสนใจของการเข้าดูข้อมูลในแต่ละหน้า โดยมีข้อมูลท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดให้อ่านและจัดเก็บข้อมูลในการเข้ามาดูสำหรับโปรแกรมได้ค้นหาจากเว็บไซต์ Search Engine เช่น Goolge.com จากการค้นหาปรากฏว่ามีผู้ให้บริการอยู่มากทั้งแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย และแบบเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะค้นหาในรูปแบบการให้ฟรีโปรแกรมเพื่อนำมาเป็นแนวทางจัดเก็บข้อมูลและสะดวกในการใช้งาน โดยหลักการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมจะมีส่วนของการจัดเก็บที่คล้ายกัน โดยประกอบไปด้วย

- ก. การจัดเก็บหน้าเพจที่เข้าใช้งาน เพื่อทราบเป็นสถิติในการเข้าดู
- ข. ชื่อของ Browser ที่ใช้ในการเปิดดู เพื่อให้ทราบถึงสถิติการใช้งาน และทำให้เป็นข้อมูลสนับสนุนให้กับผู้พัฒนาเว็บไซต์
- ค. เวอร์ชันของ Browser ที่ใช้ในการเปิดดู

ง. ขนาดของหน้าจอที่ใช้และสี ในการเก็บข้อมูลนี้จะทำเป็นข้อมูลให้กับผู้พัฒนาโปรแกรมในการออกแบบหน้าจอรองรับ หรือเป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตหน้าจอคอมพิวเตอร์ก็ได้

จ. แหล่งที่มาของการเข้าใช้งานเว็บไซต์ จะทำให้ทราบถึงแนวทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ทราบถึงการประชาสัมพันธ์ผ่าน Search Engine ว่าควรแสดงข้อความการประชาสัมพันธ์เป็นแบบใดเพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด

ฉ. ประเทศที่เข้าดูหน้าเว็บเพจ ทำให้ทราบกลุ่มผู้บริโภคความจากประเทศอะไรบ้าง

ช. วันเวลาในการเข้าใช้งาน ทำให้ทราบถึงความต้องการผู้บริโภคที่จะเริ่มวางแผนการท่องเที่ยวโดยดูเป็นปริมาณที่เข้ามาใช้งาน

ซ. IP Address ที่เข้ามาใช้งานเพื่อทราบถึงจำนวนเครื่องที่เข้ามาใช้งาน

เมื่อได้ข้อมูลต่าง ๆ แล้ว ก็จะนำมาออกเป็นรายงานเพื่อให้ทราบถึงแนวทางของการปรับปรุงเว็บเพจในหลาย ๆ เรื่อง เช่น การปรับปรุงปริมาณในการเข้ามาที่เว็บเพจ การปรับปรุงเว็บเพจได้ในอนาคต

3.2.2 การสร้างรายงานเป็นรูปแบบกราฟ ทำโดยการหาข้อมูลจาก Search Engine เพื่อใช้ในการสร้างกราฟออกเป็นรายงานประกอบ

3.2.3 การค้นหาระบบที่รองรับการส่ง SMS ในกรณีที่มีการจองแพ็คเกจทัวร์เกิดขึ้นโดยศึกษารูปแบบที่มีการให้บริการอยู่ในปัจจุบัน และค้นหาโปรแกรมเพื่อนำมาทดลองใช้งาน รวมถึงการให้บริการผ่าน Search Engine ต่าง ๆ

3.2.4 การศึกษารูปแบบของแบบสอบถามที่ได้จัดทำไว้แล้ว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต

3.2.5 ออกแบบการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ เพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้ามาใช้งานซึ่งประกอบไปด้วย

ก. การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอีเมลในการกรอกแบบสอบถาม

ข. การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Search Engine

ค. การประชาสัมพันธ์โดย Web Directory

3.2.6 การค้นหารูปแบบเว็บเพจที่จะนำมาออกแบบเว็บเพจใหม่โดยค้นหาจาก Search Engine

3.2.7 ศึกษาวิธีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลให้สามารถทำเป็น Web Server บนอินเทอร์เน็ตได้ โดยใช้งานผ่าน ADSL

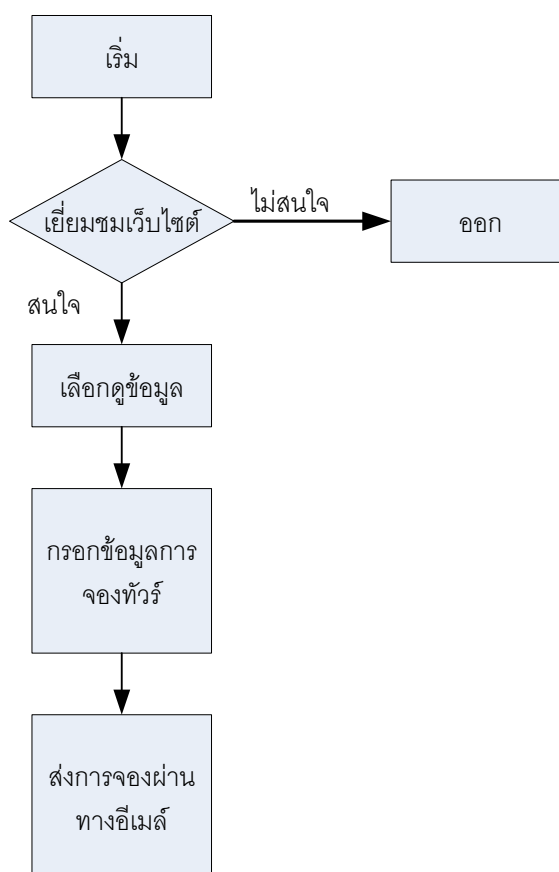
3.2.8 ศึกษาวิธีการใช้บริการ Email Address ภายใต้อีเมล www.taksintravel.com จากบริการฟรีของผู้ให้บริการ Web Mail

3.2.9 การค้นหาข้อมูลการจัดนับจำนวนครั้งการเข้าใช้งานเว็บไซต์แบบฟรี

3.2.10 การใช้บริการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและที่พักจากทั่วโลก

3.3 กระบวนการทำงานของระบบปัจจุบัน (Flow Diagram)

การทำงานของระบบเป็นการให้บริการส่งจองทัวร์ผ่านเว็บไซต์ โดยเมื่อส่งจองทัวร์แล้วระบบจะส่งอีเมลไปให้ผู้ดูแล และติดต่อกลับ หรือลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาโดยตรง



ภาพที่ 3.4 ขั้นตอนการใช้งานเว็บไซต์แบบเดิม

3.4 ความต้องการของโครงการในการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล

ความต้องการของโครงการนี้จะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

3.4.1 ความต้องการของการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ Taksintravel.com เพื่อรองรับในการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดโดยการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่มีอยู่ และการรองรับการใช้งาน SMS รวมทั้งการจัดหาเครื่องมือในการจัดเก็บพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์

3.4.2 ความต้องการในการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบในรูปแบบ สถิติเชิงพรรณนา ในแบบร้อยละ จะมีความต้องการดังนี้

ก. ผู้ใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มาจากแต่ละเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดหน้าเว็บเพจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ข. ผู้ใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มาจากแต่ละประเทศจะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดหน้าเว็บเพจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และวันเวลาที่แตกต่างกัน

ค. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีสัญชาติแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ง. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่เป็นเพศชายและหญิงจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จ. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ฉ. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ช. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ซ. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ณ. ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทั้งการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงระยะเวลาการใช้งาน ข้อมูลบริการที่ค้นหา สถานที่เที่ยวที่พัก การเดินทาง กิจกรรมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายย่อมแตกต่างกัน

3.5 โครงสร้างของการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์

จากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้จะต้องการผลการวิเคราะห์ไปเป็นแนวทางในการกำหนดโปรโมชันการท่องเที่ยว และเปรียบเทียบพฤติกรรมของประชากรในอินเทอร์เน็ตที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 กลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ได้มาจาก ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้เข้ามาที่เว็บไซต์ www.taksintravel.com

3.5.2 กลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคจากแบบสอบถามนี้ได้มาจากการส่งอีเมลจำนวน 12,207 อีเมล และจากผู้เข้าชมเว็บไซต์โดยทั่วไป

3.5.3 ตัวแปรของการเปรียบเทียบนี้ประกอบไปด้วย

ก. ตัวแปรต้นของการเก็บพฤติกรรมกรเข้าเว็บไซต์ ตามประเทศ ได้แก่ ประเทศต่าง ๆ ที่ได้เข้าใช้งานเว็บไซต์ www.taksintravel.com และ IP Address

ข. ตัวแปรตามของการเก็บจำนวนพฤติกรรมกรเข้าเว็บไซต์ในการเปิดแต่ละหน้าเพจ

ค. ตัวแปรต้นของการเก็บพฤติกรรมกรท่องเที่ยวจากแบบสอบถาม

1) เป็นสถานภาพด้านเพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง

2) สัญชาติที่ตอบแบบสอบถามโดยทำการเลือกสัญชาติที่มีอยู่หรือใส่เพิ่มเติม

3) อายุ ระหว่าง 1-99 ค่าเป็นตัวเลข

4) การศึกษาประกอบไปด้วย มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา

ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก อื่น ๆ โดยระบุ

5) อาชีพ ได้แก่ นักเรียน-นักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว บริษัทเอกชน อื่น ๆ โดยระบุ

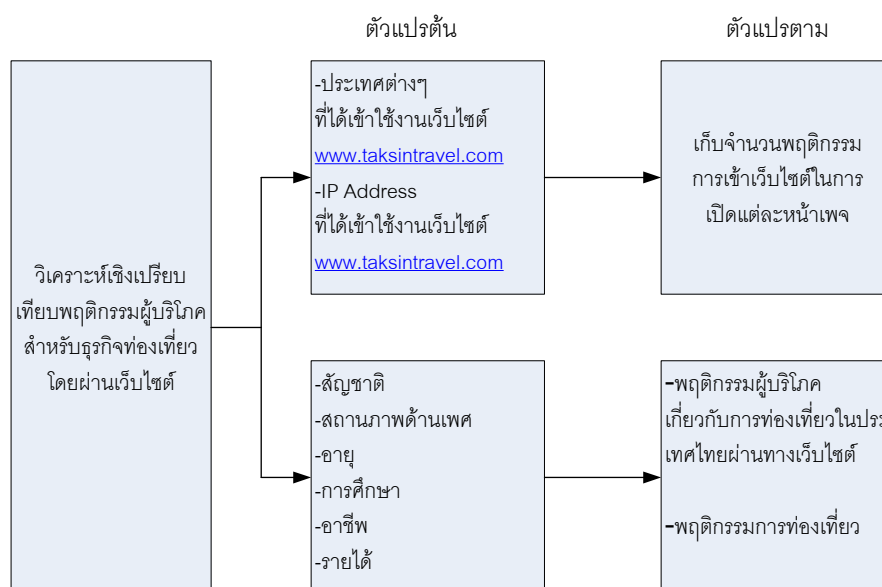
6) ตัวแปรรายได้ ประกอบไปด้วย ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท 40,001 - 50,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท

ง. ตัวแปรตามพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์ ประกอบด้วยตัวแปรตามดังนี้

- 1) การใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่ใดมากที่สุดประกอบด้วย ที่บ้าน โรงเรียน ที่ทำงาน ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ โดยระบุ
- 2) ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวันประกอบด้วย น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง 2-3 ชั่วโมง และมากกว่า 3 ชั่วโมง
- 3) จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวประกอบด้วย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว และอื่น ๆ โดยระบุ
- 4) ใช้บริการอะไรผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว ประกอบด้วย บริการจองทัวร์ บริการจองที่พัก โรงแรม บริการจองตั๋วเครื่องบิน บริการจองรถไฟ ตารางเวลาการเดินทาง รถไฟ รถทัวร์ เครื่องบิน เปรียบเทียบราคาผู้ให้บริการ ดูรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว ค้นหาร้านอาหาร เว็บไซต์ ฟอร์ด ตรวจสอบเส้นทาง ค้นหาเทศกาลงานประเพณี สินค้าของที่ระลึก เบอร์โทรศัพท์ที่สำคัญ และอื่น ๆ โดยระบุ
- 5) ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน ประกอบด้วย ทุกวัน 2-3 วันต่อครั้ง อาทิตย์ละครั้ง เดือนละครั้ง ปีละครั้ง และไม่เคย
- 6) เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ท่านเลือกใช้
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
 - 1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของท่านประกอบด้วย ท่องเที่ยว พักผ่อน ประชุม สัมมนา ทัศนศึกษา และอื่น ๆ โดยระบุ
 - 2) มักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดประกอบด้วยวันหยุดติดต่อกหลายวัน วันเสาร์-อาทิตย์ วันธรรมดา และทุกโอกาสตามความสะดวก
 - 3) ต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใดประกอบด้วย เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสารประจำทาง รถตู้ รถบัสเช่า ร ถส่วนตัว และอื่น ๆ โดยระบุ
 - 4) สถานที่ที่ท่านต้องการพักค้างคืนประกอบด้วย โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท เต็นท์ ที่พักในอุทยานแห่งชาติ และอื่น ๆ โดยระบุ
 - 5) สถานที่ชอบไปท่องเที่ยวภาคใดมากที่สุด ประกอบด้วยแต่ละภาค

- 6) สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ชอบไปมากที่สุดประกอบด้วย ทะเล เกาะ ภูเขา ป่า น้ำตก วัด และโบราณสถาน
- 7) กิจกรรมที่เลือกทำระหว่างท่องเที่ยวประกอบด้วย นอนพักผ่อน จักรยาน ภูเขา เที่ยวชมธรรมชาติ ดูนก เดินป่า ชมศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ ขับรถสำรวจ เส้นทางวิบาก ชมโบราณสถาน ปฏิบัติธรรม กิจกรรมทางศาสนา ซื้อสินค้า ส่วนน้ำ สวมสัตว์เปิด ฟาร์มจระเข้ และอื่น ๆ โดยระบุ
- 8) จองทัวร์ และที่พักประกอบด้วย ทางระบบอินเทอร์เน็ต ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม ตัวแทนจำหน่าย และอื่น ๆ โดยระบุ
- 9) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งประมาณเท่าไรประกอบด้วย น้อยกว่า 2,500 บาท 2,500 - 5,000 บาท 5,001 - 7,500 บาท 7,501 - 10,000 บาท และอื่น ๆ โดยระบุ



ภาพที่ 3.5 โครงสร้างของการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค

3.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะใช้แบบ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) ในรูปแบบ ค่าร้อยละ (Percentage)

บทที่ 4

การออกแบบระบบ

หลังจากวิเคราะห์ระบบเรียบร้อยแล้วทำให้ทราบถึงส่วนประกอบของระบบ ที่จะเก็บข้อมูลเพื่อมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 System specification

จากความต้องการเบื้องต้น ที่ต้องการเก็บพฤติกรรมนั้นจะมีเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น และเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นมา โดยจะมีส่วนประกอบของ ฮาร์ดแวร์ และ ซอฟต์แวร์ ดังนี้

4.1.1 รายละเอียดของฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์ต่าง ๆ

ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์ต่าง ๆ จะใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่แล้วได้แก่

- ก เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับใช้เป็นเครื่อง Web Server จำนวน 2 เครื่อง โดยเครื่องที่ 1 เป็นของผู้ให้บริการ Hosting สำหรับอีกเครื่องเป็น OZEKI SMS Server
- ข โทรศัพท์มือถือไว้ใช้สำหรับส่ง SMS รุ่น NOKIA 7250
- ค สาย Data Link สำหรับใช้เชื่อมต่อระหว่าง OZEKI SMS Server กับโทรศัพท์มือถือ

4.1.2 รายละเอียดซอฟต์แวร์

รายละเอียดซอฟต์แวร์ที่ใช้งานในระบบ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ได้แก่

- ก. ลินุกซ์เซิร์ฟเวอร์ ระบบปฏิบัติการลินุกซ์เป็นซอฟต์แวร์ที่มีความสามารถสูงและมีเสถียรภาพในการใช้งานเป็นเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งสำหรับโครงการนี้จะใช้ลินุกซ์จำนวน 1 ชุด เป็นของผู้ให้บริการ Hosting

ข. MySQL Database Server เป็นดาตาเบสเซิร์ฟเวอร์ที่ติดตั้ง ให้กับระบบปฏิบัติการลินุกซ์ ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำมาใช้งานผ่านเครือข่ายได้ดี ซึ่งในโครงการนี้จะโปรแกรม AppServ Open Project 2.4.48 for Windows โดยมี Web Server เป็น Apache Version 2.0.59 มีฐานข้อมูลเป็น MySQL Version 5.0.27 ภาษา PHP Script Version 4.4.5 และ phpMyAdmin Database Manager Version 2.9.2

ค. โปรแกรม PHP เป็นโปรแกรมที่มาาระบบปฏิบัติการลินุกซ์อยู่แล้ว ซึ่งสามารถทำงานร่วมกับโปรแกรม Apache Web Server และ MySQL ได้เป็นอย่างดี

ง. โปรแกรม Apache Web Server เป็นโปรแกรมที่มากระบบปฏิบัติการลินุกซ์ อยู่แล้ว ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเว็บเซิร์ฟเวอร์เพื่อเชื่อมต่อกับโปรแกรม PHP

จ. โปรแกรม OZEKI SMS Server เป็นเวอร์ชันบน Windows ที่ต้องติดตั้งบน Web Server เครื่องหนึ่งใช้ในการรับข้อมูลจากผู้ให้บริการ มายังเครื่อง OZEKI SMS Server เพื่อส่งข้อมูลออกไปที่มีอยู่อีกต่อหนึ่ง

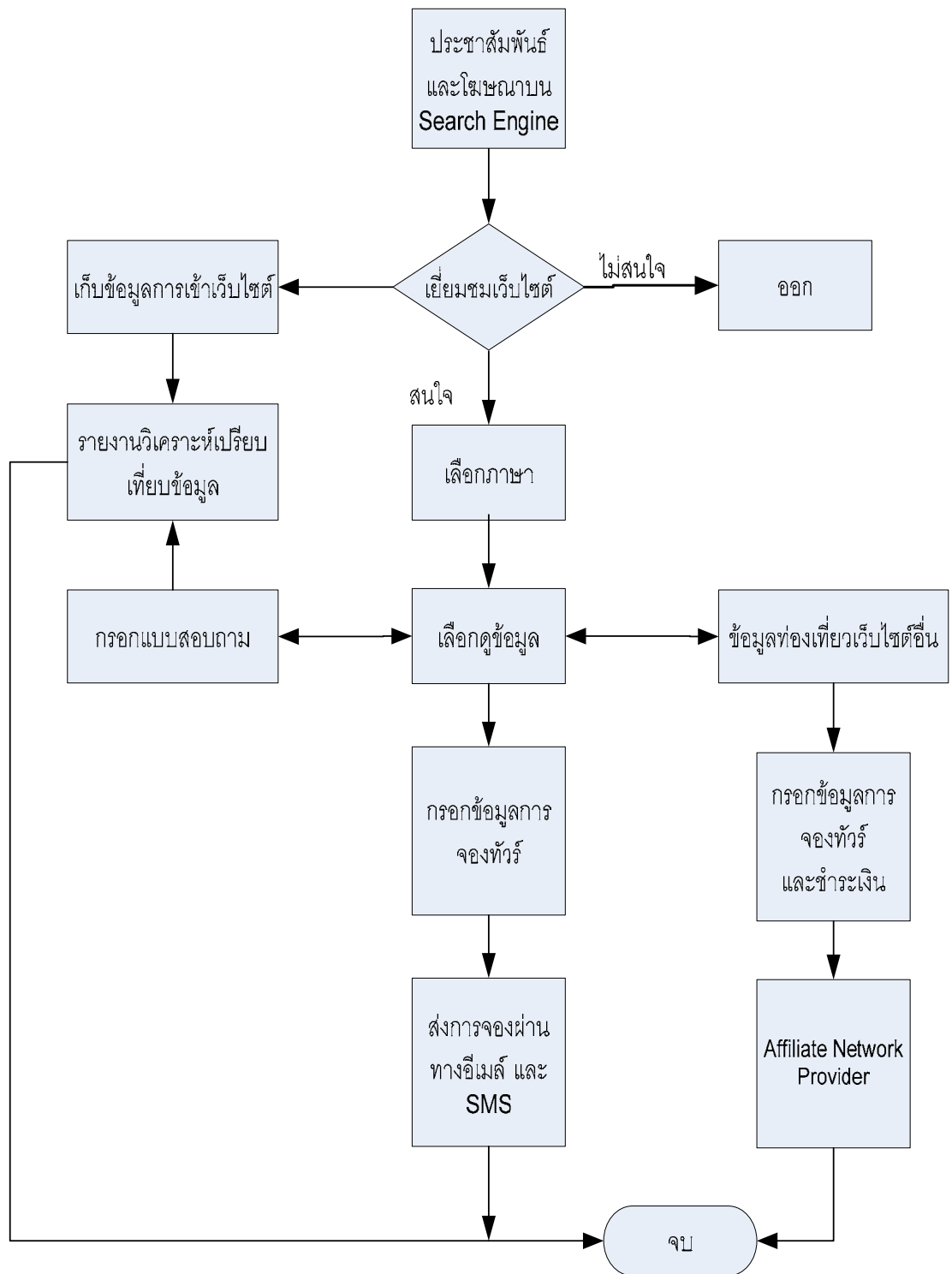
4.2 กลุ่มผู้ใช้งาน

กลุ่มผู้ใช้งานแบ่งได้ออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. ผู้ดูแลระบบ เป็นผู้จัดการระบบ และดูแลระบบ
2. ผู้บริหาร เป็นผู้ดูรายงานวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์
3. ผู้บริโภค เป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาหาข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดและจองแพ็คเกจทัวร์

4.3 กระบวนการทำงานของระบบใหม่ (Flow Diagram)

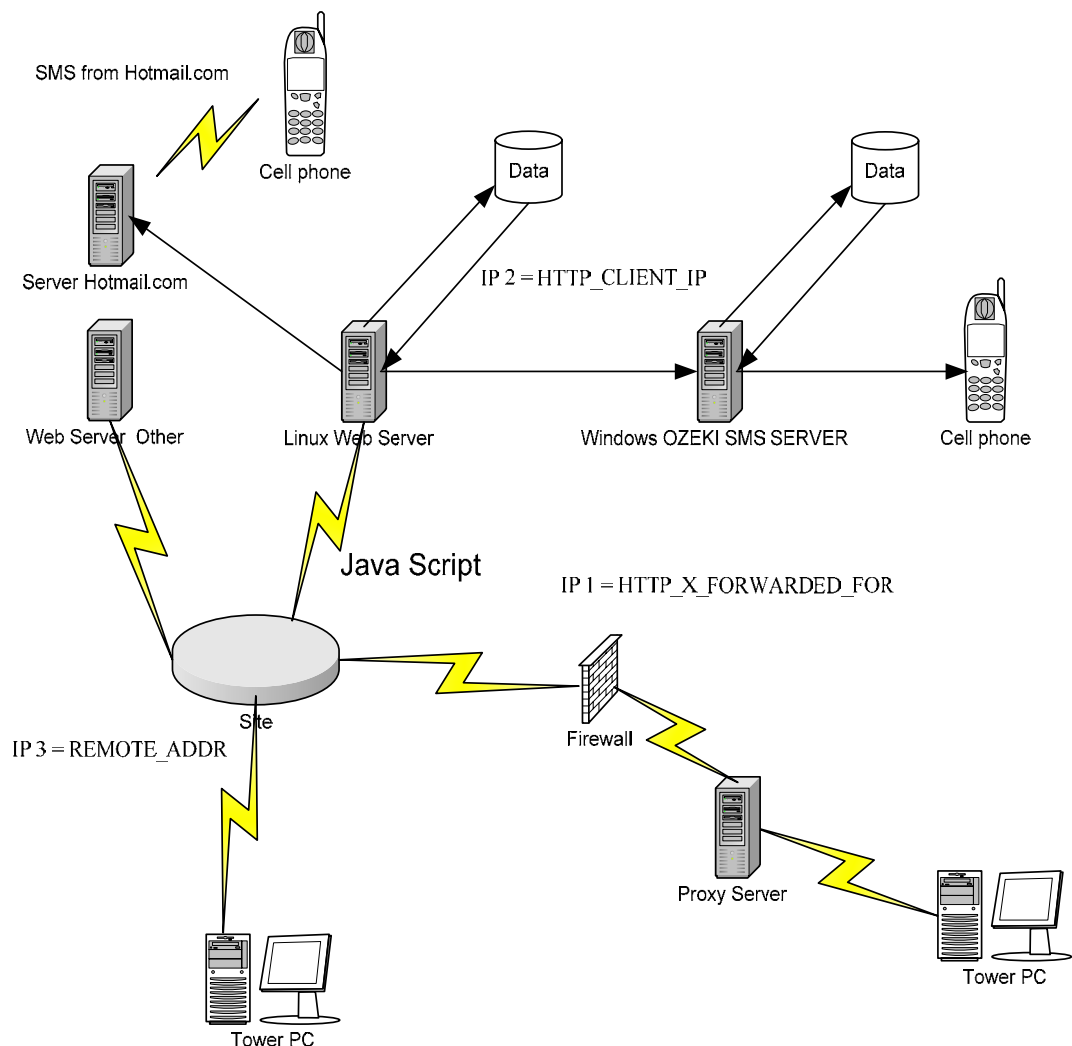
กระบวนการทำงานของระบบใหม่จะเริ่มจากการประชาสัมพันธ์ ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้ว โดยเมื่อมีผู้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ระบบจะเก็บข้อมูลพฤติกรรมในการเข้าแต่ละหน้าเว็บเพจ ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนภาษา กรอกแบบสอบถาม ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด จองแพ็คเกจทัวร์และที่พักทั้งในประเทศ หรือไปยังเว็บไซต์ต่างประเทศ และหากมีการจองแพ็คเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ระบบจะส่งอีเมลไปยังผู้ดูแลและส่ง SMS ให้ผู้บริหาร ถ้ามีการจองแพ็คเกจทัวร์หรือที่พักผ่านเว็บไซต์ไปยังเว็บไซต์อื่นเมื่อมีการจองทัวร์และชำระเงินเกิดขึ้น จะทำให้ตัวกลางในการให้บริการ (Affiliate Network Provider) จะจ่ายค่าคอมมิชชั่นมาให้ผู้ที่ทำโฆษณาให้เป็นสิ่งตอบแทนรายละเอียดดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 กระบวนการทำงานของระบบเว็บไซต์ใหม่

4.4 โครงสร้างของระบบ

โครงสร้างของระบบ วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว โดยผ่านเว็บไซต์โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 4.2 โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เข้ามาใช้งาน จากเครื่อง PC และมีการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ อื่น ๆ สำหรับ SMS Server จะรับข้อมูลจาก Web Server หลัก ทุกครั้งที่มีการจองแพ็คเกจทัวร์เกิดขึ้น โดยจะส่ง SMS ให้กับผู้ใช้บริการจองทัวร์เพื่อติดต่อกลับไปหาลูกค้า หรือมีการส่งอีเมลให้กับทั้งสองฝ่าย



ภาพที่ 4.2 โครงสร้างของระบบ

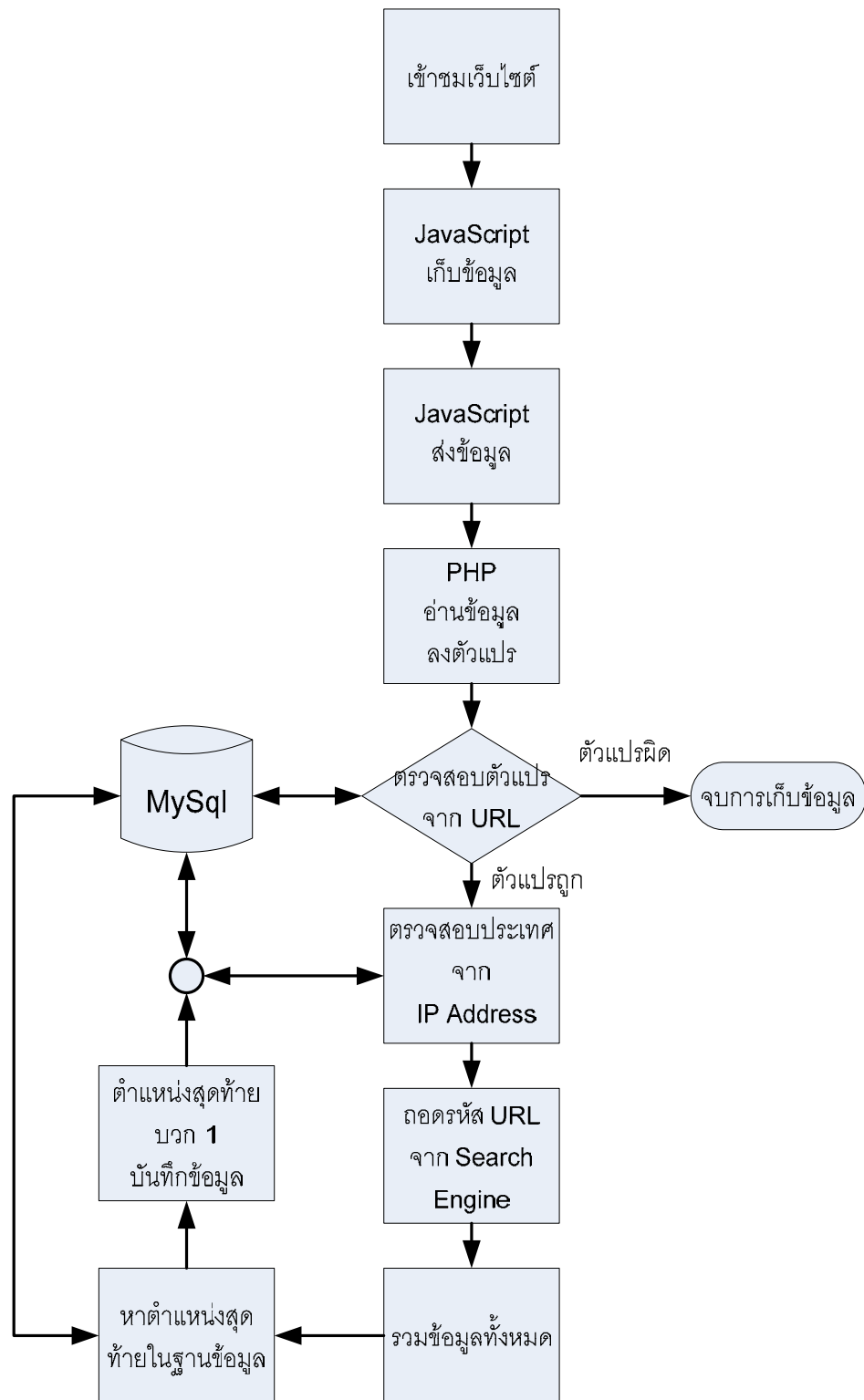
กระบวนการทำงานของระบบประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

4.4.1 วิเคราะห์การทำงานของระบบการจับเก็บพฤติกรรมผู้บริโภค จะใช้งานอยู่ในรูปแบบของ www.Google.com/analytics/ ซึ่งช่วยในการเก็บข้อมูลที่ได้ หลังจากที่ทำโครงการนี้ไปแล้ว โดยโปรแกรมอื่น ๆ ที่ใช้เก็บพฤติกรรมในครั้งนี้ โดยรูปแบบที่จัดทำในครั้งนี้จะมีหลักการดังภาพที่ 2.16 โดยจะมีจาวาสคริปที่ระบบแจกมาให้ดังเช่น

```
<script src=http://www.google-analytics.com/urchin.js type="text/javascript"></script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-657138-1";
urchinTracker();
</script>
```

โดยจาวาสคริปจะส่งข้อมูลที่มีในฟังก์ชันของจาวาสคริปและส่งไปที่เว็บไซต์ปลายทางที่กำหนดไว้ ดังเช่น ตัวอย่าง ซึ่งจะส่งค่าไปที่ <http://www.google-analytics.com/urchin.js> หลังจากนั้นที่เซิร์ฟเวอร์จะแปลงข้อมูลออกมาแล้วจัดเก็บลงฐานข้อมูลที่จัดเตรียมไว้เป็นต้น

จากภาพที่ 4.3 เมื่อมีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ระบบจะเก็บข้อมูลต่าง ๆ เช่น แหล่งที่มา หน้าเพจที่เปิดส่งค่าไปให้ PHP ตามที่อยู่ในจาวาสคริปที่กำหนดไว้ เมื่อถึงขั้นตอนการตรวจสอบตัวแปรที่มาจาก URL ระบบจะนำค่าที่ได้มาไปตรวจสอบในฐานข้อมูล MySQL ถ้าเงื่อนไขผิดก็สิ้นสุดการทำงาน ถ้าเงื่อนไขถูกต้องระบบจะนำค่า IP Address ที่ได้ไปตรวจสอบในฐานข้อมูล IP Address ของแต่ละประเทศแล้วอ่านค่าออกมาให้ตัวแปรใหม่เก็บค่าไว้ จากนั้นก็ถอดรหัสในส่วนของ URL ที่มาจาก Search Engine ต่าง ๆ เพื่อถอดรหัสของ Key Word ที่ค้นหาจาก Search Engine ต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในโปรแกรม จากนั้นก็รวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาส่งเข้าบันทึกข้อมูล โปรแกรมจากแถวสุดท้ายจากฐานข้อมูลแล้วบวกค่าเพิ่มไปอีกหนึ่ง แล้วบันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูล MySQL



ภาพที่ 4.3 แสดงขั้นตอนในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

4.4.2 การวิเคราะห์ระบบการทำรายงานผลของการจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภค ในส่วน

ของการเข้าใช้งานเว็บไซต์โดยรูปแบบรายงานเป็นกราฟและการแสดงผลการทำรายงาน
ดำเนินการโดยดึงข้อมูลที่จัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลขึ้นมาแสดงผลโดยใช้การติดต่อข้อมูลผ่านฟังก์ชัน
ของ `adodb.inc.php` เพื่อใช้งานและแก้ไขปรับปรุงในภายหลัง หากมีการเปลี่ยนชนิดของ
ฐานข้อมูลโดยจะต้องแยกไฟล์ออกมา เพื่อใช้ติดต่อกับฐานข้อมูลโดยจะตั้งชื่อไฟล์เป็น `conn.php`
ซึ่งมีรายละเอียดดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 แล้ว สำหรับการนำกราฟจาก Chart Director มาใช้นั้น ได้
ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับการใช้งานกราฟอื่น ๆ ที่มีให้ใช้ใน PHP ผลปรากฏว่า Chart
Director เป็นการใช้งานที่ง่ายที่สุด ทำให้ประหยัดเวลาในการสร้างกราฟดังรายละเอียดในบทที่ 2
โดยรายงานจะมีรูปแบบการเลือกแบบ ปี เดือน วัน จำนวนหน้าที่เปิดดู IP Address ในแต่ละแบบ
ประเทศที่เข้า User แหล่งที่มา ชั่วโมงที่ดู Key Word ที่ค้นหาจาก Search Engine เป็นต้น

4.4.3 การวิเคราะห์ระบบการทำงานของระบบการส่ง SMS ozeki

ผลการค้นหาจาก Search Engine ของระบบ SMS ที่จะนำมาส่ง SMS นั้นพบว่า
มีระบบและโปรแกรมอยู่มากมายทั้งไม่เสียค่าใช้จ่ายและเสียค่าใช้จ่าย จากการวิเคราะห์
เปรียบเทียบระบบที่จะนำมาใช้ก็คือ Ozeki Message Server (www.ozeki.hu) ในการจัดส่ง SMS
โดยต้องมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสำหรับทำเป็น Web Server โดยใช้ ADSL ประกอบกับโปรแกรม
No-IP ในการกำหนดเป็น URL เพื่อติดต่อกันโดยไม่สนใจ IP Address ของ ADSL ที่เปลี่ยนแปลง
ตลอดเวลา และใช้ AppServ Open Project 2.4.48 for Windows เป็น Web Server ดัง
รายละเอียดในบทที่ 2 โดยการทำงานจะเป็นการส่งข้อมูลจาก www.taksintravel.comมายัง
Web Server ที่ใช้ No-IP Online และจัดเก็บข้อมูลลงฐานข้อมูล MySQL ต่อจากนั้นระบบ Ozeki
Message Server จะอ่านข้อมูลจากฐานข้อมูลแล้วตรวจสอบสถานะการส่ง SMS ถ้าพบว่าสถานะ
ยังไม่ส่ง SMS ระบบจะส่ง SMS โดยเชื่อมต่อกับระบบมือถือที่ได้ต่อผ่าน Data Link กับ Web
Server ผ่านออกมือถือไปยังผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือแล้วส่งไปหาปลายทาง

4.4.4 การวิเคราะห์ระบบการทำงานของระบบการส่ง SMS ของ hotmail.com

จากการทดสอบระบบส่ง SMS จาก Hotmail.com โดยมีหลักการว่าต้องสมัคร
การใช้งานอีเมลของ Hotmail หลังจากนั้นให้ขอใช้ระบบการส่ง SMS และกำหนดเงื่อนไขหลังจาก
มีอีเมล จากการจองแพคเกจทัวร์จากเว็บไซต์ taksintravel.com มาที่ Hotmail ใน Mail Box ที่
สมัครไว้เมื่อเข้าเงื่อนไขที่กำหนดไว้ก็จะส่ง SMS ให้โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 4.4

MSN Home | My MSN | Hotmail | Shopping | Money | People & Chat Sign Out net Web Sea

msn Hotmail Today Mail Calendar Contacts

anuwat_aud@hotmail.com Messenger: Online ▼

Mobile Alerts

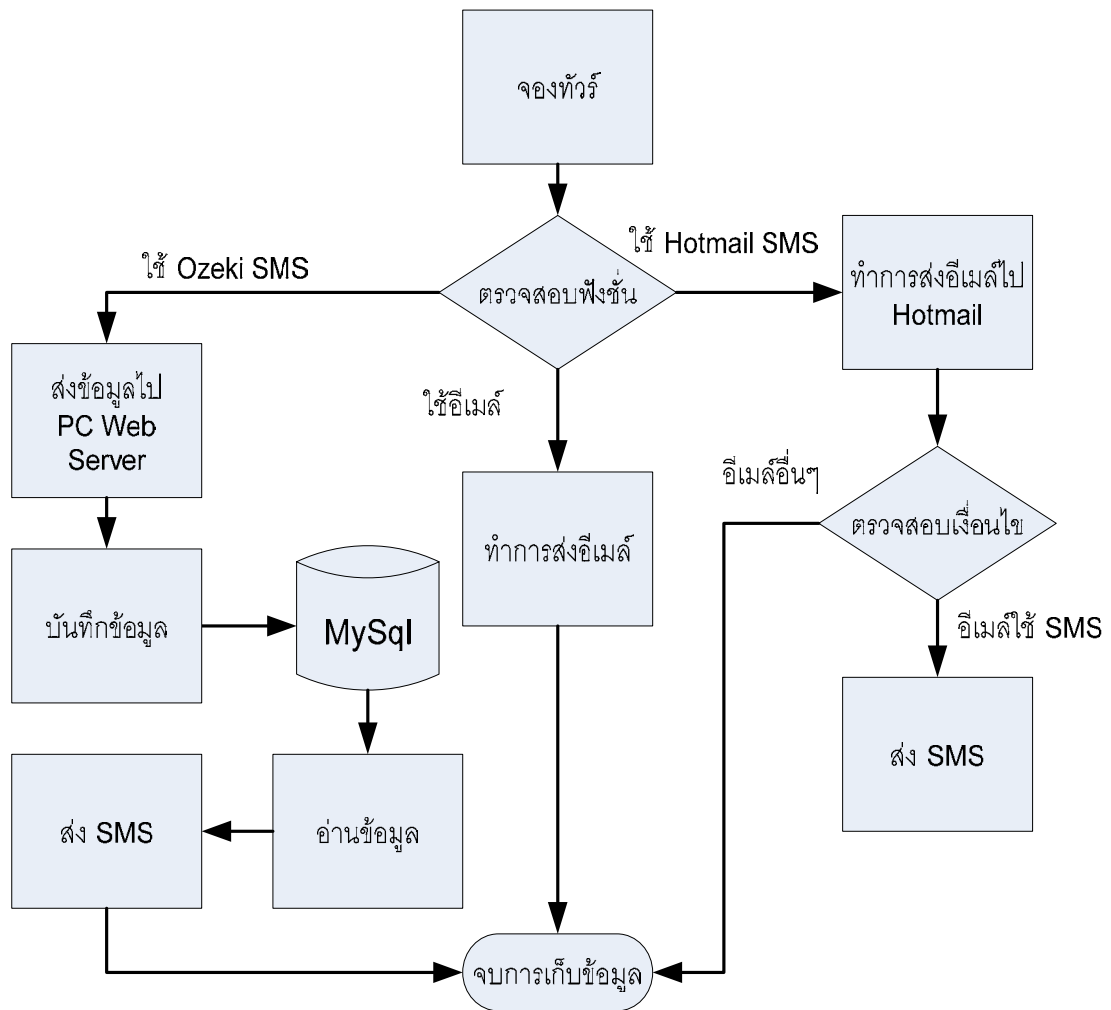
Be notified on your pager or cell phone when new e-mail arrives at your Hotmail account (does not include messages filtered to the Trash Can or Junk E-Mail folders). To change your MSN Mobile account information, please visit the MSN Mobile page.

Notify me of each new e-mail message I receive.
 Notify me only when I receive e-mail from someone in my Contacts.
 Notify me only when arriving e-mail meets one of the following criteria:

Rule 1: Enabled

If contains word

ภาพที่ 4.4 การกำหนดเงื่อนไขในการส่ง SMS ของ Hotmail.com

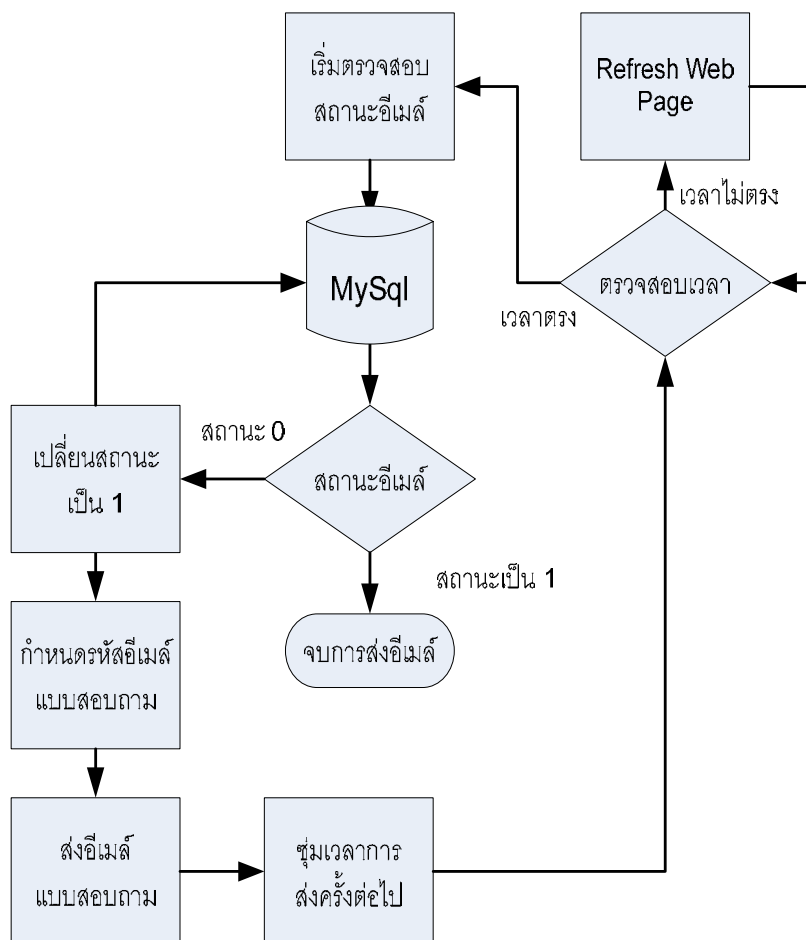


ภาพที่ 4.5 โครงสร้างการใช้อีเมล และ SMS

จากภาพที่ 4.5 เมื่อมีการจอนแพ็กเกจจ็ทัวร์เกิดขึ้นระบบจะส่งอีเมลไปให้ผู้ดูแลตามที่กำหนดไว้ และถ้ามีการกำหนดเงื่อนไขการใช้งาน SMS แบบใดไว้ระบบจะตรวจสอบเงื่อนไขแล้วจัดการตามระบบที่เลือกไว้ถ้าเลือกการใช้งาน Hotmail SMS ระบบจะส่งอีเมลไปให้ที่ Hotmail แล้วระบบ Hotmail จะตรวจสอบเงื่อนไขที่กำหนดไว้ถ้าถูกต้องระบบจะส่ง SMS ไปให้ถ้าต้องการใช้งาน Ozeki SMS ระบบตรวจสอบเงื่อนไขแล้วส่งข้อมูลไปให้ที่ PC Web Server จากนั้นจะบันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูล ต่อจากนั้นระบบ Ozeki SMS จะอ่านข้อมูลในฐานข้อมูล MySQL ถ้าพบข้อมูลที่ยังไม่ส่ง SMS ระบบจะส่งข้อมูลให้ (ระบบนี้เป็นระบบทดลองใช้ดังนั้นจึงมีข้อความที่แสดงว่าเป็นการทดลองใช้ แต่บางครั้งก็จะแสดงข้อความตามที่กำหนด)

4.4.5 การวิเคราะห์ระบบการทำงานของระบบการส่งอีเมลแบบสอบถาม

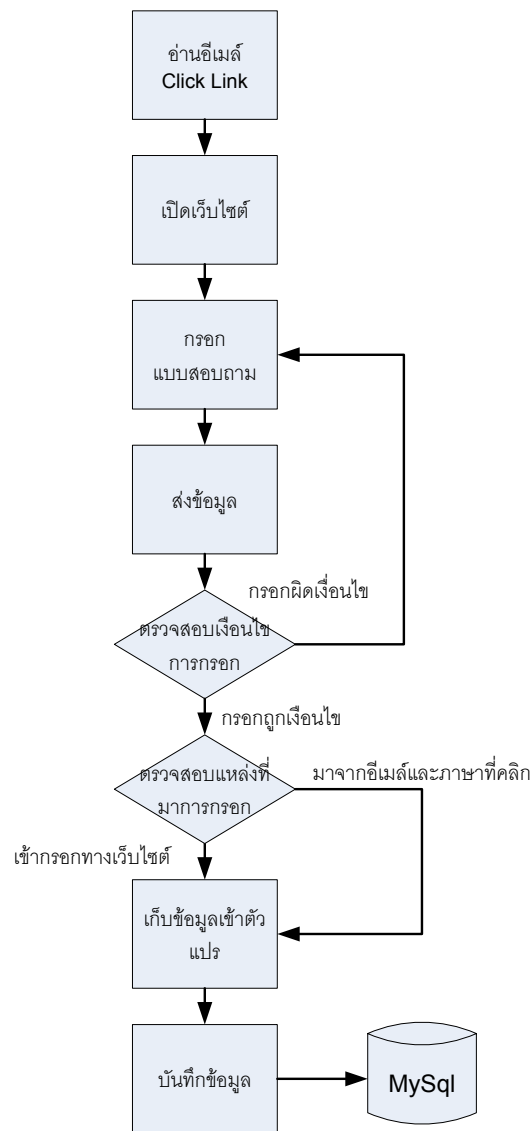
การใช้งานระบบการส่ง Email จะใช้ฟังก์ชันการส่งอีเมลจาก PHP ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 โดยการวิเคราะห์ระบบการส่งอีเมลจะมีหลักการดังภาพที่ 4.6 ระบบจะส่งอีเมลโดยเริ่มอ่านสถานะจากฐานข้อมูลในลำดับที่มีสถานะเป็น 0 แล้วปรับปรุงสถานะให้เป็น 1 หลังจากนั้นจะกำหนดรหัสของอีเมลที่จะส่ง แล้วจึงส่งอีเมลออกไป เมื่อส่งแล้วระบบจะสุ่มเวลาการส่งอีเมลครั้งต่อไป ซึ่งการกำหนดการสุ่มเวลาการส่งเนื่องจากป้องกันไม่ให้ระบบอีเมลอื่น ๆ จับสถานะของการส่งอีเมลคงที่ ที่เวลาเดียวอาจจะถูกกำหนดให้เป็นอีเมลที่ผิดปกติแล้วถูกติด Back List ถูก Block ว่าเป็น Spam Mail จึงต้องมีการสุ่มเวลาในการส่งไปเรื่อย ๆ เมื่อกำหนดเวลาแล้วระบบจะ Refresh Web Page ทุก ๆ 1 นาทีเพื่อตรวจสอบเวลาที่ส่งครั้งต่อไปเมื่อเวลาตรงกับเวลาที่สุ่มขึ้นมา ระบบจะหาสถานะอีเมลที่ตำแหน่งเป็น 0 และเปลี่ยนสถานะเป็น 1 แล้วก็ส่งต่อไปจนกว่าตรวจสอบว่าไม่พบสถานะ 0 จึงหยุดส่งอีเมล



ภาพที่ 4.6 โครงสร้างระบบส่งแบบสอบถาม

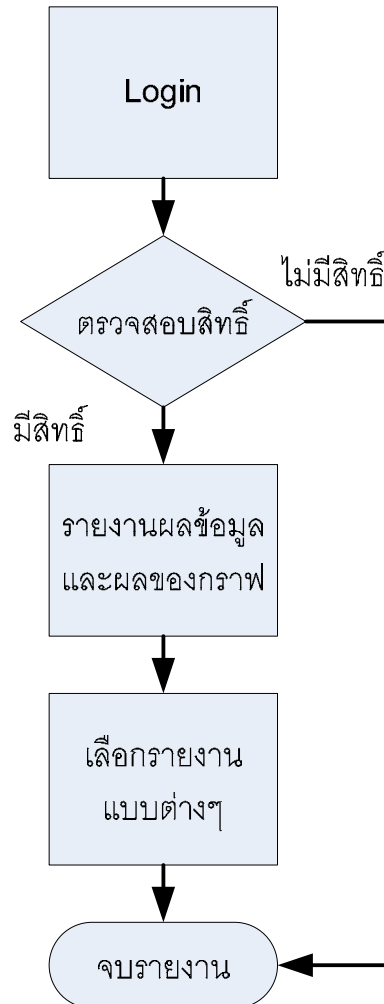
4.4.6 การวิเคราะห์ระบบการทำงานของกรเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

การกรอกแบบสอบถามนั้นสามารถกรอกแบบสอบถามได้สองช่องทาง ช่องทางแรกกรอกแบบสอบถามโดยตรงจากการเข้ามาที่เว็บไซต์แล้วกรอกแบบสอบถามทันทีเลย ช่องทางที่สองเป็นการอ่านอีเมลที่ส่งไปหากกลุ่มตัวอย่างโดยมีภาษาในการอ่านอยู่สองภาษาคือภาษาไทย และภาษาอังกฤษเมื่อมีการคลิกภาษาใดก็ตามจะเก็บค่าการเลือกภาษาไว้รายละเอียดดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 โครงสร้างระบบการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

4.4.7 การวิเคราะห์ระบบการทำรายงานผลของแบบสอบถาม ในส่วนของการตอบแบบสอบถาม รูปแบบรายงานกราฟและการแสดงผล



ภาพที่ 4.8 โครงสร้างการรายงาน

การรายงานผลเมื่อมีการ Login เข้ามาในระบบจะมีการรายงานผลข้อมูลและกราฟให้ดู โดยเริ่มจากสถานะที่ตอบแบบสอบถามและตามด้วยหัวข้ออื่น ๆ ให้เลือกตามหัวข้อแบบสอบถาม

4.5 แบบจำลองการทำงานของระบบ (Process Modeling)

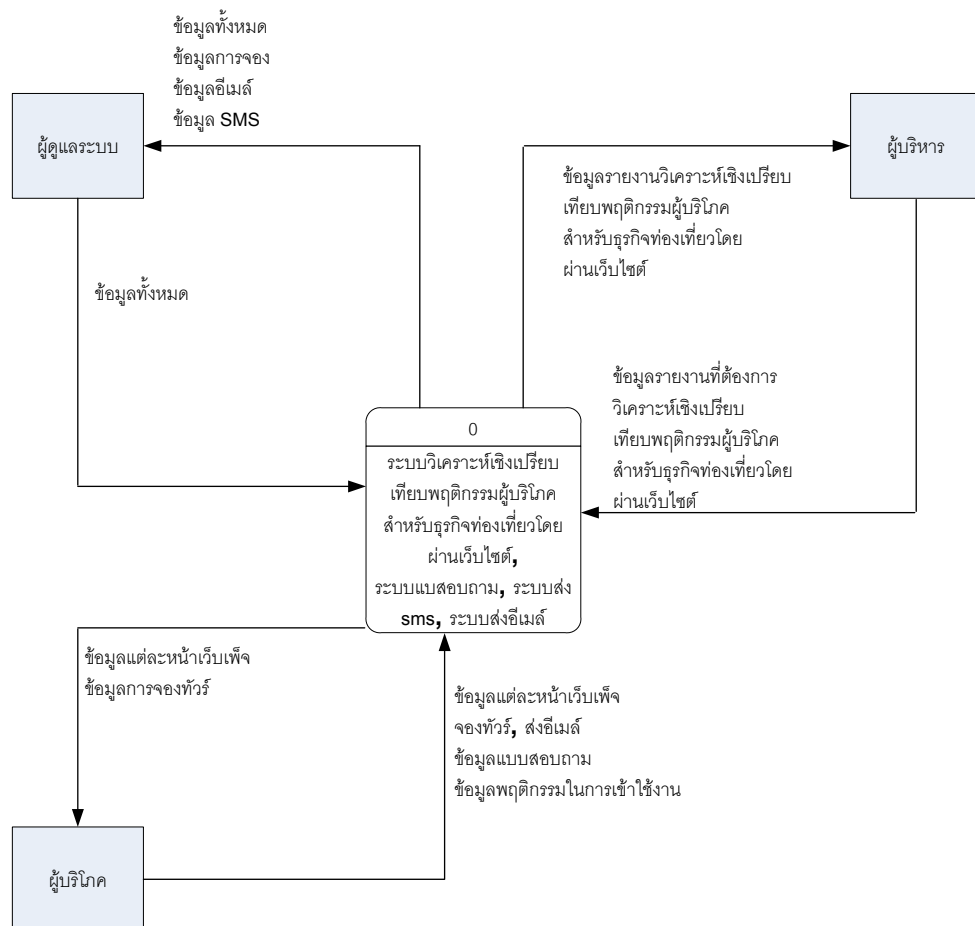
แบบจำลองของระบบจะประกอบด้วย Context Diagram, Data Flow Diagram Level 0, 1, 2 และ Data Modeling ดังต่อไปนี้

4.5.1 Context Diagram ของระบบการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ จะมีผู้ใช้งานอยู่ 3 ส่วน ดังภาพที่ 4.9 ซึ่งเป็นแผนภาพการไหลของข้อมูลระดับที่ 0 โดยแสดงภาพรวมของระบบว่ามีผู้ใดใช้งานอยู่บ้าง และสามารถทำอะไรกับระบบได้บ้าง

ผู้ดูแลระบบ มีความเกี่ยวข้องกับระบบในการจัดการการใช้งานของระบบได้ทั้งในส่วน of ฐานข้อมูลสามารถบริหารจัดการได้ สามารถรับอีเมล รับ SMS ที่ส่งมาได้ รับข้อมูลการจองจากอีเมล

ผู้บริหาร มีความเกี่ยวข้องกับระบบในการดูรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมดแบบสอบถามด้วย

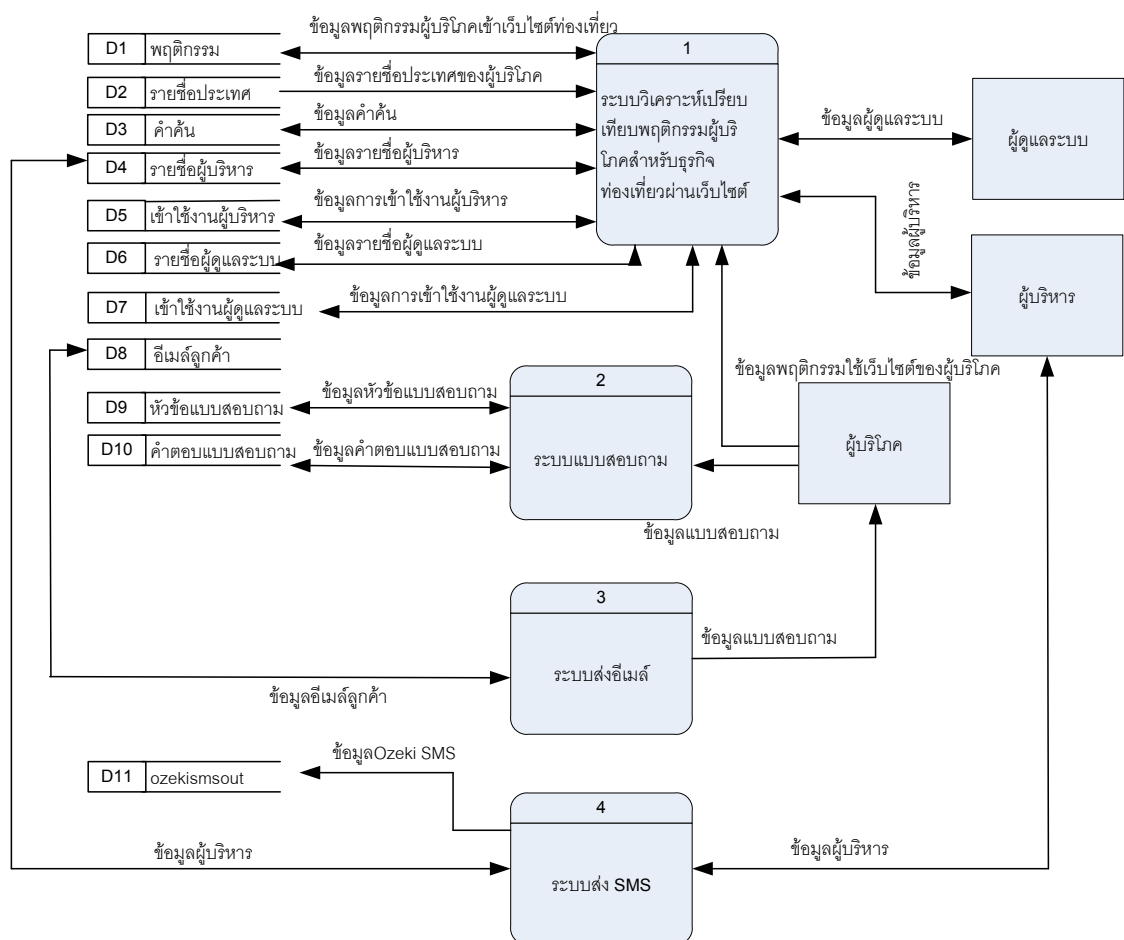
ผู้บริโภค มีความเกี่ยวข้องกับระบบในการให้ข้อมูลพฤติกรรมในการเปิดดูข้อมูลแต่ละหน้าเป็นผู้กรอกแบบสอบถามในระบบเป็นต้น



ภาพที่ 4.9 แสดง Context Diagram ของระบบวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์

4.5.2 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 0, 1 และ 2 ของระบบวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์

จากภาพที่ 4.10 เป็นเป็นภาพการไหลของข้อมูลในกระบวนการต่าง ๆ ของระบบสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ระบบย่อยที่เพิ่มเติมเพื่อใช้ในเว็บไซต์ www.taksintravel.com



ภาพที่ 4.10 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 0

ก. ระบบการจัดการข้อมูลวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เป็นส่วนที่บันทึกข้อมูลของผู้บริโภคที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ แล้วไปในส่วนของหน้าต่าง ๆ ที่ต้องการหาข้อมูล ๆ ระบบจะเก็บข้อมูลต่าง ๆ เข้าในฐานข้อมูลเพื่อที่จะนำ

ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาในเว็บไซต์ในรูปแบบของร้อยละ เพื่อให้ได้เห็นข้อแตกต่างที่ชัดเจน

จากภาพที่ 4.10 เป็นแผนภาพที่ใช้ในการแสดงการไหลของข้อมูลในกระบวนการต่าง ๆ ของกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ ซึ่งประกอบไปด้วยกระบวนการย่อย ได้แก่ บันทึกข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

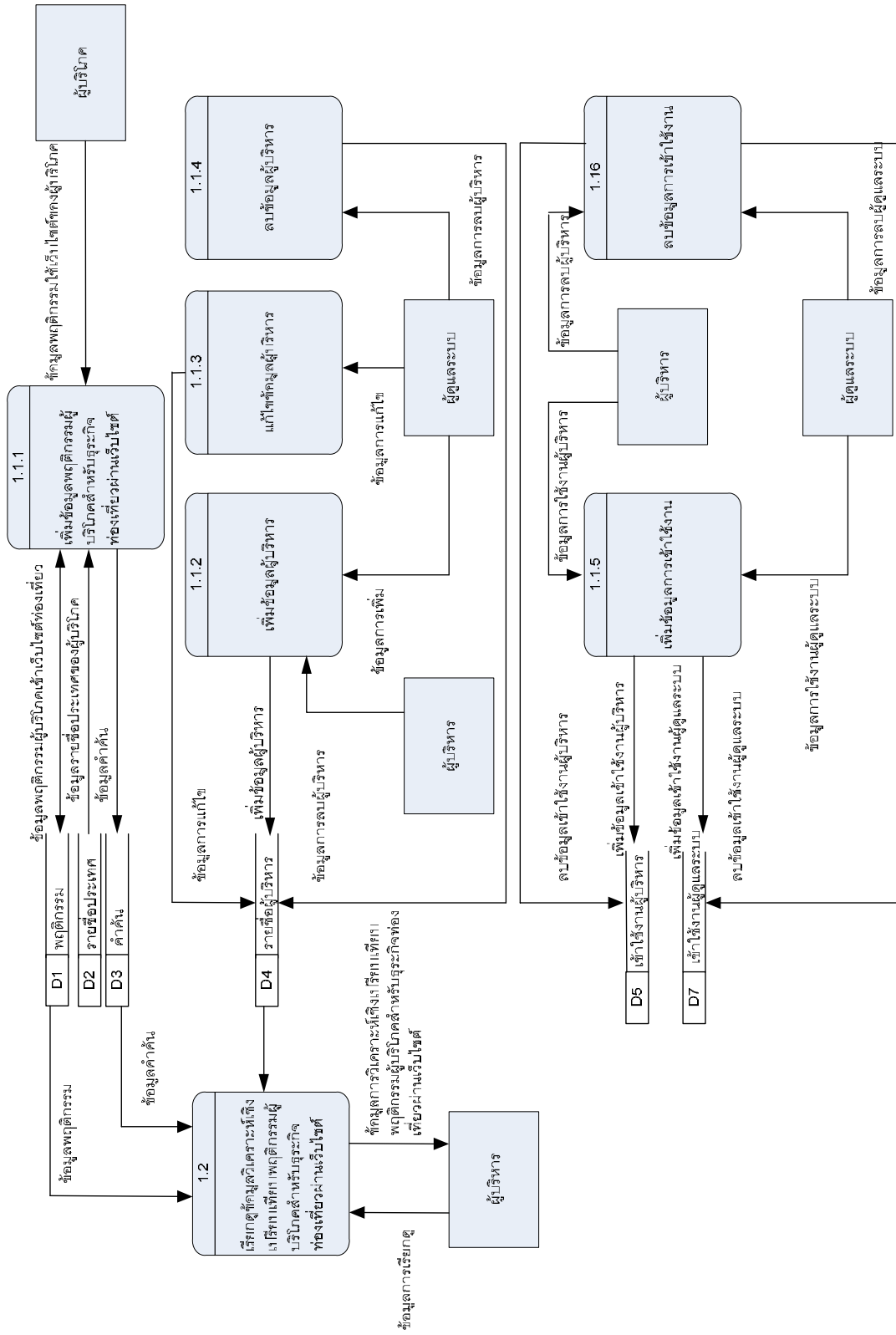
1) กระบวนการบันทึกข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ เป็นส่วนที่ใช้ในการเพิ่มข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว www.taksintravel.com และข้อมูลในการเพิ่ม แก้ไข ลบทิ้งของข้อมูลผู้บริหาร โดยนำข้อมูลจากผู้บริหารมาจัดการ โดยผู้ดูแลระบบ และเพื่อใช้สำหรับการอ้างอิงสิทธิ์ในการดูข้อมูลของเว็บไซต์อื่น ๆ สำหรับผู้บริหารรายนั้น ๆ

2) ผู้บริโภคที่เข้าดูเว็บไซต์ท่องเที่ยวจะเพิ่มพฤติกรรมในการเปิดหน้าเว็บเพจในแต่ละหน้าโดยผ่านจาวาสคริปเพื่อให้ระบบบันทึกข้อมูล

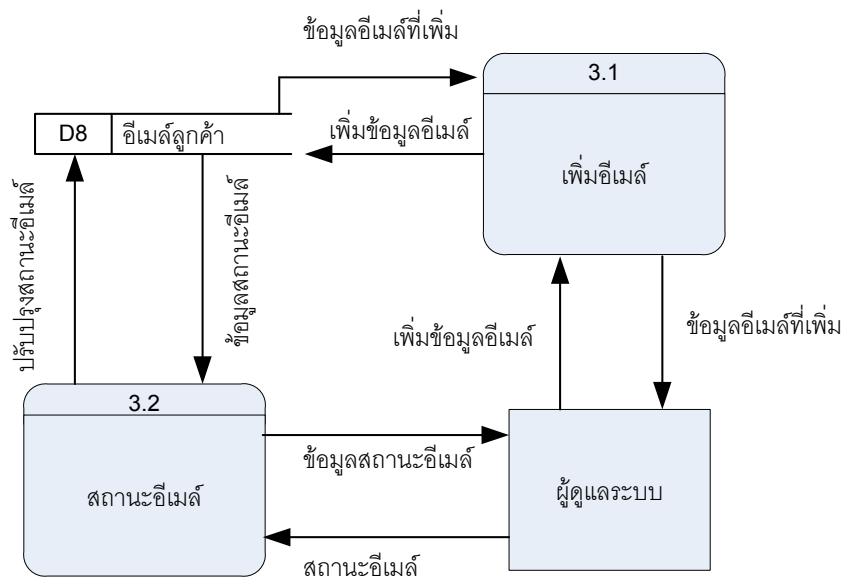
3) จากภาพที่ 4.11 ในส่วนกระบวนการเรียกดูข้อมูลผู้บริหารแต่ละเว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลของเว็บไซต์ที่ผู้บริหารมีสิทธิ์ในการดูนั้นไม่สามารถไปดูข้อมูลของเว็บไซต์อื่นได้

ข. กระบวนการเก็บแบบสอบถามจากภาพที่ 4.12 เป็นแผนผังการไหลข้อมูลของแบบสอบถามระดับที่ 1 โดยผู้กรอกแบบสอบถามจะกรอกแบบสอบถามแล้วบันทึกเข้าระบบ

ค. กระบวนการของการส่งอีเมลจะมีการไหลของข้อมูลในระดับที่ 1 ดังภาพที่ 4.13 เป็นการไหลของข้อมูลจากฐานข้อมูลอีเมลแล้วเข้ามาในระบบการส่งเมลหลังจากนั้นระบบจะปรับปรุงฐานข้อมูลว่าอีเมลดังกล่าวได้ส่งออกไปแล้วไม่ต้องส่งต่ออีก ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มอีเมลได้ที่หน้า PHPMyAdmin

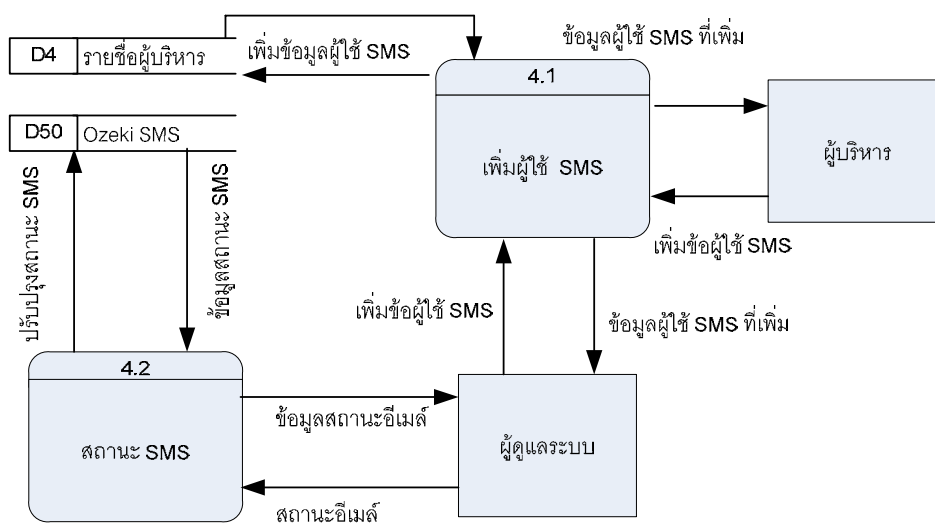


ภาพที่ 4.11 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับที่ 1 และ 2



ภาพที่ 4.12 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับ 1 ส่วนของข้อมูลแบบสอบถาม

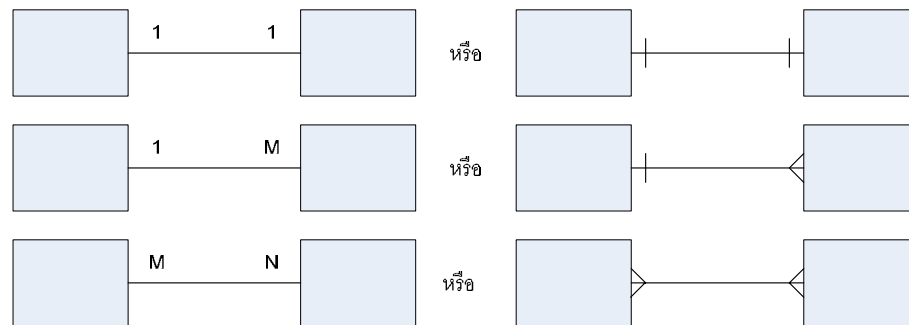
ง. กระบวนการส่ง SMS ในกระแสข้อมูลระดับที่ 1 เป็นการส่ง SMS ให้กับระบบจากนั้นระบบจะปรับปรุงสถานะของการส่ง SMS เพื่อให้ทราบว่าข้อความดังกล่าวได้ส่งไปแล้วผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มการใช้งาน SMS และสามารถดูสถานะผ่าน PHPMyAdmin และผู้บริหารสามารถเพิ่มการใช้งาน SMS ของตนเองได้



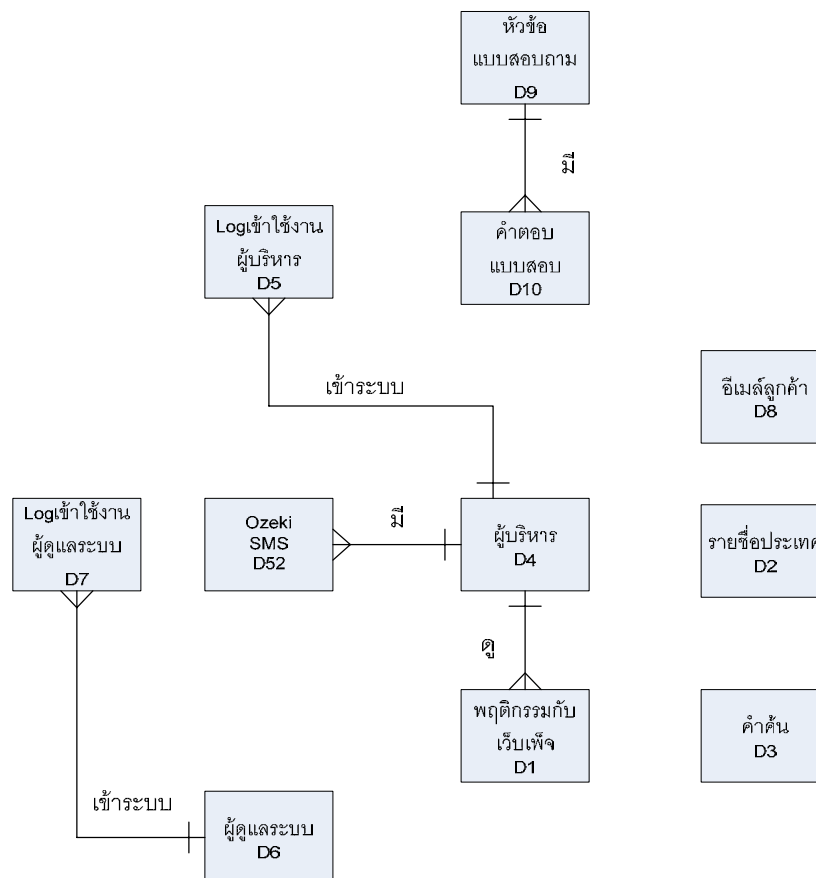
ภาพที่ 4.13 แผนผังแสดงการไหลของข้อมูลระดับ 1 ส่วนของข้อมูล SMS

4.6 การออกแบบส่วนที่ใช้ในการจัดการข้อมูล

การออกแบบระบบในโครงการฉบับนี้อาศัย ER – Diagram (Entity Relationship Diagram) คือการแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลภายในระบบโดยมีความสัมพันธ์แต่ละลักษณะดังนี้



ภาพที่ 4.14 แสดงสัญลักษณ์ลักษณะความสัมพันธ์ของข้อมูลภายในระบบ



ภาพที่ 4.15 แสดง ER – Diagram

จากภาพที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูล

- 1) ผู้บริหารหนึ่งคนดูพฤติกรรมกับเว็บเพจได้หลาย ๆ เว็บเพจ
- 2) ผู้บริหารหนึ่งคนมี SMS ได้หลายข้อความ
- 3) ผู้บริหารหนึ่งคนเข้าระบบใช้งานได้หลาย ๆ ครั้ง
- 4) ผู้ดูแลระบบหนึ่งคนเข้าระบบใช้งานได้หลาย ๆ ครั้ง
- 5) ตอบแบบสอบถามได้หลายแบบสอบถาม
- 6) หัวข้อแบบสอบถามหนึ่งหัวข้อมีคำตอบได้หลาย ๆ ข้อ

4.6.1 ตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรม
ผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์

ข้อมูลจำนวน 50 ตาราง ดังแสดงรายละเอียดตารางที่ 4.1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ
พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|---------------------------|----------------|-----------------|-------------------------|----------|--------------|
| 1.
Stats
(พฤติกรรม) | stats_id | int(11) | ลำดับสถิติ | PK | admin |
| | admin_stats | varchar(255) | สถิติไซต์ | FK | |
| | pagename | varchar(255) | ชื่อหน้าเพจ | | |
| | user_code | varchar(255) | รหัสของเครื่องที่แจกให้ | | |
| | browsername | varchar(255) | ชื่อ Browser | | |
| | browserversion | varchar(255) | Version Browser | | |
| | screensize | varchar(255) | ขนาดหน้าจอ | | |
| | screencolor | varchar(255) | สีที่หน้าจอ | | |
| | referer | Text | มาจากที่ไหน | | |
| | url | varchar(255) | หน้าที่ใช้งานปัจจุบัน | | |
| | Language | varchar(255) | ภาษาที่ใช้ | | |
| | Country_short | char(2) | ตัวย่อของประเทศ | | |
| | Country_long | varchar(255) | ชื่อเต็มของประเทศ | | |
| date_time | Datetime | เวลาการเข้าดู | | | |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิง
เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------|----------|--------------|
| | ip1 | varchar(255) | IP แบบที่ 1 | | |
| | ip2 | varchar(255) | IP แบบที่ 2 | | |
| | ip3 | varchar(255) | IP แบบที่ 3 | | |
| 2.
Ip
(รายชื่อประเทศ) | start_ip | varchar(15) | IP เริ่มต้น | | |
| | End_ip | varchar(15) | IP สิ้นสุด | | |
| | ip_from | int(10) | จาก IP | | |
| | ip_to | int(10) | ถึง IP | | |
| | country_short | Char(2) | ชื่อย่อประเทศ | | |
| | country_long | varchar(50) | ชื่อเต็มประเทศ | | |
| 3.
stats_url_decoder
(คำค้น) | stats_url_decode_id | int(11) | ลำดับคำค้น | PK | |
| | url_decode | mediumtext | ถอดรหัส URL | | |
| | search | text | Search engine | | |
| 4.
Admin
(รายชื่อผู้บริหาร) | admin_id | int(11) | ลำดับของ admin | PK | |
| | admin_stats | varchar(255) | สถิติไซต์ | FK | stats |
| | admin_login | varchar(255) | ชื่อ login | | |
| | admin_password | varchar(255) | รหัสผ่าน | | |
| | admin_email | varchar(255) | email | | |
| | admin_status | Tinyint(1) | สถานะ | | |
| | admin_phone | varchar(32) | เบอร์โทรศัพท์ | | |
| | | | เบอร์โทรศัพท์มือถือ | FK | OZEKI |
| | admin_mobile | varchar(32) | | | SMS |
| | admin_fax | varchar(64) | เบอร์ Fax | | |
| | admin_company | varchar(255) | ชื่อบริษัท | | |
| | admin_address | Tinytext | ที่อยู่ | | |
| | admin_province | varchar(64) | จังหวัด | | |
| | admin_postcode | varchar(8) | รหัสไปรษณีย์ | | |
| | admin_detail | Tinytext | รายละเอียดอื่น ๆ | | |
| | admin_ip1 | varchar(255) | IP แบบที่ 1 | | |
| | admin_ip2 | varchar(255) | IP แบบที่ 2 | | |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิง
เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|--|---------------------|-----------------|-----------------------------|----------|--------------|
| | admin_code | varchar(255) | code ที่กำหนดให้ | | |
| | admin_register_date | Date | วันที่สมัคร | | |
| | admin_insert | tinyint(1) | สิทธิ์ในการเพิ่มข้อมูล | | |
| | admin_update | tinyint(1) | สิทธิ์ในการปรับปรุงข้อมูล | | |
| | admin_delet | tinyint(1) | สิทธิ์ในการลบข้อมูล | | |
| | admin_view_all | tinyint(1) | สิทธิ์ในการดูข้อมูล | | |
| | Host | varchar(100) | ชื่อ host ที่นำสคริปต์ไปติด | | |
| | admin_pwd | varchar(255) | รหัสผ่านในการบันทึก | | |
| 5.
Adminlogin
(เข้าใช้งานผู้บริหาร) | adminlogin_id | Int(11) | ลำดับการเข้าระบบ | PK | |
| | admin_id | Int(11) | ลำดับของ admin | FK | admin |
| | adminlogin_comname | varchar(255) | ระบบที่ใช้เข้ามา | | |
| | adminlogin_date | Datetime | วันที่เข้าใช้ | | |
| | adminlogin_ip1 | varchar(255) | IP แบบที่ 1 | | |
| | adminlogin_ip2 | varchar(255) | IP แบบที่ 2 | | |
| | adminlogin_ip3 | varchar(255) | IP แบบที่ 3 | | |
| 6.
Root
(รายชื่อผู้ดูแลระบบ) | root_id | int(11) | ลำดับของ Root | PK | |
| | root_login | Varchar(255) | ชื่อ Root | | |
| | root_password | Varchar(255) | รหัสผ่านของ Root | | |
| 7.
Rootlogin
(เข้าใช้งานผู้ดูแลระบบ) | rootlogin_id | int(11) | ลำดับการเข้าระบบ | PK | |
| | root_id | int(11) | ลำดับของ root | FK | root |
| | rootlogin_comname | varchar(255) | ระบบที่ใช้เข้ามา | | |
| | rootlogin_date | Datetime | วันที่ login | | |
| | rootlogin_ip1 | varchar(255) | IP แบบที่ 1 | | |
| | rootlogin_ip2 | varchar(255) | IP แบบที่ 2 | | |
| | rootlogin_ip3 | varchar(255) | IP แบบที่ 3 | | |
| 8.
Email | email_id | int(11) | ลำดับ email | PK | |
| | email_email | varchar(255) | email | | |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิง
เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|---|---|---|--|--------------|--------------------|
| (อีเมลลูกค้า) | email_num | tinyint(4) | ลำดับครั้งที่ส่ง | | |
| 9.
questionnaire_detail

(หัวข้อแบบสอบถาม) | id_question

questionnaire_detail

questionnaire_detail_eng | int(3)

mediumtext

mediumtext | ลำดับหัวข้อ

รายละเอียดภาษาไทย

รายละเอียดภาษาอังกฤษ | PK

FK | questionnaire_data |
| 10.
questionnaire_data

(คำตอบแบบสอบถาม) | id_question
date_question
gender

age
education
career
salary
use_internet
internet_per_day
purpose_website
access_tour
purpose
tour_during
tour_by
stay
place
part
reserve
nationality
pay_tour
education_other | int(11)
datetime

int(3)
int(2)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
int(3)
text
int(3)
text | ลำดับแบบสอบถาม
วันที่ตอบ
เพศ

อายุ
การศึกษา
อาชีพ
รายได้
ใช้อินเทอร์เน็ต
ระยะเวลาใช้ต่อวัน
จุดประสงค์การใช้งาน
ใช้เว็บไซต์บ่อยแค่ไหน
วัตถุประสงค์ท่องเที่ยว
ท่องเที่ยวช่วงเวลาไหน
ท่องเที่ยวโดยวิธีใด
พักค้างคืนแบบไหน
สถานที่ชอบไปแบบไหน
ชอบไปภาคไหนมาก
จองทัวร์ที่พักทางไหน
สัญชาติ
ประมาณค่าใช้จ่าย
การศึกษาอื่น ๆ | PK | |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิง
เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|-----------|---------------------|-----------------|--------------------------------|----------|--------------|
| | Career_other | text | อาชีพอื่น ๆ | | |
| | q_email | text | อีเมลผู้ตอบ | | |
| | q_ip3 | text | IP3ของผู้ตอบ | | |
| | q_telephone | text | โทรศัพท์ผู้ตอบ | | |
| | use_internet_other | text | ใช้อินเทอร์เน็ตที่อื่น ๆ | | |
| | lang | text | ภาษาที่ผู้อ่านคลิกตอบ | | |
| | purpose_website_ | | จุดประสงค์ใช้เว็บไซต์อื่น ๆ | | |
| | other | text | | | |
| | serve_website1 | text | บริการของทัวร์ | | |
| | serve_website2 | text | บริการของห้องัก | | |
| | serve_website3 | text | บริการของตัวเครื่องบิน | | |
| | serve_website4 | text | บริการของรถไฟ | | |
| | serve_website4 | text | ตารางเวลาเดินทาง | | |
| | serve_website6 | text | เปรียบเทียบราคาผู้ให้บริการ | | |
| | serve_website7 | text | รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว | | |
| | serve_website8 | text | ค้นหาร้านอาหาร | | |
| | serve_website9 | text | เว็บบอร์ด | | |
| | serve_website10 | text | ตรวจสอบเส้นทาง | | |
| | serve_website11 | text | ค้นหาเทศกาลงานประเพณี | | |
| | serve_website12 | text | สินค้าของที่ระลึก | | |
| | serve_website13 | text | เบอร์โทรศัพท์ที่สำคัญ | | |
| | serve_website_other | text | บริการอื่นๆผ่านเว็บไซต์ | | |
| | q_add_website | text | เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ | | |
| | purpose_other | text | วัตถุประสงค์ท่องเที่ยวอื่น ๆ | | |
| | tour_by_other | text | เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่น ๆ | | |
| | serve_website_other | text | บริการอื่น ๆ ผ่านเว็บไซต์ | | |
| | Q_add_website | text | เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ | | |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|--------------------|----------------|-----------------|--------------------------------|----------|--------------|
| | purpose_other | text | วัตถุประสงค์ท่องเที่ยวอื่น ๆ | | |
| | id_question | int(11) | ลำดับแบบสอบถาม | | |
| | tour_by_other | text | เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่น ๆ | | |
| | id_question | int(11) | ลำดับแบบสอบถาม | | |
| | stay_other | text | สถานที่พักท่องเที่ยวอื่น ๆ | | |
| | id_question | int(11) | ลำดับแบบสอบถาม | | |
| | place_other | text | สถานที่แบบอื่น ๆ ที่ชอบไป | | |
| | id_question | int(11) | ลำดับแบบสอบถาม | | |
| | activity1 | int(3) | กิจกรรมนอนพักผ่อน | | |
| | activity2 | int(3) | กิจกรรมจักรยานภูเขา | | |
| | activity3 | int(3) | กิจกรรมเที่ยวชมธรรมชาติ | | |
| | activity4 | int(3) | กิจกรรมดูนกเดินป่า | | |
| | activity5 | int(3) | กิจกรรมชมศิลปวัฒนธรรม | | |
| | activity6 | int(3) | กิจกรรมดำน้ำ วายน้ำ | | |
| | activity7 | int(3) | กิจกรรมขับรถสำรวจ
เส้นทาง | | |
| | activity8 | int(3) | กิจกรรมชมโบราณสถาน | | |
| | activity9 | int(3) | กิจกรรมปฏิบัติธรรม | | |
| | activity10 | int(3) | กิจกรรมซื้อสินค้า | | |
| | activity11 | int(3) | กิจกรรมสวนน้ำ สวนสัตว์ | | |
| | activity12 | int(3) | กิจกรรมอื่น ๆ | | |
| | reserve_other | varchar(255) | จองผ่านทางอื่น ๆ | | |
| | pay_tour_other | text | ค่าใช้จ่ายประมาณอื่น ๆ | | |
| 11.
ozekismsout | Id | int(11) | ลำดับ sms | PK | |
| | sender | varchar(30) | ส่งข้อความ | FK | Admin |
| | receiver | varchar(30) | รับข้อความ | | |
| | msg | varchar(160) | ข้อความ | | |
| | senttime | varchar(100) | เวลาส่ง | | |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงรายละเอียดตารางข้อมูลระบบจัดการสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เว็บไซต์

| ชื่อตาราง | ชื่อเขตข้อมูล | ชนิดข้อมูล/ขนาด | คำอธิบาย | PK or FK | อ้างอิงตาราง |
|-----------|---------------|-----------------|--------------|----------|--------------|
| | receivedtime | varchar(100) | เวลารับ | | |
| | reference | varchar(10) | อ้างอิง | | |
| | status | varchar(20) | สถานะ | | |
| | operator | varchar(100) | ผู้ให้บริการ | | |

4.7 สรุปการออกแบบฐานข้อมูล

จากแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบมานั้นจะเห็นได้ว่าฐานข้อมูลที่ 9 (D9) เป็นการเก็บข้อมูลรายละเอียดเอาไว้ ส่วนฐานข้อมูลที่ 10 (D10) จะทำการเก็บข้อมูลเป็นตัวเลขและมีความสัมพันธ์กับฐานข้อมูลที่ 9 ดังภาพที่ 4.16 และ 4.17

| id_question | questionnaire_detail | questionnaire_detail_eng |
|-------------|----------------------|---------------------------|
| 101 | ชาย | Male |
| 102 | หญิง | Female |
| 103 | มัธยมศึกษาตอนต้น | Secondary |
| 104 | มัธยมศึกษา | High School |
| 105 | อาชีวศึกษา | Vocational |
| 106 | ปริญญาตรี | Bachelor degree |
| 107 | ปริญญาโท | Master degree |
| 108 | ปริญญาเอก | Doctorate degree (PhD) |
| 109 | การศึกษาอื่นๆ | Other Education |
| 110 | นักเรียน-นักศึกษา | Student |
| 111 | รับราชการ | Government Officer |
| 112 | รัฐวิสาหกิจ | Hybrid officer |
| 113 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว | Self employed |
| 114 | บริษัทเอกชน | Private companys employee |
| 115 | อาชีพอื่นๆ | Other Career |
| 116 | ต่ำกว่า 10,000 บาท | Less then 10,000 Bath |
| 117 | 10,000 - 20,000 บาท | 10,000 - 20,000 Bath |
| 118 | 20,001 - 30,000 บาท | 20,001 - 30,000 Bath |
| 119 | 30,001 - 40,000 บาท | 30,001 - 40,000 Bath |
| 120 | 40,001 - 50,000 บาท | 40,001 - 50,000 Bath |
| 121 | มากกว่า 50,000 บาท | More than 50,000 Bath |
| 122 | ที่บ้าน | Home |
| 123 | โรงเรียน | School |
| 124 | ที่ทำงาน | Office |

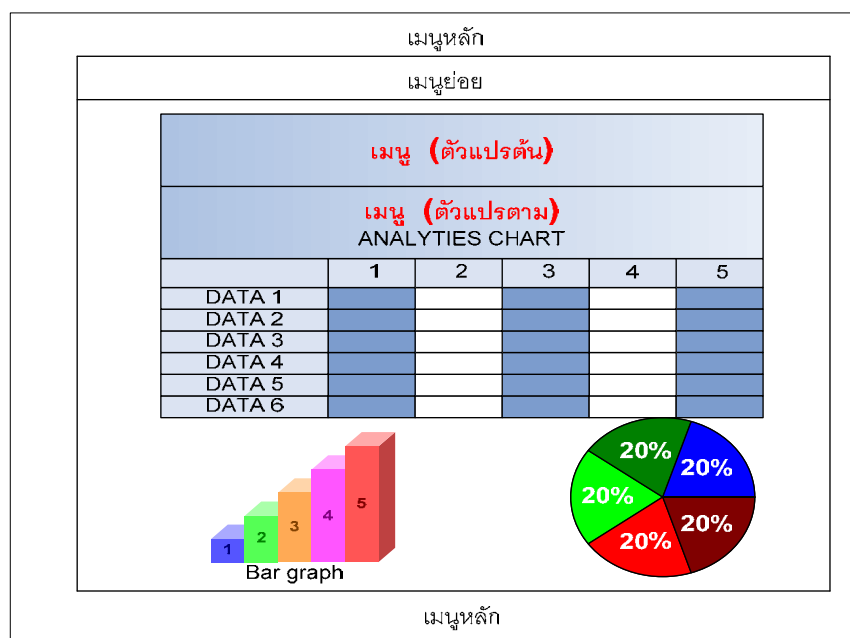
ภาพที่ 4.16 ข้อมูลหัวข้อแบบสอบถามฐานข้อมูลที่ 9 (questionnaire_detail)

| id_question | date_question | gender | age | education | career | salary | use_internet | internet_per_day | purpose_website | access_tour |
|-------------|---------------------|--------|-----|-----------|--------|--------|--------------|------------------|-----------------|-------------|
| 1 | 2006-02-18 20:43:50 | 101 | 31 | 106 | 114 | 118 | 126 | 131 | 133 | 150 |
| 2 | 2006-02-21 12:28:37 | 102 | 30 | 106 | 114 | 118 | 124 | 129 | 132 | 152 |
| 3 | 2006-02-21 18:27:55 | 101 | 33 | 107 | 114 | 120 | 124 | 129 | 133 | 152 |
| 7 | 2006-02-22 17:40:57 | 101 | 30 | 106 | 111 | 116 | 124 | 131 | 132 | 151 |
| 8 | 2006-02-22 17:55:14 | 102 | 24 | 106 | 114 | 117 | 122 | 129 | 132 | 150 |
| 6 | 2006-02-22 12:52:10 | 101 | 29 | 106 | 114 | 118 | 124 | 129 | 132 | 150 |
| 9 | 2006-02-22 19:36:47 | 101 | 35 | 106 | 113 | 118 | 124 | 131 | 132 | 153 |
| 10 | 2006-02-22 19:45:41 | 101 | 42 | 108 | 111 | 119 | 124 | 130 | 132 | 151 |
| 11 | 2006-02-22 20:02:56 | 102 | 42 | 106 | 114 | 117 | 122 | 130 | 132 | 149 |
| 12 | 2006-02-22 21:46:10 | 102 | 24 | 107 | 110 | 116 | 122 | 129 | 132 | 152 |
| 13 | 2006-02-22 23:00:47 | 101 | 29 | 106 | 114 | 117 | 124 | 131 | 132 | 153 |
| 14 | 2006-02-23 06:02:38 | 101 | 64 | 108 | 113 | 117 | 124 | 130 | 133 | 150 |
| 15 | 2006-02-23 07:26:06 | 102 | 50 | 104 | 113 | 121 | 122 | 129 | 132 | 150 |
| 16 | 2006-02-23 07:42:14 | 101 | 35 | 106 | 114 | 121 | 124 | 131 | 132 | 152 |
| 17 | 2006-02-23 07:47:46 | 101 | 29 | 106 | 114 | 118 | 124 | 129 | 132 | 152 |
| 18 | 2006-02-23 07:52:51 | 101 | 39 | 107 | 114 | 121 | 124 | 131 | 133 | 152 |
| 19 | 2006-02-23 08:09:32 | 102 | 50 | 106 | 111 | 118 | 124 | 129 | 132 | 151 |

ภาพที่ 4.17 ข้อมูลในคำตอบแบบสอบถามฐานข้อมูลที่ 10 (questionnaire_data)

4.8 การออกแบบหน้าจอ (เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค)

การออกแบบหน้าจอสำหรับการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ ได้ออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถเรียกใช้งานหน้าจอหลักแต่จะเปลี่ยนเฉพาะส่วนการทำงานตามที่ใช้เรียกใช้งาน



ภาพที่ 4.18 แสดงส่วนประกอบของหน้าจอที่ใช้ติดต่อกับผู้ใช้งาน

จากภาพที่ 4.18 จะเป็นส่วนที่แสดงการติดต่อกับผู้ใช้งานโดยมีส่วนของเมนูหลักจะอยู่คงที่และส่วนเมนูย่อยจะแสดงให้เห็นส่วนต่าง ๆ ตามสิทธิ์ของการเข้าใช้งาน โดยจะประกอบไปด้วยหัวข้อในการเลือกดูข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลกัน ส่วนตรงกลางจะแสดงข้อมูลตามการเลือกจากเมนูย่อย โดยจะมีเมนูตัวแปรต้น และตัวแปรตามให้เลือกซึ่งกันและกันได้ การออกแบบหน้าจอ สามารถแบ่งตามวิธีการใช้งานได้ดังนี้

4.8.1 การออกแบบหน้าจอเข้าใช้งานระบบวิเคราะห์พฤติกรรม

หน้าจอการเข้าสู่ระบบ เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูล ผู้ใช้จะต้องป้อน User Name และ Password เพื่อ Login เข้าสู่ระบบ แสดงได้ดังภาพที่ 4.19

ภาพที่ 4.19 หน้าจอการ Login

4.8.2 หน้าจอสำหรับสำหรับผู้บริหารเข้าใช้งาน

เมื่อ Login ได้สำเร็จระบบจะเก็บข้อมูลการ Login เข้าใช้งานสำหรับผู้บริหาร และสามารถเรียงลำดับได้ตามต้องการ ในหนึ่งหน้าจะแสดงผล 50 แถว และมีการจัดเก็บรายละเอียดดังนี้ภาพที่ 4.20 ในการเข้าดูข้อมูลสำหรับเว็บไซต์อื่น ๆ ก็จะมีผลเว็บไซต์นั้น ๆ

- ก. ชนิดของ Browser ที่ Login เข้าใช้งาน
- ข. วันที่ ที่ Login เข้าใช้งาน
- ค. IP Address ที่ Login เข้าใช้งาน

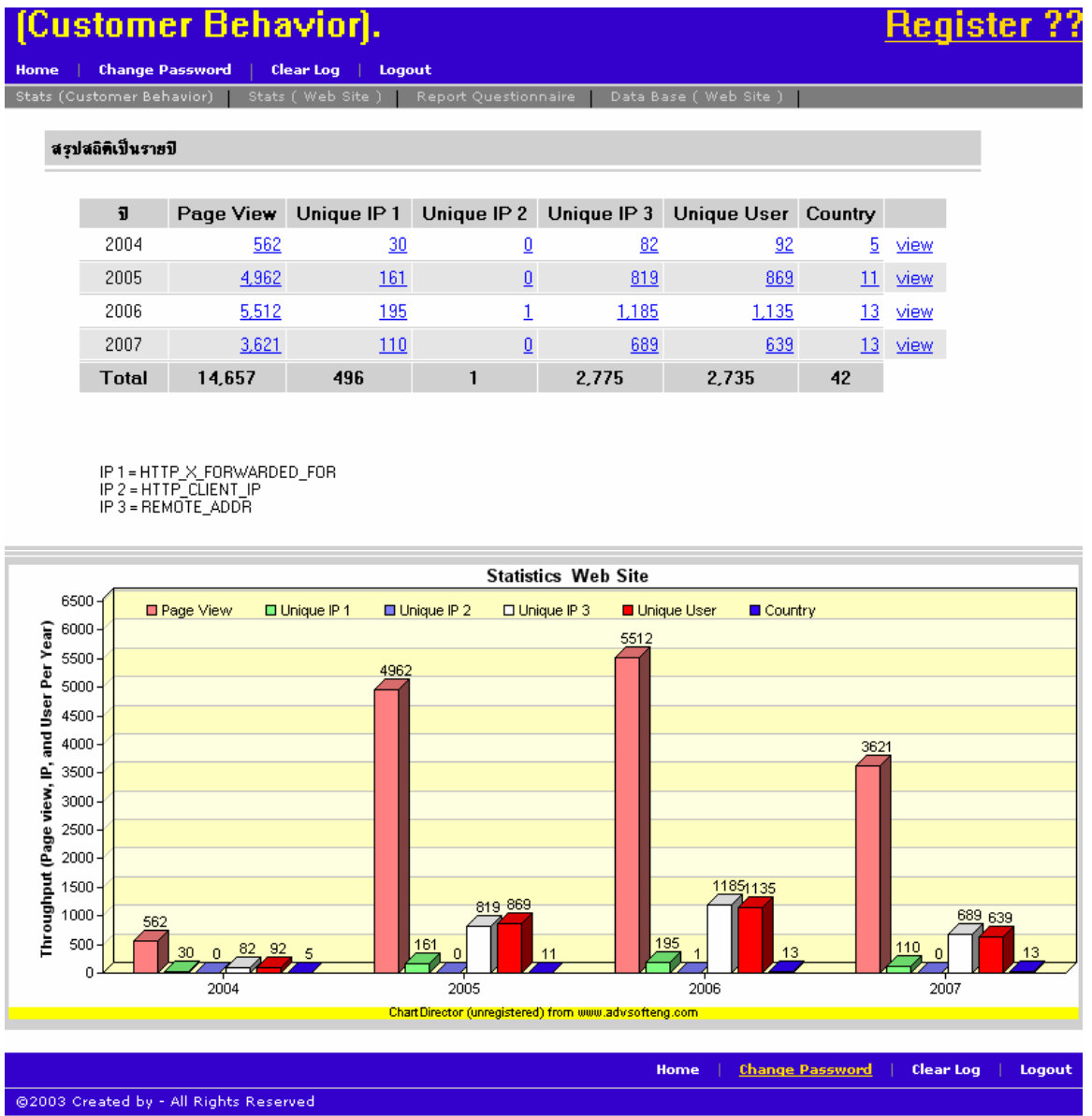
| [Customer Behavior]. | | Register ?? | | | |
|---------------------------|--|---|------------------------|-----|-----------------|
| Home | Change Password | Clear Log | Logout | | |
| Stats (Customer Behavior) | | Stats (Web Site) | | | |
| Login | | | | | |
| เรียงตาม ID | | ID - Browser - วันที่ - IP1 - IP2 - IP3 | | | |
| ลำดับ | Browser | วันที่ | IP1 | IP2 | IP3 |
| 672 | Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1; SV1) | 2007-10-30
13:23:27 | | | 127.0.0.1 |
| 546 | Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1; SV1; InfoPath.1; .NET CLR 1.1.4322) | 2007-06-20
23:23:20 | | | 124.121.123.172 |
| 525 | Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1) | 2007-06-05
18:29:33 | 175.1.2.127 | | 203.144.225.157 |
| 524 | Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1; SV1; InfoPath.1; .NET CLR 1.1.4322) | 2007-06-05
09:06:49 | | | 124.121.122.75 |

| | | | | |
|--|--|---------------------------------|---------------------------|------------------------|
| Home | | Change Password | Clear Log | Logout |
| ©2003 Created by - All Rights Reserved | | | | |

ภาพที่ 4.20 แสดงรายละเอียดของการ Login

4.8.3 หน้าจอการรายงานผลสรุปสถิติเป็นรายปี

ในส่วนนี้จะแสดงผลสรุปแยกเป็นรายปี สรุปจำนวนหน้าที่เปิดทั้งปีสรุปจำนวน IP Address ที่เข้ามาดู และ User ที่เข้ามาดู ถ้าต้องการดูในรายละเอียดก็คลิกที่ view ดังภาพที่ 4.21



ภาพที่ 4.21 หน้าจอรายงานผลสรุปสถิติรายปี

จากภาพที่ 4.21 สามารถทำการคลิกเลือกข้อมูลต่าง ๆ เข้าไปดูข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ได้อีก เช่นเมื่อทำการคลิกที่ Country จะสามารถเข้าดูว่าประกอบด้วยประเทศอะไรบ้าง

4.9 การออกแบบหน้าจอบแบบสอบถาม

การออกแบบหน้าจอบจะใช้ HTML เข้าใช้ในการออกแบบและรายละเอียดข้อมูลดังนี้

แบบสอบถาม / Questionnaire

การค้นคว้าอิสระเรื่อง : วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์

Independent Study Entitled: Comparative Analysis on tourist consumer behavior in using websites.

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้น เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ (เมื่อท่านส่งแบบสอบถามเรามีส่วนลดแพ็คเกจให้)

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ (โครงการ) มหาวิทยาลัย วลัยลักษณ์ จัดทำโดย นาย อนุวัฒน์ อัครวณิชบุญญา อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. พูลพงษ์ บุญพราหมณ์

Explanation

This is questionnaire for Comparative Analysis on tourist consumer behavior in using websites. (When you send our questionnaire we have discount package tour for you.)

This questionnaire is part of Thesis (Project) of Walailak University by Mr. Anuwat Audsawaauebunya Adviser Assoc. Prof, Dr. Poonpong Bunbrahm.

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน / This questionnaire divides to are 3 the part.

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (8 คำถาม) / Part 1. Tourist Personal Data. (8 Question)

ส่วนที่ 2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์ (6 คำถาม)

Part 2. The consumer behaviour about the tourism in Thailand via website. (6 Question)

ส่วนที่ 3. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว (9 คำถาม) / Part 3. Travel Behavior Data. (9 Question)

กรุณาใส่เครื่องหมาย หรือ ลงหน้าข้อที่ท่านเห็นว่าถูกต้องที่สุด

Please tick or in the choice that you think most correct.

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว / Part 1. Tourist Personal Data.

* 1. สัญชาติ / Nationality

* 2. เพศ / Gender

ชาย/ Male

หญิง/ Female

* 3. อายุ / Age

 ปี / Year

(รับตัวเลขอย่างเดียว / Only numbers are acceptable)

* 4. การศึกษา/Education (รวมทั้งที่กำลังศึกษาอยู่ / Including current studying.)

มัธยมศึกษาตอนต้น / Secondary

มัธยมศึกษา / High School

อาชีวศึกษา / Vocational

ปริญญาตรี / Bachelor degree

ปริญญาโท / Master degree

ปริญญาเอก / Doctorate degree (PhD)

อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 5. อาชีพ / Career

นักเรียน-นักศึกษา / Student

รับราชการ / Government Officer

รัฐวิสาหกิจ / State Enterprise Officer

ประกอบธุรกิจส่วนตัว / Self employed

) บริษัทเอกชน / Private company's employee

) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 6. รายได้ต่อเดือน / Salary per month.

) ต่ำกว่า 10,000 บาท / Less than Bath 10,000

) 10,000 - 20,000 บาท / 10,000 - 20,000 Bath

) 20,001 - 30,000 บาท / 20,001 - 30,000 Bath

) 30,001 - 40,000 บาท / 30,001 - 40,000 Bath

) 40,001 - 50,000 บาท / 40,001 - 50,000 Bath

) มากกว่า 50,000 บาท / More than 50,000 Bath

7. Email address

สำหรับส่งผลการวิจัย และส่วนลดแพ็คเกจ /

For sending the research result and the discount package tour.

8. โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone

สำหรับส่งแพ็คเกจท่องเที่ยวใหม่ๆผ่าน SMS.

(รับตัวเลขอย่างเดียวเช่น 040334343)

For sending the new package tour via SMS.

(Take the number only Ex 6640334343)

ส่วนที่ 2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์

Part 2. The consumer behaviour about the tourism in Thailand via website.

* 1. ท่านใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่ไหนมากที่สุด / Where did you use internet most often?

) ที่บ้าน / Home

-) โรงเรียน / School
-) ที่ทำงาน / Office
-) ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe
-) โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 2. ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน / How long did you use internet per day

-) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / Less than one hour
-) 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour
-) 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour
-) มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour

* 3. จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวของท่านคืออะไร /

Why did you use the travel website?

-) เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว
Use the data for planning your travels
-) เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผน
ท่องเที่ยว
For searching the data but not apply in
planning your travels
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 4. ท่านใช้บริการอะไรผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

Which service did you use via the website travels? (answer more than 1 choice)

-) บริการจองทัวร์ / Tour Reservation
-) บริการจองที่พัก โรงแรม
Hotel or accommodation Reservation
-) บริการจองตั๋วเครื่องบิน / Air ticket Reservation
-) บริการจองรถไฟ / Train ticket Reservation
-) ตารางเวลาการเดินทาง รถไฟ รถทัวร์ เครื่องบิน
Check the time schedule of train, coach bus
and airplane
-) เปรียบเทียบราคาผู้ให้บริการ
Price Comparison
-) ดูรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว
Check the travel place in detail
-) ค้นหาร้านอาหาร / Search the place to eat
-) เว็บบอร์ด / Web board
-) ตรวจสอบเส้นทาง / Check the route
-) ค้นหาเทศกาลงานประเพณี
Search Festival
-) สินค้าของที่ระลึก
Souvenir
-) เบอร์โทรศัพท์ที่สำคัญ
Important Telephone number
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 5. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน / How often did you use the travel website?

-) ทุกวัน / Everyday
-) 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time
-) อาทิตย์ละครั้ง / one a week
-) เดือนละครั้ง / one a month
-) ปีละครั้ง / one a year
-) ไม่เคย / Never

6. เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ท่านเลือกใช้ / Which travel website that you choose?

ส่วนที่ 3. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว / Part 3. Travel behavior data.

* 1. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของท่านคืออะไร /

What is the purpose of your travel ?

-) ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Relax
-) ประชุม, สัมมนา / Meeting, Saminar
-) ทัศนศึกษา / Field Trip
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 2. ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด / When are you travel?

-) วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend
-) วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend
-) วันธรรมดา / week day
-) ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity

* 3. ท่านต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด / Which way do you use when you travel?

-) เครื่องบิน / By plane
-) รถไฟ / By train
-) รถโดยสารประจำทาง / By bus
-) รถตู้ / By van
-) รถบัสเช่า / Rent a bus
-) รถส่วนตัว / By car
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 4. สถานที่ที่ท่านต้องการพักค้างคืนคือที่ใด / Where did you want to stay overnight during travel ?

-) โรงแรม / Hotel
-) เกสต์เฮาส์ / Guesthouse
-) บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort
-) เต็นท์ / Tent
-) ที่พักในอุทยานแห่งชาติ / National park
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 5. ท่านชอบไปท่องเที่ยวภาคใดมากที่สุด / What part of Thailand are you prefer to travel ?

-) ภาคเหนือ / North
-) ภาคกลาง / Central region

-) ภาคใต้ / South
-) ภาคตะวันออก / East
-) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast
-) ภาคตะวันตก / West

* 6. สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ท่านชอบไปมากที่สุด

Where do you prefer to travel in Thailand most ?

-) ทะเล เกาะ / Sea, Island
-) ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall
-) วัด / Temple
-) โบราณสถาน / Ancient remains
-) สวนสนุก สวนน้ำ / Park
-) งานเทศกาลต่างๆ / Festival
-) ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Department store, Big city
-) สถานบันเทิง / Entertainment Place
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 7. กิจกรรมที่ท่านเลือกทำระหว่างท่องเที่ยวได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

What activities which you do when you travel in Thailand ?

(answer more than 1 choice)

-) นอนพักผ่อน / Sleep and Relax
-) จักรยานภูเขา / Mountain bike
-) เที่ยวชมธรรมชาติ / Nature tour
-) ดูนก เดินป่า / See bird, Trek

) ชมศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น / Local Culture
Tour

) ดำน้ำ ว่ายน้ำ / Dive, Swim

) ขับรถสำรวจเส้นทางวิบาก / Off road trip

) ชมโบราณสถาน / Look ancient remains

) ปฏิบัติธรรม กิจกรรมทางศาสนา / Religious
Activity

) ซื้อสินค้า / Shopping

) ส่วนน้ำ สวนสัตว์เปิด ฟาร์มจระเข้ / An
amusement

) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 8. ท่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด / How did you reserve the tour and
accommodation?

) ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet

) ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม /
Directly contact with tour or hotel

) ตัวแทนจำหน่าย / by sale representative

) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

* 9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่านแต่ละครั้งประมาณเท่าไร / How much did you spend for your trip ?.

-) น้อยกว่า 2,500 บาท / Bath 2,500
-) 2,500 - 5,000 บาท / 2,500 - 5,000 Bath
-) 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath
-) 7,501 - 10,000 บาท / 7,501 - 10,000 Bath
-) อื่นๆ (โปรดระบุ) / Other (Please specify)

บทที่ 5

การพัฒนา การติดตั้งระบบ และทดสอบระบบ

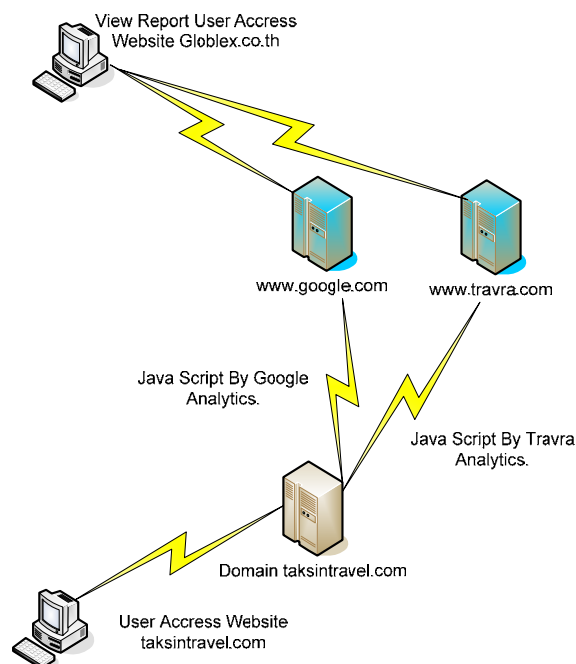
ภายหลังจากการออกแบบเสร็จแล้ว ในขั้นตอนต่อไปนี้จะเป็นการพัฒนาระบบ การติดตั้งระบบและทดสอบระบบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 การพัฒนาระบบ

การพัฒนาโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการข้อมูลของผู้ที่เข้าเว็บไซต์ แล้วจัดเก็บข้อมูลลงฐานข้อมูล MySQL จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบตามข้อมูลที่ได้จัดเก็บมา ทั้งจากการเข้าใช้งานเว็บไซต์และจากแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดการพัฒนาดังนี้

5.1.1 การพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคนในการเข้าใช้งานเว็บไซต์

การพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลนั้นจะสร้างฐานข้อมูลขึ้นมาโดยใช้เครื่องมือช่วยในการสร้างนั่นก็คือ PHPMyAdmin โดยสร้างฐานข้อมูลตามรายละเอียดที่ออกแบบไว้ในบทที่ 4 หลังจากสร้างฐานข้อมูลได้แล้วต่อไปจะเป็นการพัฒนาในส่วนของโปรแกรมการจัดเก็บข้อมูล



ภาพที่ 5.1 แสดงการส่งค่าการเก็บพฤติกรรมจาก Java Scrip

จากการวิเคราะห์ระบบจากบทที่ 3 พบว่ามีระบบจัดเก็บข้อมูลของเว็บไซต์อื่น ๆ เหมือน ๆ กันในส่วนของระบบที่นำมาเก็บเพิ่มเติมจะมีหลักการเหมือนกับการจัดเก็บข้อมูล แต่อาจจะไม่มีฟังก์ชันครบเท่าที่ระบบอื่นมี โดยมีหลักการดังภาพที่ 5.1 จะนำจาวาสคริปต์ไปติดที่เว็บไซต์ในหน้าต่าง ๆ แต่ในทางการพัฒนานี้ได้ติดไว้ที่ส่วนหัว หรือที่ส่วนท้ายของโปรแกรม เพื่อเป็นจุดในการติดเป็นที่เดียวและง่ายต่อการบริหารจัดการเมื่อเกิดปัญหาโดยมีรายละเอียดดังนี้

ในแบบที่ 1 จะเป็นการส่งข้อมูลไปยังโดเมน www.travra.com/stats.js ซึ่งเป็นโดเมนต่างประเทศโดยมี Hosts อยู่ที่ Godaddy.com ในส่วนนี้จะมีการส่งค่าตัวแปรไปตรวจสอบก่อนนำข้อมูลจัดเก็บ ในส่วนนี้จะต้องมีฟังก์ชันในส่วนของ Time Zone ในการตรวจสอบความถูกต้องของวันเวลาที่ส่งมาด้วย ถ้ามีผู้ใช้งานอยู่หลายประเทศจะต้องมีการเพิ่มฐานข้อมูลของ time zone ไว้สำหรับรองรับการใช้งานหลายประเทศ ต่อไปจะเป็นการแสดงรายละเอียดของจาวาสคริปต์ที่นำไปติดที่เว็บไซต์

```
<SCRIPT LANGUAGE="javascript">host="taksintravel.com";stats="k9thPar";</SCRIPT>
<script LANGUAGE="javascript" src=http://www.travra.com/stats.js
ype="text/javascript"></script>
```

ในแบบที่ 2 จะเป็นแบบการจัดเก็บอยู่ที่ Host เดียวกันเลยจะทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการโดยไม่จำเป็นต้องมีฟังก์ชัน Time Zone เข้ามาใช้งานก็ได้เพราะข้อมูลที่ส่งมีความถูกต้องทางด้านวันเวลาอยู่แล้วตัวอย่างจาวาสคริปต์

```
<script src="./keepstat.js" type="text/javascript"></script>
```

ในส่วนต่อไปจะเป็นการแสดงผลข้อมูลในส่วนของไฟล์จุด js ก่อนที่จะจัดเก็บไว้ในฐานข้อมูล

ตารางที่ 5.1 ชื่อไฟล์และหน้าที่ของไฟล์

| ลำดับที่ | ชื่อไฟล์ | หน้าที่ |
|----------|-------------|--|
| 1. | Keepstat.js | ไฟล์นี้จะทำการรับค่าจากจาวาสคริปต์มาแล้วทำการส่งต่อไปให้ไฟล์ stats.php |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) ชื่อไฟล์และหน้าที่ของไฟล์

| ลำดับที่ | ชื่อไฟล์ | หน้าที่ |
|----------|--------------------|---|
| 2. | Stats.php | ไฟล์นี้จะทำการรับข้อมูลจากไฟล์ Keepstat.js และทำการตรวจสอบข้อมูลมาจาก IP Address อะไรแล้วนำค่าที่ได้ไปทำการหาประเทศ |
| 3. | Index.php | เป็นไฟล์แรกที่กำหนดไว้สำหรับการเข้าหน้าเว็บไซต์ |
| 4. | Login_admin.php | เป็นไฟล์ที่ตรวจสอบผู้บริหารเข้าใช้งานเว็บเพื่อดูรายงาน |
| 5. | Body_top.php | ทำหน้าที่แสดงเมนูส่วนบนของระบบ |
| 6. | Footer.php | ทำหน้าที่ส่วนท้ายของโปรแกรม |
| 7. | Stats.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานหน้าแรกหลังจาก Login |
| 8. | Stats_day.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานรายวัน |
| 9. | Stats_month.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานรายเดือน |
| 10. | Stats_detail.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานที่เป็นรายละเอียดทั้งหมด |
| 11. | Stats_web.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานแบบสอบถาม |
| 12. | question_1.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานแบบสอบถามที่วิเคราะห์เปรียบเทียบกัน |
| 13. | question_1_all.php | ทำหน้าที่แสดงรายงานแบบสอบถามที่วิเคราะห์เปรียบเทียบกันทั้งหมดทุกเงื่อนไข |

5.1.1 การพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

สำหรับการพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถามนี้ ในแบบฟอร์มที่ไว้สำหรับการกรอกข้อมูลแบบสอบถามนี้จะเป็นการออกแบบในรูปแบบตายตัวไม่สามารถปรับเปลี่ยนจากฐานข้อมูล หลังจากมีการกรอกแบบสอบถามแล้วเมื่อมีการส่งข้อมูลเข้าฐานข้อมูลก็จะมีตรวจสอบการกรอกข้อมูลครบหรือไม่ โดยรายละเอียดของแบบสอบถามตามบทที่ 4.

5.1.2 การพัฒนารูปแบบของรายงานวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบและแบบสอบถาม

โดยจะดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลขึ้นมาโดยมี SQL ในการนับจำนวนของข้อมูลขึ้นมา หลักจากนั้นให้ส่งค่าไปให้กับ Chart Director ในการนำมาพิศตรภาพออกมาและสามารถเลือกรูปแบบรายงานด้วยการคลิกที่เมนูเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลกันโดยรายละเอียดของโปรแกรมดูได้ที่ภาคผนวก

เพื่อเป็นการทดสอบว่าระบบสามารถเก็บพฤติกรรมของผู้บริโภคได้นั้น ทางผู้จัดทำได้ติดตั้งและทดสอบดังนี้

5.2. ผลการติดตั้ง

การติดตั้ง Windows Web Server เป็นการรองรับ Application ในส่วนของ OZEKI SMS Server for Windows และ Chart Director ที่จะต้องมีการ Configuration บางส่วนของ Application จึงต้อง Set up server และติดตั้งสาย Data Link เพื่อใช้ในการส่ง SMS ผลการ Set up ในการ online internet

5.2.1 ผลการติดตั้ง Windows Web Server, NOD32 Antivirus System, Kerio WinRoute Firewall, Tight VNC Software จากการติดตั้งและทดสอบในส่วนนี้ใช้งานได้ปกติ

การติดตั้ง NOD32 Antivirus System ทำไม่ถึงเลือก Antivirus System ตัวนี้ก็เพราะว่าเป็น Antivirus ที่ทำงานได้มีประสิทธิภาพไม่ทำให้เครื่องประมวลผลได้ช้า และสามารถ Update Virus ตัวใหม่ๆ ได้

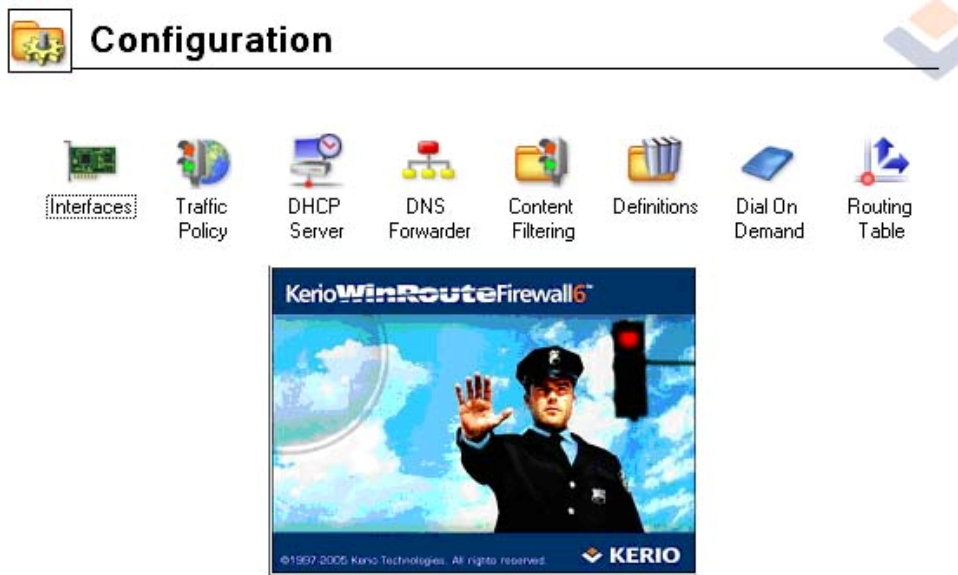
ถ้าจะให้ดี ควรมี Server Antivirus แยกออกมาอีก Server หนึ่งเพื่อตรวจสอบ Virus อีก ระบบ



ภาพที่ 5.2 NOD32 Antivirus System

การติดตั้ง Kerio WinRoute Firewall ในการติดตั้ง Server Online นั้นจะต้องมีระบบรักษาความปลอดภัย จึงต้องมีการติดตั้ง Firewall การที่เลือก Kerio WinRoute Firewall 6 เนื่องจากเป็น Firewall ที่ติดตั้งและใช้งานได้ง่าย มีฟังก์ชันให้ใช้งานพอควร จากการติดตั้งใช้งานได้ปกติ

ถ้าจะให้ดี ควรมี Firewall แยกออกมาอีกระบบ เช่นกัน เพื่อให้การทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ในที่นี้ไม่มี จึงติดตั้งที่ Server เดียวกับ Web Server



ภาพที่ 5.3 Kerio WinRoute Firewall 6

การติดตั้ง Tight VNC Software เพื่อใช้ในการ Remote เข้าไปที่เครื่อง Server และเป็น Free Software ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการใช้งาน Remote นี้จะต้องไป Config ที่ตัว Firewall เพื่ออนุญาต ในการใช้งาน Remote ดังภาพที่ 5.4

| Name | Source | Destination | Service | Action | Log | Translation |
|------------------|----------|----------------------|---|--------|-----|-------------|
| Remote Admin | Any | Firewall | KWF Admin | ✓ | | |
| Remote | Any | Firewall | VNC | ✓ | | |
| Firewall Traffic | Firewall | Local Area Connector | DNS
FTP
HTTP
HTTPS
IMAP
POP3
SMTP
TCP 80
Telnet | ✓ | | |

ภาพที่ 5.4 การแสดงการ Configuration Kerio WinRoute Firewall ให้ Remote

5.2.2 ผลการติดตั้ง OZEKI SMS Server for Windows

จากการทดสอบ OZEKI SMS Server for Windows พบสามารถใช้สำหรับส่ง SMS กรณีที่มีผู้จองแพ็คเกจจังหว้รได้ แต่มีข้อเสียคือ จะมีข้อความส่งมายังผู้รับว่าเป็น การทดลองใช้

งานโดยเป็นการ Random ส่งมาให้ ทำให้เมื่อใช้งานจึงไม่เหมาะสม ซึ่งแก้ไขได้โดยการใช้บริการของ Hotmail ซึ่งผู้ที่ใช้งาน SMS ต้องสมัคร Hotmail แล้วขอใช้บริการ SMS โดยผู้ที่ใช้โทรศัพท์ของผู้ให้บริการ Hutch จะไม่สามารถใช้บริการจาก Hotmail ได้จึงต้องใช้งานในส่วน OZEKI SMS

5.2.3 ผลการติดตั้ง Chart Director

การใช้งาน Chart Director แสดงผลจะต้องมีการเรียกโปรแกรม Chart Director ซ้ำม Server จะทำให้การแสดงผลอาจช้าลงไปบ้าง สาเหตุที่ต้องอยู่คนละ Server เนื่องจากผู้ให้บริการ Hosting ไม่อนุญาตให้ Setup Chart Director บน Server Unix เพราะอาจไม่ปลอดภัยต่อระบบผู้ให้บริการ ดังนั้นในอนาคตจะต้องเปลี่ยนมาใช้ ฟังก์ชัน GD ของ PHP เพื่อให้การแสดงผลได้เร็วขึ้น

Chart Director สำหรับ PHP บน Windows ต้องใช้ PHP เวอร์ชัน 4.0.4pl1, และสูงถึง PHP 5.0.0

การติดตั้ง Chart Director สำหรับ PHP บน Windows ให้ unzip ไฟล์ที่ดาวโหลดมา แล้วนำ Chart Director ไปไว้ที่ไดเรกทอรี HTML บนเครื่องเว็บเซิร์ฟเวอร์ (หรือไดเรกทอรีใด ๆ ที่ยอมให้ สคริป PHP ทำงานได้) ดังนี้

ก. Unzip ไฟล์ที่ดาวโหลด



ภาพที่ 5.5 Unzip ไฟล์ที่ดาวโหลด

- 1) คลิกขวาที่ไฟล์ Chartdir_php_win32.zip
- 2) เลือก Extract to..
- 3) Unzip ไปเก็บที่ Web Server

ถ้าใช้ Linux/FreeBSD/Solaris ดาวโหลด Chart Director สู่อินเตอร์เน็ต HTML เครื่องเว็บเซิร์ฟเวอร์โดย FTP ไฟล์ไปไว้ที่เครื่อง Server แล้ว Telnet ไปที่ Server จากนั้นทำตามขั้นตอนต่อไปนี้:

```
gunzip [chartdir_file_name].tar.gz
```

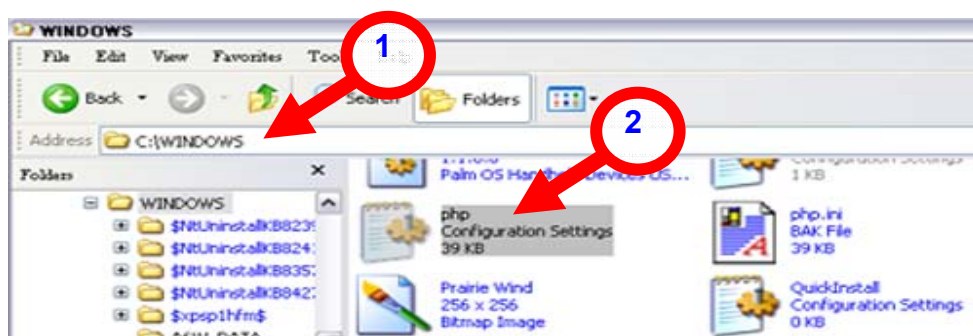
```
tar xvf [chartdir_file_name].tar
```

สิ่งสำคัญของการใช้งาน Chart Director ระบบจะต้องรองรับการดาวโหลดไดนามิคการใช้งาน ถ้า PHP ไม่สนับสนุนไดนามิคที่ดาวโหลด คุณอาจจะต้องแก้ไขที่ไฟล์ php.ini ให้ใช้งานได้

ข. แก้ไขไฟล์ php.ini ดังนี้

เปิดไฟล์ php.ini ไปกำหนด ค่า extension=phpchartdir.dll ดังนี้

- 1) ให้ไปที่ c:\Windows\php.ini
- 2) เปิดไฟล์ php.ini



ภาพที่ 5.6 เปิดไฟล์ php.ini

- 3) เพิ่มค่า extension=phpchartdir.dll
 - ไปที่ Dynamic Extensions
 - เพิ่มบรรทัด extension=phpchartdir421.dll
 - บันทึกไฟล์ php.ini
- 4) Restart Webs server
- 5) ให้เรียกไฟล์ Chart Director ที่อยู่บน web server

5.3. ผลการทดสอบระบบ

การทดสอบระบบจะประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ทดสอบระบบการเก็บพฤติกรรม

ติดตั้งจาวาสคริปต์ไว้ที่เว็บไซต์ www.taksintravel.com และส่งข้อมูลพฤติกรรมมาเก็บที่ฐานข้อมูลโดยสรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ผลการทดสอบระบบวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

| ส่วนที่ทดสอบ | แสดงผล | เพิ่ม | แก้ไข | ลบ | หมายเหตุ |
|-------------------------------------|--------|-------|-------|----|---------------|
| ระบบจัดเก็บพฤติกรรม | ✓ | ✓ | - | - | |
| รายงานผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ | ✓ | - | - | - | แสดงผลถูกต้อง |
| รายงานผลรูปแบบกราฟ | ✓ | - | - | - | แสดงผลถูกต้อง |
| สิทธิในการใช้งาน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |

5.3.2 ทดสอบระบบจัดเก็บแบบสอบถาม

ทดสอบระบบการกรอกแบบสอบถามที่อยู่บนเว็บไซต์ www.taksintravel.com โดยผู้กรอกแบบสอบถามสามารถเข้ามาที่เว็บไซต์แล้วกรอกข้อมูลได้โดยผลการทดสอบเป็นดังนี้

ตารางที่ 5.3 ผลการทดสอบระบบจัดเก็บแบบสอบถาม

| ส่วนที่ทดสอบ | แสดงผล | เพิ่ม | แก้ไข | ลบ | หมายเหตุ |
|-------------------------------------|--------|-------|-------|----|---------------|
| ระบบจัดเก็บแบบสอบถาม | - | ✓ | - | - | |
| รายงานผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ | ✓ | - | - | - | แสดงผลถูกต้อง |
| รายงานผลรูปแบบกราฟ | ✓ | - | - | - | แสดงผลถูกต้อง |

5.3.3 ทดสอบระบบการส่งอีเมล

ผลการทดสอบระบบการส่ง Email โดยอัตโนมัติ เพื่อประชาสัมพันธ์ จากการทดสอบพบว่าสามารถทำงานได้ โดยมีการส่ง Email เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคที่เข้ามาตอบแบบสอบถามและเป็นการจัดเก็บพฤติกรรมในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ไปด้วย ระบบการส่งอีเมล จะส่งอีเมลครั้งละ 1 อีเมล หรือหลาย ๆ อีเมลโดยอ่านจากฐานข้อมูล เมื่อผู้รับอีเมลคลิกที่

Link จะมีการเก็บข้อมูลเข้าสู่ฐานข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในภายหลัง ระบบจะส่งแบบสอบถาม เวลา และจำนวน Email ดังภาพที่ 5.7

02:22:00 PM Database Paging ข้อมูลจากตาราง email ในฐานข้อมูล taksintravel_co ของ MySQL

59 -->Time

26-->Mail

| Email ID | Email | Email Number |
|----------|-----------------|--------------|
| 12197 | J144@pi-chm.com | 0 |

แบบสอบถาม / Questionnaire

การค้นคว้าอิสระเรื่อง : วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ พฤติกรรมผู้บริโภค เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผ่านเว็บไซต์ ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

Independent Study Entitled: Consumer Behavior Analysis Concerning Thailand Tour Pass Website In Thailand And Abroad Foreign

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้น เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ พฤติกรรมผู้บริโภค เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผ่านเว็บไซต์ ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ (เมื่อท่านส่งแบบสอบถามเรามีส่วนลดแพ็คเกจทัวร์)
 แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ (โครงการ) มหาวิทยาลัย วลัยลักษณ์
 จัดทำโดย นาย อรุณณ์ อัครเชื้อบุญญา
 เลือก --> [แบบสอบถาม](#)
 เลือก --> [ไม่ตอบแบบสอบถาม](#)

This is questionnaire for consumer behavior anlysis concerning Thailand tour pass website in Thailand and abroad foreign. (When you send questionnaire, I have discount for package tour.)
 This questionnaire is part of Thesis (Project) of Walalak University by Mr. Anuwat Audsawaauebunya.
 Select --> [Questionnaire](#)
 Select --> [Not Answer Questionnaire](#)

ภาพที่ 5.7 ระบบการส่ง Mail ประชาสัมพันธ์

5.3.4 ทดสอบระบบ SMS

จากการทดสอบระบบ SMS โดยการเพิ่มเงื่อนไขเข้าไปในระบบการจองทัวร์เมื่อมีการจองทัวร์เกิดขึ้นให้ตรวจสอบเงื่อนไขแล้วส่ง SMS โดยผลการทดสอบพบว่าสามารถใช้งานได้ สำหรับการทดสอบ SMS จาก Hotmail ก็สามารถรับ SMS ได้เช่นกัน

บทที่ 6

วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และข้อเสนอแนะ

การทำโครงการครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ โดยจะเป็นการเก็บข้อมูลจากการเข้าใช้งานเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ที่ www.taksintravel.com และโฆษณาผ่าน Search Engine เช่น Google Adwords รวมทั้งการฝากข้อมูลไว้ที่ Web Directory และการส่งแบบสอบถามผ่านทาง Email จำนวน 12,207 Email Address ผลจากการทดสอบส่งแบบสอบถามครั้งที่หนึ่ง มีผู้ตอบแบบสอบถามมา 419 คน จากนั้นเป็นการส่งครั้งที่สองเพื่อจัดเก็บข้อมูลจริง ผลที่ได้คือมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมา 201 คน โดยแบ่งเป็นผู้ตอบจาก Email เป็นจำนวน 176 คนและผู้ที่เข้ามาตอบเองเป็นจำนวน 25 คน สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์ประกอบไปด้วยส่วนของการเปิดเว็บเพจจำนวน 14,657 เว็บเพจ

6.1 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์

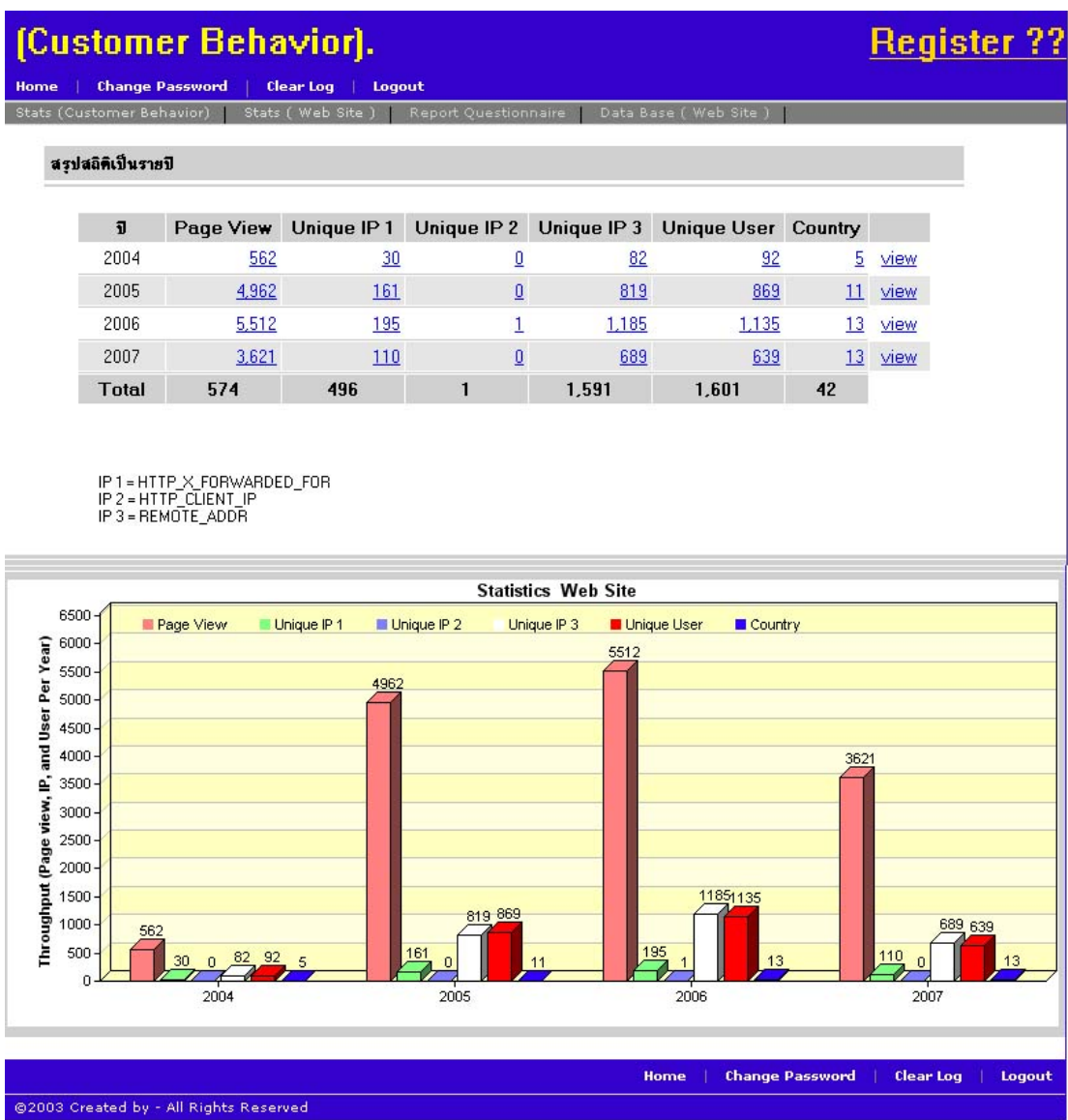
ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าสถิติพื้นฐานในรูปแบบค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ จากสมมติฐานการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลในส่วนของการใช้งานเว็บไซต์จะประกอบไปด้วย

6.1.1 ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มาจากแต่ละเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดหน้าเว็บเพจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

ลักษณะข้อมูลของเครื่องโดยดูจาก IP Address

จากภาพ 6.1 จะเห็นข้อมูลโดยรวมเช่น Unique IP1 โดยมีค่าที่เก็บมาได้ 496 และมี Unique IP 3 เป็น 2,775 โดยมาจาก Unique User 2,735 ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลนี้จะใช้ Unique IP 3 ใน 10 อันดับเพื่อเปรียบเทียบของแต่ละ IP Address ที่เปิดดูหน้าเว็บเพจ



ภาพที่ 6.1 แสดงสถิติทั้งหมดโดยรวม

จากภาพที่ 6.2 แสดงจำนวน IP3 ความหมายของ IP3 ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 เกี่ยวกับการตรวจสอบหมายเลขเครื่อง (IP Address) ผู้ใช้ที่เข้ามาเปิดหน้าเว็บเพจซึ่ง IP3=REMOTE_ADDR เป็นฟังก์ชันของ PHP ที่ทำการตรวจสอบผู้บริโภครที่เข้ามาเปิดหน้าเว็บเพจโดย IP3 นี้เป็นหมายเลข Public IP Address ดังนั้น IP3 10 อันดับที่จะวิเคราะห์เปรียบเทียบจำนวนหน้าเว็บเพจที่เปิดใช้งานโดย IP3 ค่า 203.144.225.157 เป็น Public IP Address คิดเป็นร้อยละ 46.92 ซึ่งเป็นค่าสูงสุดจากการที่ได้เปิดหน้าเว็บเพจของเว็บ www.taksintravel.com และ IP3 ค่า 58.11.32.170 เป็น Public IP Address คิดเป็นร้อยละ 2.98 ซึ่งเป็นค่าน้อยสุดจาก 10 อันดับ โดย IP3 เป็น IP

Address จริงโดยที่ IP Address นี้สามารถไปทำการ Nat IP Address ให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครื่องข่ายภายในได้โดย Private IP Address ภายในองค์กรเป็นเครื่องข่าย Intranet โดยจะกำหนด IP Address ภายในขึ้นมาของแต่ละเครื่องและในที่นี้จะเป็น IP1 (Private IP Address) สำหรับ Private IP นั้นทาง Internet Assigned Numbers Authority (IANA) ได้กำหนดช่วงที่อนุญาตให้ใช้ได้ดังนี้ 10.0.0.0 ถึง 10.255.255.255, 172.16.0.0 ถึง 172.32.255.255 และ 192.168.0.0 ถึง 192.168.255.255 แต่ทั้งนี้ก็อาจจะเป็น IP Address ช่วงอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับองค์กรนั้น ๆ ที่จะกำหนด ในโครงการนี้ต้องการตรวจสอบว่าผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นมาจากที่ใด ซึ่งวิธีการที่ง่ายและเป็นที่ยอมรับกันก็คือการตรวจสอบ IP Address ของเครื่องผู้ชมที่เปิดดูเว็บไซต์ โดยหลักการในการตรวจสอบ IP Address นี้ทำได้โดยการตรวจจาก Predefined Variable ของเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่เราใช้งานอยู่ ซึ่ง Predefined Variable จะเป็นตัวแปรที่สร้างขึ้นมาโดยอัตโนมัติทุกครั้งที่มีการรันสคริปของ PHP Predefine Variable ที่เก็บค่า IP Address ของผู้บริโภคว่าก็คือ REMOTE_ADDR (IP3) ดังนั้นเมื่อต้องการตรวจสอบค่า IP Address ของผู้บริโภค เราจะใช้ฟังก์ชัน getenv ในการดึงเอาค่าของ Predefined Variable นี้มาเก็บไว้ในตัวแปร IP ดังนี้

<?

```
function ip1()
{
    if (isset($_SERVER["HTTP_X_FORWARDED_FOR"]))
    {
        return $_SERVER["HTTP_X_FORWARDED_FOR"];
    }
    else
    {
        return getenv( 'HTTP_X_FORWARDED_FOR' );
    }
}

function ip2()
{
    if (isset($_SERVER["HTTP_CLIENT_IP"]))
    {
```

```

        return $_SERVER["HTTP_CLIENT_IP"];
    }
    else
    {
        return getenv( 'HTTP_CLIENT_IP' );
    }
}
function ip3()
{
    if (isset($_SERVER["REMOTE_ADDR"]))
    {
        return $_SERVER["REMOTE_ADDR"];
    }
    else
    {
        return getenv( 'REMOTE_ADDR' );
    }
}??>

```

IP 1 = HTTP_X_FORWARDED_FOR

IP 2 = HTTP_CLIENT_IP

IP 3 = REMOTE_ADDR

จะเห็นได้ว่าฟังก์ชันที่ใช้สามารถตรวจสอบ IP Address ของผู้บริโภคนั้นได้ในระดับหนึ่งนั่นคือ IP3 แต่จะมีปัญหาในกรณีที่เครื่องผู้บริโภคนั้นได้ทำการปรับแต่งเครื่องให้ใช้ Proxy Server ซึ่งแทนที่เราจะได้ IP Address ของเครื่องผู้บริโภค เราก็จะได้รับ IP Address ของ Proxy Server แทน หรือในบางกรณีอาจจะได้ IP Address ของ Cache Server ของ ISP ที่ผู้บริโภคนั้นได้ใช้บริการอยู่ ดังนั้น ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์นี้ตัวแปร REMOTE_ADDR จะไม่ได้เก็บ IP Address ที่แท้จริงของเครื่องผู้บริโภคแต่จะเก็บ IP Address ของ Proxy Server หรือ Cache Server และจะ

เกิดตัวแปร HTTP_X_FORWARDED_FOR ขึ้นมา ซึ่งจะเป็นตัวแปรที่เก็บ IP Address ที่แท้จริงของเครื่องผู้บริโภคแทน ดังนั้นจะทำการเพิ่มฟังก์ชันข้างต้นเพื่อให้เก็บ IP Address ได้ถูกต้อง นั่นคือฟังก์ชัน IP1 ในกรณีที่เป็น HTTP_CLIENT_IP จะเป็นค่าตัวแปรที่บอกถึง IP จริง และ IP จากเครื่องถูกค่าสำหรับชื่อของ Predefined Variable ที่ใช้ในทีนี้คือ REMOTE_ADDR และ HTTP_X_FORWARDED_FOR อาจจะมีชื่อที่แตกต่างกันไปได้ ขึ้นอยู่กับว่าใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์อะไร โดยในที่นี้จะอ้างอิงเฉพาะ Apache Web Server แต่ถ้าเราใช้ Web Server อื่นนอกจาก Apache และต้องการตรวจสอบว่ามี Predefined Variable อะไรบ้างก็สามารถตรวจสอบได้ โดยใช้ฟังก์ชัน phpinfo() ในทีนี้จะวิเคราะห์เปรียบเทียบในแต่ละ IP3 ว่าจะมีความต้องการในการเปิดเว็บเพจที่แตกต่างกันภายในเว็บไซต์อย่างไร ส่วนของ IP1 บางเครือข่ายจะไม่สามารถทำการเก็บ Private IP Address ของเครื่องได้แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเก็บ IP3 (Private IP Address) ได้เสมอ ดังนั้นในการวิเคราะห์ครั้งนี้จะวิเคราะห์ในส่วน IP3 (Private IP Address) โดยในโปรแกรมนี้สามารถทำการตรวจสอบ IP3 (Private IP Address) ประกอบไปด้วย IP1 (Private IP Address) อะไรบ้างหรือสามารถทำกลับกันได้จาก IP1 ไป IP3 ดังภาพที่ 6.2 จะประกอบไปด้วย IP Address ต่าง ๆ ของแต่ละเครื่องคอมพิวเตอร์โดยมาจาก IP3(203.144.225.157) ประกอบด้วย IP1 อะไรบ้างและสามารถทำการหากลับไปกลับมาได้ ในแต่ละเงื่อนไข ส่วน IP Address ที่ได้จาก ADSL จากเครื่องผู้ใช้งานนั้น IP Address จะมีการเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ เมื่อมีการปิดเปิดอุปกรณ์ ADSL ทำให้ได้ IP Address ดังนั้นในการสามารถทำการดูข้อมูลที่เป็น User โดยข้อมูล User นี้จะเป็นการนำ Cookies มาใส่ไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทราบถึงการเข้าใช้งานแม้ว่า IP Address จะเปลี่ยนไปดังนั้นก็สามารถทำการตรวจสอบ User เครื่องดังกล่าวว่ามี IP Address เปลี่ยนไปเป็นอะไรบ้าง

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากการเลือกข้อมูล IP Address 203.144.225.157 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล 203.144.225.157 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้นพบว่าค่าสูงสุดของร้อยละ 38.41 เป็นหน้า Default และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 2.6 คือหน้า package_detail.php?package_id=30 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ โปรแกรมเที่ยวหมู่เกาะสุรินทร์

(Customer Behavior). **Regis**

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

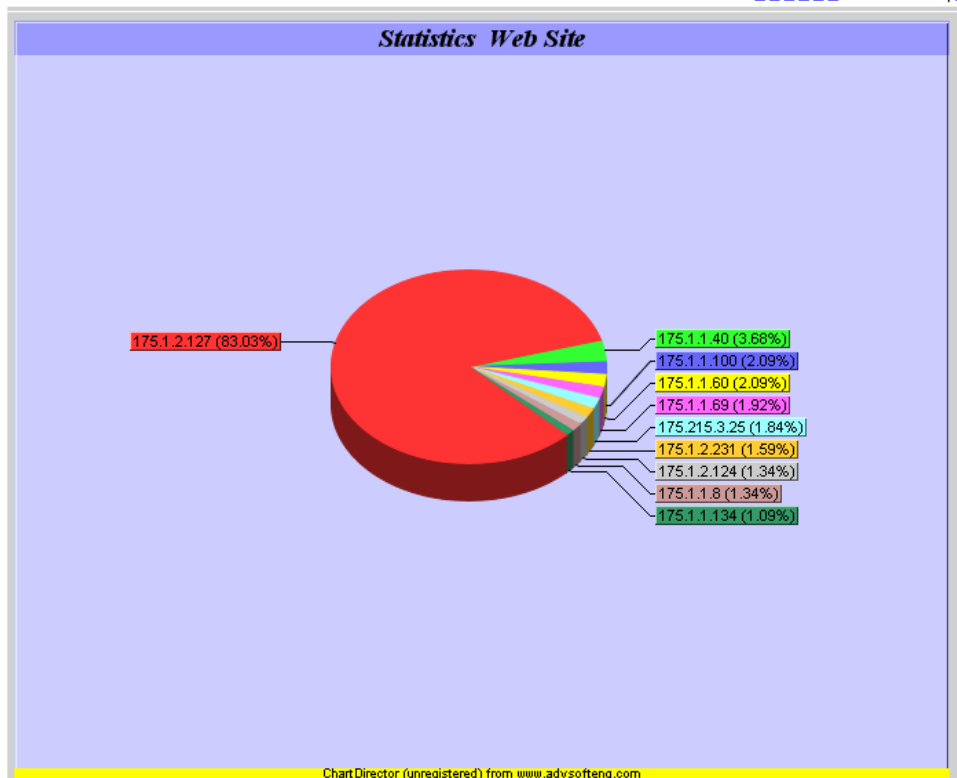
สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.144.225.157) กับ IP Address 1 / HTTP_X_FORWARDED_FOR

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

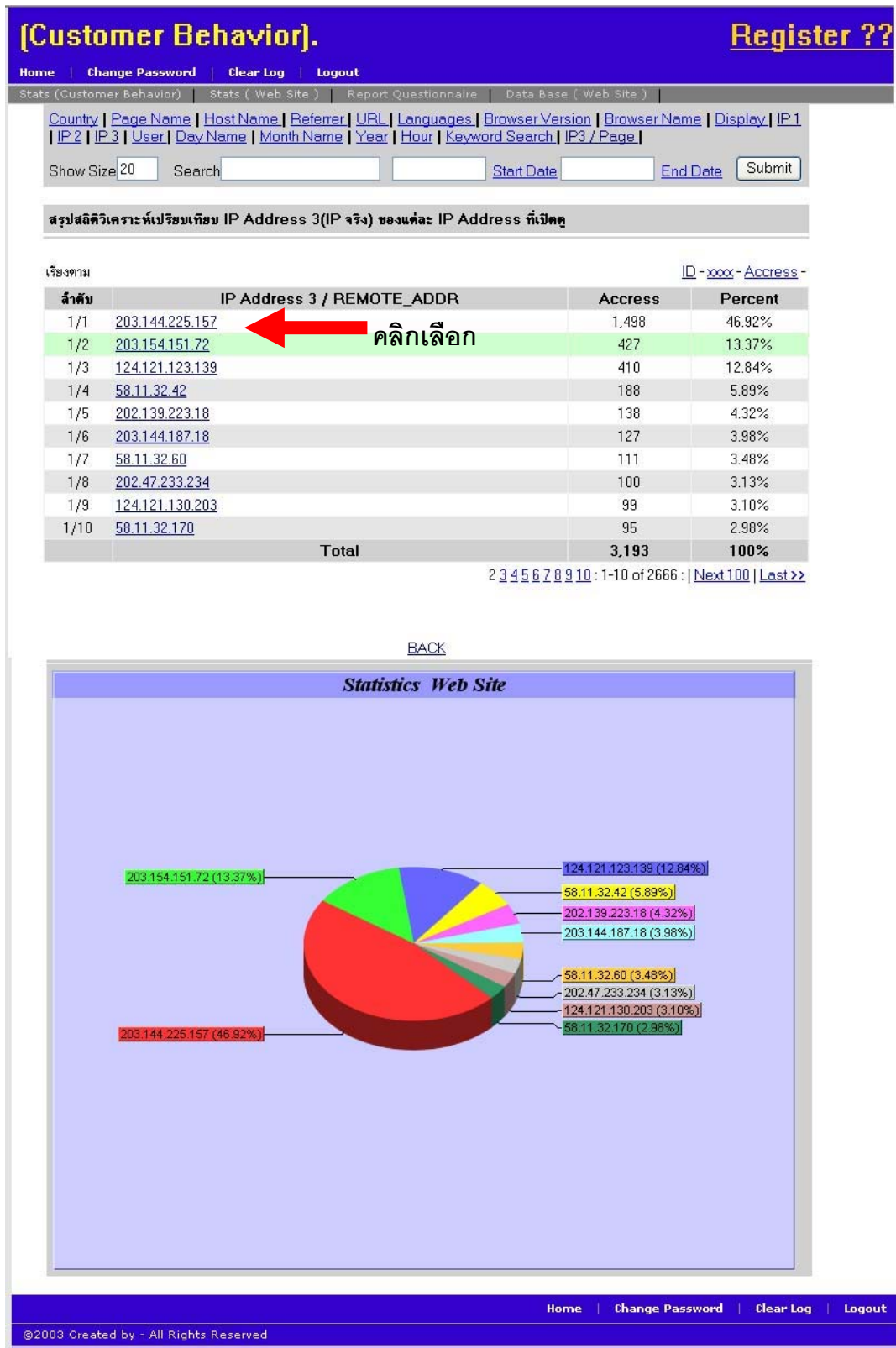
เรียงตาม ID - xxx - Access -

| ลำดับ | IP Address 1 / HTTP_X_FORWARDED_FOR | Access | Percent |
|--------------|-------------------------------------|--------------|-------------|
| 1/1 | 175.1.2.127 | 993 | 83.03% |
| 1/2 | 175.1.1.40 | 44 | 3.68% |
| 1/3 | 175.1.1.100 | 25 | 2.09% |
| 1/4 | 175.1.1.60 | 25 | 2.09% |
| 1/5 | 175.1.1.69 | 23 | 1.92% |
| 1/6 | 175.215.3.25 | 22 | 1.84% |
| 1/7 | 175.1.2.231 | 19 | 1.59% |
| 1/8 | 175.1.2.124 | 16 | 1.34% |
| 1/9 | 175.1.1.8 | 16 | 1.34% |
| 1/10 | 175.1.1.134 | 13 | 1.09% |
| Total | | 1,196 | 100% |

2 3 4 5 6 7 8 : 1-10 of 74 : [Last >>](#)



ภาพที่ 6.2 แสดง IP3 (203.144.225.157) ประกอบไปด้วย IP1



ภาพที่ 6.3 แสดงจำนวน IP3 10 ลำดับแรก

[Customer Behavior]. **Regis**

Home | Change Password | Clear Log | Logout

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

Country | Page Name | Host Name | Referrer | URL | Languages | Browser Version | Browser Name | Display | IP 1 | IP 2 | IP 3 | User | Day Name | Month Name | Year | Hour | Keyword Search |

Show Size Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.144.225.157) กับ หน้าเว็บเพจ

Country | Page Name | Host Name | Referrer | URL | Languages | Browser Version | Browser Name | Display | IP 1 | IP 2 | User | Day Name | Month Name | Year | Hour |

เรียงตาม ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|----------------------------------|--------------|-------------|
| 1/1 | Default | 444 | 38.41% |
| 1/2 | index.php | 158 | 13.67% |
| 1/3 | package_tour.php | 126 | 10.90% |
| 1/4 | ticket.php | 103 | 8.91% |
| 1/5 | question.php | 91 | 7.87% |
| 1/6 | webboard.php | 68 | 5.88% |
| 1/7 | contactus.php | 52 | 4.50% |
| 1/8 | condition.php | 50 | 4.33% |
| 1/9 | package_detail.php?package_id=29 | 34 | 2.94% |
| 1/10 | package_detail.php?package_id=30 | 30 | 2.60% |
| Total | | 1,156 | 100% |

23456789 : 1-10 of 87 : |Last >>

ภาพที่ 6.4 แสดงข้อมูลจาก IP Address 203.144.225.157

จากการเลือกข้อมูล IP Address 203.154.151.72 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล เราสามารถทำการเลือกเงื่อนไขอื่น ๆ ได้เช่นต้องการทราบว่าเป็นข้อมูล Country อะไรมีหน้าเว็บเพจอะไรบ้างเป็นต้นจากข้อมูลทำการคลิกเลือก Page Name มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้นพบว่าค่าสูงสุดของร้อยละ 19.12 เป็นหน้า province.php?region_id=1 ซึ่งเป็นข้อมูลภาคเหนือทั้งหมด และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 3.52 คือหน้า question.php โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามและจากข้อมูลจะเห็นว่าการส่งแบบสอบถามถึง 12 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 4.69 จากข้อมูล 10 อันดับของ IP Address ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า IP Address ดังกล่าวมีการใช้งานจากเครื่องภายใน IP Address 203.154.151.72 และเครื่องอื่น ๆ ที่มีการตอบแบบสอบถามจากอีเมลกลับมา ดังภาพที่ 6.5 ข้อมูลการตอบแบบสอบถามนี้เมื่อทำการตอบแบบสอบถามแล้วจะไม่สามารถทำการตอบซ้ำ ๆ หลาย ๆ ครั้งได้เนื่องจากผู้วิเคราะห์ได้เขียนโปรแกรมให้ส่ง Cookies ไปที่เครื่องผู้ตอบเมื่อได้มีการตอบไปแล้วโดยกำหนดระยะเวลาไว้เพื่อป้องกันการตอบมากกว่าหนึ่งครั้งถ้าระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ดังกล่าวหมดลงก็สามารถทำการตอบคำถามต่อได้ จึงทำทราบได้ว่าใน IP Address นี้มีเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่าหนึ่งเครื่อง

[Customer Behavior]. **Regis**

Home | Change Password | Clear Log | Logout

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

Country | Page Name | Host Name | Referrer | URL | Languages | Browser Version | Browser Name | Display | IP.1 | IP.2 | IP.3 | User | Day Name | Month Name | Year | Hour | Keyword Search |

Show Size Search Start Date End Date Submit

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.154.151.72) กับ หน้าเว็บเพจ

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|------------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | province.php?region_id=1 | 51 | 19.92% |
| 1/2 | index.php | 50 | 19.53% |
| 1/3 | province.php?region_id=4 | 40 | 15.62% |
| 1/4 | province.php?region_id=2 | 35 | 13.67% |
| 1/5 | province.php?region_id=5 | 26 | 10.16% |
| 1/6 | province.php | 12 | 4.69% |
| 1/7 | question_post2.php | 12 | 4.69% |
| 1/8 | province.php?province=phrachinburi | 11 | 4.30% |
| 1/9 | province.php?province=yasothon | 10 | 3.91% |
| 1/10 | question.php | 9 | 3.52% |
| Total | | 256 | 100% |

2 3 4 5 6 7 8 9 10 : 1-10 of 105 : | [Next 100](#) | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.5 แสดงข้อมูลจาก IP Address 203.154.151.72

จากการเลือกข้อมูล IP Address 203.154.151.72 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล Page Name มีการตอบแบบสอบถามกลับมามากกว่าหนึ่งครั้งดังภาพที่ 6.5 ลำดับที่ 1/7 แสดงได้ว่าใน IP Address 203.154.151.72 ต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในเครือข่าย IP 203.154.151.72 อีกแต่เมื่อทำการคลิกเลือก IP1 ไม่สามารถทำการแสดงข้อมูล IP1 ได้ดังภาพที่ 6.6 เมื่อทำการคลิกที่ User ทำให้ทราบว่าเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่าหนึ่งที่เข้ามายังเว็บไซต์ ดังภาพที่ 6.7 เมื่อนำ IP Address 203.154.151.72 ไปทำการตรวจสอบที่เว็บไซต์ <http://checkdomain.narak.com/> ทำการใส่ค่า IP Address 203.154.151.72 ผล IP ดังกล่าวเป็นช่วง IP ของบริษัท Internet Thailand Company Limited ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider หรือ ISP) หมายถึงหน่วยงานที่ให้บริการในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ไม่สามารถทราบได้ว่าผู้ใช้คือใคร ถ้าต้องการทราบจะต้องติดต่อผู้ให้บริการในการขอทราบข้อมูลในลักษณะเช่นนี้ทางผู้ให้บริการอาจจะไม่สามารถให้ข้อมูลกับบุคคลทั่วไปได้นอกจากจะมีคดีความที่กระทำความผิดต่อ พรบ.คอมพิวเตอร์แล้วทางพนักงานสอบสวนต้องการทราบผู้ใช้คือใครจึงขอตรวจสอบได้ แต่ในที่นี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากจำนวน User ที่เข้าใช้งานมีมากกว่า

หนึ่งเครื่อง และช่วงเวลาการใช้งานพร้อมกันมีจำนวนมากดังภาพที่ 6.8 ตามด้วย Browser Version ที่ใช้งานมีมากกว่าหนึ่ง Version ดังภาพที่ 6.9 จึงแสดงได้ว่าน่าจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่าหนึ่งเครื่อง

(Customer Behavior). [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.154.151.72) กับ IP Address 1 / HTTP_X_FORWARDED_FOR

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

ภาพที่ 6.6 แสดงการตรวจสอบ IP1 จาก IP Address 203.154.151.72

(Customer Behavior). [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.154.151.72) กับ User code

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | User code | Access | Percent |
|-------|----------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | 9c6bde19b7f367ba1dba1125d16f9a85 | 330 | 77.28% |
| 1/2 | d22c8ad9403afdad72a362ff78a8f119 | 43 | 10.07% |
| 1/3 | 24f44810121b5e71a9523cb4d9a0e35b | 34 | 7.96% |
| 1/4 | f2df88409c667219f0210a16db60e8c5 | 11 | 2.58% |
| 1/5 | e94eefe7042efe6dd45c38e03aa8806f | 4 | 0.94% |
| 1/6 | aa9b386ea76d418d0750acdc5ee74b35 | 3 | 0.70% |
| 1/7 | 576c73643526e1497c6affd807cb8cf | 1 | 0.23% |
| 1/8 | 6e56ad749bc7361181bc21b60ac72368 | 1 | 0.23% |
| | Total | 427 | 100% |

ภาพที่ 6.7 แสดง User code ที่ได้ส่งให้ IP Address 203.154.151.72

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.154.151.72) กับ Hour

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Hour | Access | Percent |
|--------------|------|------------|-------------|
| 1/1 | 17 | 110 | 25.82% |
| 1/2 | 18 | 98 | 23.00% |
| 1/3 | 16 | 77 | 18.08% |
| 1/4 | 22 | 46 | 10.80% |
| 1/5 | 14 | 33 | 7.75% |
| 1/6 | 21 | 32 | 7.51% |
| 1/7 | 19 | 20 | 4.69% |
| 1/8 | 15 | 7 | 1.64% |
| 1/9 | 10 | 2 | 0.47% |
| 1/10 | 12 | 1 | 0.23% |
| Total | | 426 | 100% |

2: 1-10 of 11: | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.8 แสดงช่วงเวลาของชั่วโมงที่เข้าใช้งาน

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.154.151.72) กับ Browser version ที่ใช้งาน

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Browser version ที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | 4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1) | 423 | 99.06% |
| 1/2 | 4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.2; .NET CLR 1.1.4322) | 4 | 0.94% |
| Total | | 427 | 100% |

ภาพที่ 6.9 แสดง Browser Version ที่ใช้ของ IP 203.154.151.72

จากการเลือกข้อมูล IP Address 124.121.123.139 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล Page Name มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจจากข้อมูลที่เลือกไว้ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้น พบว่าค่าสูงสุดของร้อยละ 18.42 เป็นหน้า province.php?region_id=1 ซึ่งเป็นข้อมูลภาคเหนือทั้งหมด และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 5.26 คือหน้า province.php?province=mukdahan โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดมุกดาหาร และจากข้อมูลจะเห็นว่ามีการเปิดหาข้อมูลจังหวัดต่าง ๆ ดังภาพที่ 6.10 จะเห็นได้ว่าความสนใจจะเป็นข้อมูล Province มากกว่าข้อมูลหน้าเพจอื่น ๆ

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (124.121.123.139) กับ หน้าเว็บเพจ

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|------------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | province.php?region_id=1 | 21 | 18.42% |
| 1/2 | province.php?province=songkhla | 18 | 15.79% |
| 1/3 | province.php?region_id=4 | 16 | 14.04% |
| 1/4 | province.php?province=chiangmai | 11 | 9.65% |
| 1/5 | province.php?province=chumporn | 11 | 9.65% |
| 1/6 | province.php?province=yasotorn | 9 | 7.89% |
| 1/7 | province.php?province=angthong | 8 | 7.02% |
| 1/8 | province.php?province=amnatcharoen | 7 | 6.14% |
| 1/9 | province.php?province=prachinburi | 7 | 6.14% |
| 1/10 | province.php?province=mukdahan | 6 | 5.26% |
| Total | | 114 | 100% |

2 3 4 5 6 7 8 9 10 : 1-10 of 94 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.10 แสดงข้อมูลจาก IP Address 124.121.123.139

จากการเลือกข้อมูล IP Address 58.11.32.42 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล Page Name มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจจากข้อมูลที่เลือกไว้ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้น พบว่าค่าสูงสุดของร้อยละ 16.91 เป็นหน้า index.php ซึ่งเป็นข้อมูลหน้าหลัก และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 5.15 คือหน้า contactus_register.php โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครสมาชิกดังภาพที่ 6.11

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (58.11.32.42) กับ หน้าเว็บเพจ

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|---------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | index.php | 23 | 16.91% |
| 1/2 | package_detail.php?package_id=8 | 20 | 14.71% |
| 1/3 | package_tour.php | 20 | 14.71% |
| 1/4 | Default | 14 | 10.29% |
| 1/5 | condition.php | 14 | 10.29% |
| 1/6 | index_thankyou_enquiry.php | 11 | 8.09% |
| 1/7 | contactus.php | 10 | 7.35% |
| 1/8 | question.php | 9 | 6.62% |
| 1/9 | ?link=Logo | 8 | 5.88% |
| 1/10 | contactus_register.php | 7 | 5.15% |
| Total | | 136 | 100% |

23 : 1-10 of 27 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.11 แสดงข้อมูลจาก IP Address 58.11.32.42

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (202.139.223.18) กับ หน้าเว็บเพจ

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|----------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | question.php?m=y | 18 | 17.65% |
| 1/2 | Default | 15 | 14.71% |
| 1/3 | index.php | 14 | 13.73% |
| 1/4 | index.php?m=n | 13 | 12.75% |
| 1/5 | question.php | 12 | 11.76% |
| 1/6 | index_thankyou.php | 9 | 8.82% |
| 1/7 | package_detail.php?package_id=29 | 8 | 7.84% |
| 1/8 | enquiry.php?package_id=28 | 5 | 4.90% |
| 1/9 | condition.php | 4 | 3.92% |
| 1/10 | ticket.php | 4 | 3.92% |
| Total | | 102 | 100% |

23 : 1-10 of 30 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.12 แสดงข้อมูลจาก IP Address 202.139.223.18

จากการเลือกข้อมูล IP Address 202.139.223.18 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล Page Name มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจจากข้อมูลที่เลือกไว้ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้นพบว่า ค่าสูงสุดของร้อยละ 17.65 เป็นหน้า question.php?m=y ซึ่งเป็นข้อมูลแบบสอบถามที่มีการเปิดอ่านจากอีเมลโดยเปิดจากเครื่องคอมพิวเตอร์หลายเครื่องภายในองค์กร และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 3.92 คือหน้า ticket.php โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการจองโรงแรม และที่พิกัดภาพที่ 6.12

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (203.144.187.18) กับ หน้าเว็บเพจ

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|-------|----------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | Default | 39 | 35.78% |
| 1/2 | question.php | 15 | 13.76% |
| 1/3 | index.php | 12 | 11.01% |
| 1/4 | ticket.php | 10 | 9.17% |
| 1/5 | package_detail.php?package_id=29 | 7 | 6.42% |
| 1/6 | package_tour.php | 7 | 6.42% |
| 1/7 | province.php?region_id=1 | 7 | 6.42% |
| 1/8 | webboard.php | 4 | 3.67% |
| 1/9 | contactus.php | 4 | 3.67% |
| 1/10 | index_thankyou_question.php?m= | 4 | 3.67% |
| Total | | 109 | 100% |

2 : 1-10 of 20 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.13 แสดงข้อมูลจาก IP Address 203.144.187.18

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ IP Address 3(IP จริง) ของแต่ละ IP Address ที่เปิดดู (58.11.32.60) กับ หน้าเว็บเพจ

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|-------|----------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | index.php | 17 | 17.53% |
| 1/2 | ticket.php | 16 | 16.49% |
| 1/3 | package_tour.php | 14 | 14.43% |
| 1/4 | Default | 13 | 13.40% |
| 1/5 | index_thankyou_enquiry.php | 10 | 10.31% |
| 1/6 | enquiry.php?package_id=8 | 7 | 7.22% |
| 1/7 | package_detail.php?package_id=8 | 6 | 6.19% |
| 1/8 | use_system.php | 6 | 6.19% |
| 1/9 | package_detail.php?package_id=30 | 5 | 5.15% |
| 1/10 | enquiry.php?package_id=30 | 3 | 3.09% |
| Total | | 97 | 100% |

2 : 1-10 of 19 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.14 แสดงข้อมูลจาก IP Address 58.11.32.60

จากการเลือกข้อมูล IP Address 203.144.187.18 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล Page Name มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจจากข้อมูลที่เลือกไว้ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้น พบว่าค่าสูงสุดของร้อยละ 35.78 เป็นหน้า Default ซึ่งเป็นข้อมูลหน้าหลัก และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 3.67 คือหน้า index_thankyou_question.php?m= โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการส่งแบบสอบถามดังภาพที่ 6.13

จากการเลือกข้อมูล IP Address 58.11.32.60 ดังรูปที่ 6.3 เมื่อคลิกที่ข้อมูล Page Name มาวิเคราะห์เปรียบเทียบหน้าเว็บเพจจากข้อมูลที่เลือกไว้ 10 อันดับแรกที่เปิดดูนั้น พบว่าค่าสูงสุดของร้อยละ 17.53 เป็นหน้า index.php ซึ่งเป็นข้อมูลหน้าหลัก และค่าต่ำสุดจาก 10 อันดับแรกของร้อยละ 3.09 คือหน้า enquiry.php?package_id=3 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการแบบฟอร์มการจองทัวร์ package_id =3 ดังภาพที่ 6.14 เป็นต้น

6.1.1 ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ ที่มาจากแต่ละประเทศจะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดหน้าเว็บเพจท่องเที่ยวที่แตกต่างกันและวันเวลาที่แตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

ลักษณะของข้อมูลที่จัดเก็บเป็นข้อมูลของชื่อประเทศที่เข้าใช้งานเว็บไซต์โดยกรนำ IP3 มาตรวจสอบว่าเป็น IP Address ประเทศอะไรแล้วบันทึกลงฐานข้อมูล ผลการจัดเก็บประเทศที่มีการจัดเก็บได้ทั้งหมดเป็นจำนวน 23 ประเทศ โดยข้อมูลมากที่สุดจะเป็นประเทศไทย ดังภาพที่ 6.15 โดยมีข้อมูลจาก IP3 ที่ไม่สามารถระบุชื่อประเทศในฐานข้อมูลที่ใช้อยู่จำนวนหนึ่ง

จากข้อมูลประเทศที่ได้ 23 ประเทศจะทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเปิดหน้าเว็บเพจที่มีในเว็บไซต์ โดยจะใช้หน้าเว็บเพจเกี่ยวกับ package_detail.php?package_id = (รายละเอียดโปรแกรมทัวร์), province.php?region_id= (ภูมิภาค) และ province.php?province= (ข้อมูลจังหวัดต่าง ๆ) ทั้งนี้จะนำรายละเอียดโปรแกรมทัวร์มาเปรียบเทียบ 4 จำนวนประกอบไปด้วย

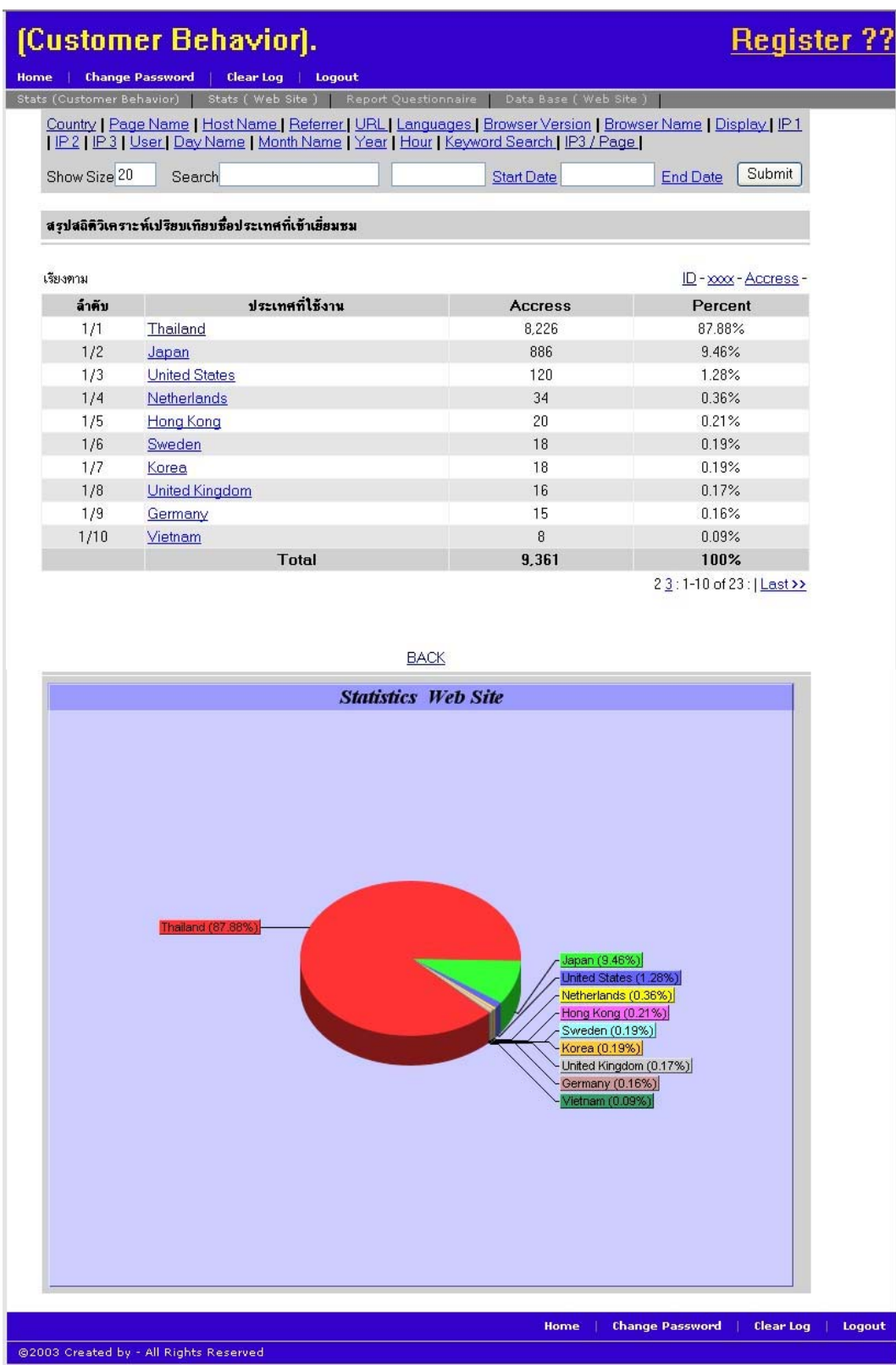
ก. package_detail.php?package_id=29 ชมน์ำตักที่ลลชู-น่งช้ำง-หมู่บ้านกระเหรียง-ชมชองดีที่ริมเมย

ข. package_detail.php?package_id=28 กระบี่-เกาะลันตา-ทะเลตรัง โดยการบินไทย

ค. package_detail.php?package_id=30 โปรแกรมเที่ยวหมู่เกาะสุรินทร์

ง. package_detail.php?package_id=22 ล่องแก่งหินเพิง-เมืองโบราณ-ตึกอภัยภูเบศร์-ตลาดผลไม้

โดยในรายละเอียดโปรแกรมทัวร์ของแต่ละหน้าเว็บเพจนี้จะมาดูเปรียบเทียบกับประเทศที่เข้ามาดูแต่ละหน้าเว็บเพจและเดือนที่เข้ามาดูดังภาพที่ 6.16



ภาพที่ 6.15 แสดงรายชื่อประเทศที่เข้าใช้งานเว็บไซต์

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#) | [IP3 / Page](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|--|--------------|-------------|
| 1/1 | package_detail.php?package_id=29 | 357 | 17.92% |
| 1/2 | package_detail.php?package_id=28 | 238 | 11.95% |
| 1/3 | package_detail.php?package_id=30 | 234 | 11.75% |
| 1/4 | package_detail.php?package_id=1 | 202 | 10.14% |
| 1/5 | package_detail.php?package_id=13 | 193 | 9.69% |
| 1/6 | package_detail.php?package_id=2 | 171 | 8.58% |
| 1/7 | package_detail.php?package_id=8 | 155 | 7.78% |
| 1/8 | package_detail.php?package_id=6 | 149 | 7.48% |
| 1/9 | package_detail.php?package_id=31 | 147 | 7.38% |
| 1/10 | package_detail.php?package_id=22 | 146 | 7.33% |
| Total | | 1,992 | 100% |

23 : 1-10 of 21 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.16 แสดงจำนวนหน้าเว็บเพจของโปรแกรมทัวร์ที่มีการเปิดดู

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (package_detail.php?package_id=29) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|-----------------|------------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 237 | 86.81% |
| 1/2 | Japan | 26 | 9.52% |
| 1/3 | United States | 8 | 2.93% |
| 1/4 | Belgium | 1 | 0.37% |
| 1/5 | Germany | 1 | 0.37% |
| Total | | 273 | 100% |

ภาพที่ 6.17 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=29

เมื่อทำการเลือกข้อมูล package_id=29 โดยมีการเปิดดูอยู่จำนวน 357 ครั้ง เมื่อคลิกที่ Country จะพบกับประเทศที่ได้เข้ามาดูข้อมูล package_id=29 ซึ่งเป็นข้อมูลโปรแกรมทัวร์ ชมน้ำตกทีลอซู-นั่งช้าง-หมู่บ้านกระเหรี่ยง-ชมของดีที่ริมเมย ในส่วนนี้จะมีจำนวนประเทศที่เข้ามา

5 ประเทศโดยมีการเข้ามาทั้งหมด 273 ครั้ง ส่วนอีก 84 ครั้งที่เปิดไม่สามารถระบุประเทศได้ จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ามีประเทศไทยที่ได้ทำการเปิดดูจำนวน 237 ครั้ง และมีในส่วนของประเทศอื่น ๆ อีก 4 ประเทศดังภาพที่ 6.17

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (package_detail.php?package_id=29) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|------------|-------------|
| 1/1 | February | 93 | 26.05% |
| 1/2 | November | 83 | 23.25% |
| 1/3 | March | 34 | 9.52% |
| 1/4 | December | 30 | 8.40% |
| 1/5 | July | 22 | 6.16% |
| 1/6 | October | 22 | 6.16% |
| 1/7 | September | 21 | 5.88% |
| 1/8 | May | 14 | 3.92% |
| 1/9 | August | 13 | 3.64% |
| 1/10 | June | 10 | 2.80% |
| 1/11 | April | 8 | 2.24% |
| 1/12 | January | 7 | 1.96% |
| Total | | 357 | 100% |

ภาพที่ 6.18 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=29

จากภาพที่ 6.18 เห็นได้ว่าเดือนที่มีการเปิดมากที่สุดจะเป็นเดือนกุมภาพันธ์โดยคิดเป็นร้อยละ 26.05 ส่วนเดือนที่มีการเปิดน้อยที่สุดจะเป็นเดือนมกราคม

ภาพที่ 6.19 package_detail.php?package_id=28 กระบี่-เกาะลันตา-ทะเลตรัง โดยการบินไทย จากการตรวจสอบพบว่ามีประเทศที่เข้าใช้งานอยู่ทั้งหมด 7 ประเทศดังภาพที่ 6.19 โดยมีประเทศไทยที่มีการเปิดดูมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83.15 จากข้อมูลในการเปิดในแต่ละเดือนทำให้ทราบว่าเดือนที่มีการเปิดมากที่สุดคือเดือนพฤศจิกายน คิดเป็นร้อยละ 21.01 และเดือนที่เปิดดูน้อยที่สุดคือเดือนตุลาคม คิดเป็นร้อยละ 2.52 ดังภาพที่ 6.20

ภาพที่ 6.21 package_detail.php?package_id=30 โปรแกรมเที่ยวหมู่เกาะสุรินทร์ จากข้อมูลพบว่าประเทศที่เข้าใช้งานอยู่ทั้งหมด 9 ประเทศดังภาพที่ 6.22 โดยมีประเทศไทยที่มีการเปิดดูมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83.52 จากข้อมูลในการเปิดในแต่ละเดือนทำให้ทราบว่าเดือนที่มีการเปิดมากที่สุดคือเดือนกุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 31.20 และเดือนที่เปิดดูน้อยที่สุดคือเดือนพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 0.43 ดังภาพที่ 6.22

(Customer Behavior). [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#) |

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (package_detail.php? package_id=28) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|-----------------|------------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 148 | 83.15% |
| 1/2 | Japan | 23 | 12.92% |
| 1/3 | United States | 2 | 1.12% |
| 1/4 | Korea | 2 | 1.12% |
| 1/5 | United Kingdom | 1 | 0.56% |
| 1/6 | Netherlands | 1 | 0.56% |
| 1/7 | Finland | 1 | 0.56% |
| Total | | 178 | 100% |

ภาพที่ 6.19 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=28

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (package_detail.php? package_id=28) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|------------|-------------|
| 1/1 | November | 50 | 21.01% |
| 1/2 | February | 30 | 12.61% |
| 1/3 | April | 29 | 12.18% |
| 1/4 | March | 25 | 10.50% |
| 1/5 | December | 21 | 8.82% |
| 1/6 | January | 19 | 7.98% |
| 1/7 | July | 17 | 7.14% |
| 1/8 | May | 15 | 6.30% |
| 1/9 | August | 11 | 4.62% |
| 1/10 | June | 9 | 3.78% |
| 1/11 | September | 6 | 2.52% |
| 1/12 | October | 6 | 2.52% |
| Total | | 238 | 100% |

ภาพที่ 6.20 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=28

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([package_detail.php?package_id=30](#)) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|-------|-----------------|--------|---------|
| 1/1 | Thailand | 152 | 83.52% |
| 1/2 | Japan | 21 | 11.54% |
| 1/3 | Singapore | 2 | 1.10% |
| 1/4 | United Kingdom | 2 | 1.10% |
| 1/5 | Hong Kong | 1 | 0.55% |
| 1/6 | Netherlands | 1 | 0.55% |
| 1/7 | Germany | 1 | 0.55% |
| 1/8 | Sweden | 1 | 0.55% |
| 1/9 | United States | 1 | 0.55% |
| Total | | 182 | 100% |

ภาพที่ 6.21 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=30

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([package_detail.php?package_id=30](#)) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|-------|------------|--------|---------|
| 1/1 | February | 73 | 31.20% |
| 1/2 | December | 53 | 22.65% |
| 1/3 | November | 29 | 12.39% |
| 1/4 | March | 28 | 11.97% |
| 1/5 | January | 14 | 5.98% |
| 1/6 | October | 10 | 4.27% |
| 1/7 | July | 8 | 3.42% |
| 1/8 | September | 7 | 2.99% |
| 1/9 | April | 5 | 2.14% |
| 1/10 | June | 4 | 1.71% |
| 1/11 | August | 2 | 0.85% |
| 1/12 | May | 1 | 0.43% |
| Total | | 234 | 100% |

ภาพที่ 6.22 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=30

ภาพที่ 6.23 [package_detail.php?package_id=22](#) ล่องแก่งหินเพิง-เมืองโบราณ-ตึกอภัยภูเบศร์-ตลาดผลไม้จากข้อมูลพบว่ามีประเทศที่เข้าใช้งานอยู่ทั้งหมด 3 ประเทศ ดังภาพที่ 6.23 โดยมีประเทศไทยที่มีการเปิดดูมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 92.93 จากข้อมูลในการเปิด

ในแต่ละเดือนทำให้ทราบว่าเดือนที่มีการเปิดมากที่สุดคือเดือนพฤศจิกายน คิดเป็นร้อยละ 17.81 และเดือนที่เปิดดูน้อยที่สุดคือเดือนกันยายน คิดเป็นร้อยละ 2.74 ดังภาพที่ 6.24

(Customer Behavior) [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | [Report Questionnaire](#) | [Data Base \(Web Site \)](#)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([package_detail.php?package_id=22](#)) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|-------|-----------------|-----------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 92 | 92.93% |
| 1/2 | Japan | 6 | 6.06% |
| 1/3 | Netherlands | 1 | 1.01% |
| | Total | 99 | 100% |

ภาพที่ 6.23 แสดงประเทศที่เข้ามาในหน้า package_id=22

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([package_detail.php?package_id=22](#)) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|-------|--------------|------------|-------------|
| 1/1 | November | 26 | 17.81% |
| 1/2 | July | 22 | 15.07% |
| 1/3 | February | 15 | 10.27% |
| 1/4 | June | 15 | 10.27% |
| 1/5 | March | 13 | 8.90% |
| 1/6 | August | 10 | 6.85% |
| 1/7 | January | 9 | 6.16% |
| 1/8 | October | 9 | 6.16% |
| 1/9 | April | 8 | 5.48% |
| 1/10 | May | 8 | 5.48% |
| 1/11 | December | 7 | 4.79% |
| 1/12 | September | 4 | 2.74% |
| | Total | 146 | 100% |

ภาพที่ 6.24 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า package_id=22

สรุปจากข้อมูลในการเข้าเปิดเว็บเพจในแต่ละหน้าของ IP3 ในแต่ละประเทศที่เข้ามาโดยส่วนมากจะเป็นประเทศไทย และเดือนที่ใช้เปิดหน้าเว็บเพจจะเป็นเดือนพฤศจิกายน คิดว่าเป็นการหาข้อมูลท่องเที่ยวไว้เที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม และในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นการหา

สถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับช่วงเดือนมีนาคม และเดือนเมษายน ซึ่งช่วงนี้เป็นช่วงปิดเทอม และหยุดหลายวันในเดือนเมษายนจึงมีการหาข้อมูลท่องเที่ยวไว้ก่อน

ข้อมูลท่องเที่ยวที่มีการเปิดอ่านในแต่ละภูมิภาคจากแต่ละประเทศที่ได้มีการจัดเก็บจาก IP3 ของผู้บริโภครที่เข้ามา โดยจะประกอบด้วยภูมิภาคต่าง ๆ ดังนี้

1. province.php?region_id=1 คือจังหวัดในภาคเหนือ
2. province.php?region_id=2 คือจังหวัดในภาคกลาง
3. province.php?region_id=3 คือจังหวัดในภาคตะวันออก
4. province.php?region_id=4 คือจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. province.php?region_id=5 คือจังหวัดในภาคใต้

(Customer Behavior). [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#) | [IP3 / Page](#)

Show Size Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | province.php?region_id=1 | 261 | 35.66% |
| 1/2 | province.php?region_id=2 | 131 | 17.90% |
| 1/3 | province.php?region_id=5 | 128 | 17.49% |
| 1/4 | province.php?region_id=4 | 127 | 17.35% |
| 1/5 | province.php?region_id=3 | 85 | 11.61% |
| Total | | 732 | 100% |

ภาพที่ 6.25 แสดงข้อมูลหน้าเว็บเพจที่เปิดในแต่ละภูมิภาค

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=1) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|-----------------|------------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 148 | 93.08% |
| 1/2 | Japan | 10 | 6.29% |
| 1/3 | Sweden | 1 | 0.63% |
| Total | | 159 | 100% |

ภาพที่ 6.26 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=1 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

จากภาพที่ 6.25 แสดงข้อมูลหน้าเว็บเพจที่เปิดในแต่ละภูมิภาคโดยภูมิภาคที่เปิดมากที่สุดเป็นภาคเหนือคิดเป็นร้อยละ 35.66 ภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 17.90 ภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 17.49 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 17.35 และภาคตะวันออกคิดเป็นร้อยละ 11.61

จากภาพที่ 6.26 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=1 ที่เปิดจากแต่ละประเทศโดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 3 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=1 คิดเป็นร้อยละ 93.08 ประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=1 คิดเป็นร้อยละ 6.29 และประเทศ Sweden เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=1 คิดเป็นร้อยละ 0.63

จากภาพที่ 6.27 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=1 ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนกันยายนมีการเปิดหน้า province.php?region_id=1 คิดเป็นร้อยละ 33.72 ตามมาด้วยเดือนกุมภาพันธ์คิดเป็นร้อยละ 20.69 และเดือนที่ธันวาคมเป็นเดือนเปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 0.38 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

จากภาพที่ 6.28 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=2 ที่เปิดจากแต่ละประเทศโดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 3 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=2 คิดเป็นร้อยละ 95.06 ประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=2 คิดเป็นร้อยละ 3.70 และประเทศ Indonesia เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=2 คิดเป็นร้อยละ 1.23

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=1) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

[ID - xxxx](#) - [Access](#) -

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|-------|------------|--------|---------|
| 1/1 | September | 88 | 33.72% |
| 1/2 | February | 54 | 20.69% |
| 1/3 | October | 34 | 13.03% |
| 1/4 | March | 30 | 11.49% |
| 1/5 | July | 10 | 3.83% |
| 1/6 | August | 10 | 3.83% |
| 1/7 | April | 9 | 3.45% |
| 1/8 | November | 8 | 3.07% |
| 1/9 | May | 7 | 2.68% |
| 1/10 | June | 7 | 2.68% |
| 1/11 | January | 3 | 1.15% |
| 1/12 | December | 1 | 0.38% |
| Total | | 261 | 100% |

ภาพที่ 6.27 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=1

(Customer Behavior). Regis

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#) |

Show Size Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=2) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|-----------------|-----------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 77 | 95.06% |
| 1/2 | Japan | 3 | 3.70% |
| 1/3 | Indonesia | 1 | 1.23% |
| Total | | 81 | 100% |

ภาพที่ 6.28 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=2 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

จากภาพที่ 6.29 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=2 ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนกันยายนมีการเปิดหน้า province.php?region_id=2 คิดเป็นร้อยละ 31.30 ตามมาด้วยเดือนกุมภาพันธ์คิดเป็นร้อยละ 16.79 และเดือนพฤศจิกายนเป็นเดือนที่เปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 1.53 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=2) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|------------|-------------|
| 1/1 | September | 41 | 31.30% |
| 1/2 | February | 22 | 16.79% |
| 1/3 | October | 15 | 11.45% |
| 1/4 | July | 14 | 10.69% |
| 1/5 | May | 8 | 6.11% |
| 1/6 | August | 7 | 5.34% |
| 1/7 | March | 6 | 4.58% |
| 1/8 | June | 6 | 4.58% |
| 1/9 | December | 6 | 4.58% |
| 1/10 | April | 4 | 3.05% |
| 1/11 | November | 2 | 1.53% |
| Total | | 131 | 100% |

ภาพที่ 6.29 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=2

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size | Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=5) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|-------|-----------------|--------|---------|
| 1/1 | Thailand | 66 | 80.49% |
| 1/2 | Japan | 12 | 14.63% |
| 1/3 | United Kingdom | 3 | 3.66% |
| 1/4 | Netherlands | 1 | 1.22% |
| Total | | 82 | 100% |

ภาพที่ 6.30 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=5 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

จากภาพที่ 6.30 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=5 ที่เปิดจากแต่ละประเทศโดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 4 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=5 คิดเป็นร้อยละ 80.49 ประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=5 คิดเป็นร้อยละ 14.63 ตามด้วยประเทศ United Kingdom เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=5 คิดเป็นร้อยละ 3.66 และประเทศสุดท้ายคือประเทศ Netherlands เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=5 คิดเป็นร้อยละ 1.22

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=5) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP.1](#) | [IP.2](#) | [IP.3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|-------|------------|--------|---------|
| 1/1 | September | 34 | 26.56% |
| 1/2 | February | 31 | 24.22% |
| 1/3 | April | 16 | 12.50% |
| 1/4 | March | 10 | 7.81% |
| 1/5 | June | 7 | 5.47% |
| 1/6 | October | 5 | 3.91% |
| 1/7 | August | 5 | 3.91% |
| 1/8 | November | 5 | 3.91% |
| 1/9 | December | 5 | 3.91% |
| 1/10 | July | 4 | 3.12% |
| 1/11 | May | 3 | 2.34% |
| 1/12 | January | 3 | 2.34% |
| Total | | 128 | 100% |

ภาพที่ 6.31 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=5

[Customer Behavior]. [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | [Report Questionnaire](#) | [Data Base \(Web Site \)](#)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในภาระม (province.php?region_id=4) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|-----------------|-----------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 75 | 96.15% |
| 1/2 | Japan | 3 | 3.85% |
| Total | | 78 | 100% |

ภาพที่ 6.32 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=4 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในภาระม (province.php?region_id=4) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|------------|-------------|
| 1/1 | September | 63 | 49.61% |
| 1/2 | February | 15 | 11.81% |
| 1/3 | October | 9 | 7.09% |
| 1/4 | July | 8 | 6.30% |
| 1/5 | June | 6 | 4.72% |
| 1/6 | November | 6 | 4.72% |
| 1/7 | March | 5 | 3.94% |
| 1/8 | April | 5 | 3.94% |
| 1/9 | August | 5 | 3.94% |
| 1/10 | May | 4 | 3.15% |
| 1/11 | December | 1 | 0.79% |
| Total | | 127 | 100% |

ภาพที่ 6.33 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=4

จากภาพที่ 6.31 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=4 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ โดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 2 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=4 คิดเป็นร้อยละ 96.15 และประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=4 คิดเป็นร้อยละ 3.85

จากภาพที่ 6.33 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=4 ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนกันยายนมีการเปิดหน้า province.php?region_id=4 คิดเป็นร้อยละ 49.61 ตามมาด้วยเดือนกุมภาพันธ์คิดเป็นร้อยละ 11.81 และเดือนธันวาคมเป็นเดือนที่เปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 0.79 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

จากภาพที่ 6.34 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=3 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ โดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 2 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=3 คิดเป็นร้อยละ 91.23 และประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า province.php?region_id=3 คิดเป็นร้อยละ 8.77

จากภาพที่ 6.35 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=3 ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนกุมภาพันธ์มีการเปิดหน้า province.php?region_id=3 คิดเป็นร้อยละ 28.24 ตามมาด้วยเดือนกันยายนคิดเป็นร้อยละ 14.12 และเดือนมกราคมเป็นเดือนที่เปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 1.18 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

สรุปได้ว่าในแต่ละประเทศที่จะเข้ามาทำการดูหน้าต่าง ๆ นั้นไม่คงที่และยังน้อยอยู่มากในประเทศอื่น ๆ ดังนั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ในหน้าเว็บเพจต่าง ๆ เพื่อให้มีการเข้ามาเปิดดูมาก ๆ โดยใช้วิธีการทำโฆษณาจาก Search Engine หรือการนำ URL ไปติดไว้ตามเว็บไซต์อื่น ๆ เพื่อให้มีผู้เข้ามาเปิดมากขึ้น และทำให้ลิงค์เชื่อมต่อกับเว็บไซต์อื่นมีมากขึ้นทำให้เว็บเพจนั้นติด Search Engine มากขึ้นส่งผลให้การค้นหาข้อมูลในแต่ละหน้าติด Search Engine หน้าแรก ๆ ได้ในที่สุด

(Customer Behavior) Regis

Home | Change Password | Clear Log | Logout

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

Country | Page Name | Host Name | Referrer | URL | Languages | Browser Version | Browser Name | Display | IP 1 | IP 2 | IP 3 | User | Day Name | Month Name | Year | Hour | Keyword Search

Show Size Search province.php?region_id=3 Start Date End Date Submit

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=3) กับ ประเทศที่ใช้งาน

Country | Host Name | Referrer | URL | Languages | Browser Version | Browser Name | Display | IP 1 | IP 2 | IP 3 | User | Day Name | Month Name | Year | Hour

เรียงตาม ID - xxx - Access -

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|-------|-----------------|--------|---------|
| 1/1 | Thailand | 52 | 91.23% |
| 1/2 | Japan | 5 | 8.77% |
| Total | | 57 | 100% |

ภาพที่ 6.34 หน้าเว็บเพจ province.php?region_id=3 ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

| สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?region_id=3) กับ Month Name | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|----------|---------|-----------|-----------------|--------------|---------|------|------|------|---------------------|----------|------------|------|------|
| Country | Host Name | Referrer | URL | Languages | Browser Version | Browser Name | Display | IP 1 | IP 2 | IP 3 | User | Day Name | Month Name | Year | Hour |
| เรียงตาม | | | | | | | | | | | ID - xxx - Access - | | | | |
| ลำดับ | Month Name | Access | Percent | | | | | | | | | | | | |
| 1/1 | February | 24 | 28.24% | | | | | | | | | | | | |
| 1/2 | September | 12 | 14.12% | | | | | | | | | | | | |
| 1/3 | March | 8 | 9.41% | | | | | | | | | | | | |
| 1/4 | April | 8 | 9.41% | | | | | | | | | | | | |
| 1/5 | July | 8 | 9.41% | | | | | | | | | | | | |
| 1/6 | October | 7 | 8.24% | | | | | | | | | | | | |
| 1/7 | June | 7 | 8.24% | | | | | | | | | | | | |
| 1/8 | May | 5 | 5.88% | | | | | | | | | | | | |
| 1/9 | December | 2 | 2.35% | | | | | | | | | | | | |
| 1/10 | August | 2 | 2.35% | | | | | | | | | | | | |
| 1/11 | November | 1 | 1.18% | | | | | | | | | | | | |
| 1/12 | January | 1 | 1.18% | | | | | | | | | | | | |
| Total | | 85 | 100% | | | | | | | | | | | | |

ภาพที่ 6.35 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?region_id=3

ส่วนต่อไปเป็นข้อมูลหน้าเว็บเพจในแต่ละจังหวัดที่มีการเปิดดูโดยในที่นี้จะแสดงข้อมูลใน 10 อันดับแรกที่มีการเปิดดูดังภาพที่ 6.36 อันดับแรกที่มีการเปิดดูคือจังหวัดชลบุรีคิดเป็นร้อยละ 14.08 จากข้อมูลใน 10 อันดับแรก ตามมาด้วยจังหวัดเชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 13.88 เป็นต้น

| [Customer Behavior]. | | | | | | | | | | | Regis |
|---|-------------------------------------|--------|---------|--|--|--|--|--|--|--|---------------------|
| Home Change Password Clear Log Logout | | | | | | | | | | | |
| Stats (Customer Behavior) Stats (Web Site) Report Questionnaire Data Base (Web Site) | | | | | | | | | | | |
| Country Page Name Host Name Referrer URL Languages Browser Version Browser Name Display IP 1 IP 2 IP 3 User Day Name Month Name Year Hour Keyword Search IP3 / Page | | | | | | | | | | | |
| Show Size <input type="text"/> Search province.php?province <input type="text"/> Start Date <input type="text"/> End Date <input type="text"/> Submit | | | | | | | | | | | |
| สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม | | | | | | | | | | | |
| เรียงตาม | | | | | | | | | | | ID - xxx - Access - |
| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent | | | | | | | | |
| 1/1 | province.php?province=chonburi | 70 | 14.08% | | | | | | | | |
| 1/2 | province.php?province=chiangmai | 69 | 13.88% | | | | | | | | |
| 1/3 | province.php?province=lopburi | 55 | 11.07% | | | | | | | | |
| 1/4 | province.php?province=rayong | 52 | 10.46% | | | | | | | | |
| 1/5 | province.php?province=maehongson | 49 | 9.86% | | | | | | | | |
| 1/6 | province.php?province=krabi | 46 | 9.26% | | | | | | | | |
| 1/7 | province.php?province=kamphaengphet | 42 | 8.45% | | | | | | | | |
| 1/8 | province.php?province=trang | 41 | 8.25% | | | | | | | | |
| 1/9 | province.php?province=ratchaburi | 37 | 7.44% | | | | | | | | |
| 1/10 | province.php?province=lampang | 36 | 7.24% | | | | | | | | |
| Total | | 497 | 100% | | | | | | | | |

2 3 4 5 6 7 8 9 10 : 1-10 of 104 : | Next 100 | Last >>

ภาพที่ 6.36 แสดงหน้าเว็บเพจในแต่ละจังหวัด

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([province.php?province=chonburi](#)) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|-------|-----------------|--------|---------|
| 1/1 | Thailand | 38 | 97.44% |
| 1/2 | Japan | 1 | 2.56% |
| Total | | 39 | 100% |

ภาพที่ 6.37 หน้าเว็บเพจ [province.php?province=chonburi](#) ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([province.php?province=chonburi](#)) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|-------|------------|--------|---------|
| 1/1 | September | 13 | 18.57% |
| 1/2 | November | 13 | 18.57% |
| 1/3 | August | 10 | 14.29% |
| 1/4 | March | 7 | 10.00% |
| 1/5 | May | 7 | 10.00% |
| 1/6 | December | 6 | 8.57% |
| 1/7 | April | 4 | 5.71% |
| 1/8 | July | 4 | 5.71% |
| 1/9 | October | 2 | 2.86% |
| 1/10 | June | 2 | 2.86% |
| 1/11 | January | 1 | 1.43% |
| 1/12 | February | 1 | 1.43% |
| Total | | 70 | 100% |

ภาพที่ 6.38 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า [province.php?province=chonburi](#)

จากภาพที่ 6.37 หน้าเว็บเพจ [province.php?province=chonburi](#) ที่เปิดจากแต่ละประเทศโดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 2 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่นๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า [province.php?province=chonburi](#) คิดเป็นร้อยละ 97.40 และประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า [province.php?province=chonburi](#) คิดเป็นร้อยละ 2.56

จากภาพที่ 6.38 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?province=chonburi ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนกันยายนมีการเปิดหน้า province.php?province=chonburi คิดเป็นร้อยละ 18.57 ตามมาด้วยเดือนพฤศจิกายนคิดเป็นร้อยละ 18.57 และเดือนกุมภาพันธ์เป็นเดือนที่เปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 1.43 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

(Customer Behavior). [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?province=chiangmai) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access](#)

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|--------------|-----------------|-----------|-------------|
| 1/1 | Thailand | 37 | 92.50% |
| 1/2 | Japan | 3 | 7.50% |
| Total | | 40 | 100% |

ภาพที่ 6.39 หน้าเว็บเพจ province.php?province=chiangmai ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม (province.php?province=chiangmai) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1/1 | September | 22 | 31.88% |
| 1/2 | August | 12 | 17.39% |
| 1/3 | July | 9 | 13.04% |
| 1/4 | December | 7 | 10.14% |
| 1/5 | November | 6 | 8.70% |
| 1/6 | February | 4 | 5.80% |
| 1/7 | April | 3 | 4.35% |
| 1/8 | March | 2 | 2.90% |
| 1/9 | October | 2 | 2.90% |
| 1/10 | January | 1 | 1.45% |
| 1/11 | June | 1 | 1.45% |
| Total | | 69 | 100% |

ภาพที่ 6.40 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?province=chiangmai

จากภาพที่ 6.39 หน้าเว็บเพจ province.php?province=chiangmai ที่เปิดจากแต่ละประเทศโดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 2 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า province.php?province=chiangmai คิดเป็นร้อยละ 92.50 และประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า province.php?province=chiangmai คิดเป็นร้อยละ 7.50

จากภาพที่ 6.40 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า province.php?province=chiangmai ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนกันยายนมีการเปิดหน้า province.php?province=chiangmai คิดเป็นร้อยละ 31.88 ตามมาด้วยเดือนสิงหาคมคิดเป็นร้อยละ 17.39 และเดือนมิถุนายนเป็นเดือนที่เปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 1.45 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

(Customer Behavior). [Regis](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([province.php?province=krabi](#)) กับ ประเทศที่ใช้งาน

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access](#) -

| ลำดับ | ประเทศที่ใช้งาน | Access | Percent |
|-------|-----------------|--------|---------|
| 1/1 | Thailand | 21 | 77.78% |
| 1/2 | Japan | 6 | 22.22% |
| Total | | 27 | 100% |

ภาพที่ 6.41 หน้าเว็บเพจ province.php?province=krabi ที่เปิดจากแต่ละประเทศ

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละหน้าเว็บเพจที่มีจำนวนครั้งในการชม ([province.php?province=krabi](#)) กับ Month Name

[Country](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) |

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|-------|--------------|-----------|-------------|
| 1/1 | February | 8 | 17.39% |
| 1/2 | March | 7 | 15.22% |
| 1/3 | August | 7 | 15.22% |
| 1/4 | September | 7 | 15.22% |
| 1/5 | June | 5 | 10.87% |
| 1/6 | April | 4 | 8.70% |
| 1/7 | May | 3 | 6.52% |
| 1/8 | July | 2 | 4.35% |
| 1/9 | November | 2 | 4.35% |
| 1/10 | December | 1 | 2.17% |
| | Total | 46 | 100% |

ภาพที่ 6.42 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า [province.php?province=krabi](#)

จากภาพที่ 6.41 หน้าเว็บเพจ [province.php?province=krabi](#) ที่เปิดจากแต่ละประเทศโดยมีประเทศที่ทำการเปิดดูมีทั้งหมด 2 ประเทศ โดยไม่นับรวม IP3 ของประเทศอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแสดงชื่อประเทศได้ในที่นี้มีประเทศ Thailand เข้าเปิดหน้า [province.php?province=krabi](#) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และประเทศ Japan เข้าเปิดหน้า [province.php?province=krabi](#) คิดเป็นร้อยละ 22.22

จากภาพที่ 6.42 แสดงแต่ละเดือนที่มีการเปิดหน้า [province.php?province=krabi](#) ซึ่งเห็นได้ว่าในเดือนมีนาคมมีการเปิดหน้า [province.php?province=krabi](#) คิดเป็นร้อยละ 15.22 และเดือนธันวาคมเป็นเดือนที่เปิดน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 2.17 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการค้นหาข้อมูลจากในแต่ละเดือนของหน้าเว็บเพจนี้

เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลในแต่ละประเทศที่ทำการเปิดหน้าเว็บเพจใน 10 อันดับแรกของประเทศ Thailand, Japan และ United States ว่ามีความสนใจในหน้าไหนและเดือนที่เข้าทำการเปิดใน 10 อันดับแรกที่เปิดดูดังนี้

| สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบชื่อประเทศที่เข้าเยี่ยมชม (Thailand) กับ หน้าเว็บเพจ | | | |
|--|----------------------------------|--------------|----------------------|
| Page Name Host Name Referrer URL Languages Browser Version Browser Name Display IP1 IP2 IP3 User Day Name Month Name Year Hour | | | |
| เรียงตาม | | | ID - xxxx - Access - |
| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
| 1/1 | index.php | 950 | 20.51% |
| 1/2 | package_tour.php | 893 | 19.28% |
| 1/3 | Default | 859 | 18.54% |
| 1/4 | ticket.php | 425 | 9.18% |
| 1/5 | question.php | 357 | 7.71% |
| 1/6 | index_thankyou_question.php?m=y | 259 | 5.59% |
| 1/7 | package_detail.php?package_id=29 | 237 | 5.12% |
| 1/8 | index_thankyou.php | 227 | 4.90% |
| 1/9 | contactus.php | 217 | 4.68% |
| 1/10 | question.php?m=y | 208 | 4.49% |
| Total | | 4,632 | 100% |

2 3 4 5 6 7 8 9 10 : 1-10 of 193 : | [Next 100](#) | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.43 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ Thailand เปิดดู

จากภาพที่ 6.43 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ Thailand เปิดดูโดยหน้าที่เปิดดูมากที่สุดคือหน้า Index.php คิดเป็นร้อยละ 20.51 จากข้อมูลใน 10 อันดับแรก ความสนใจในการเปิดเว็บเพจเกี่ยวกับแพ็คเกจทัวร์อยู่จำนวนมากคิดเป็นร้อยละ 19.28 แสดงได้ว่าประเทศไทยยังสนใจในข้อมูลแพ็คเกจทัวร์อยู่มาก ส่วนของสถานที่พักผ่อน Ticket.php มีการเปิดดูข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 9.18

จากภาพที่ 6.44 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ Thailand โดยเดือนที่เข้าใช้งานมากที่สุดจะเป็นเดือนพฤศจิกายนคิดเป็นร้อยละ 23.77 ตามด้วยเดือนกุมภาพันธ์คิดเป็นร้อยละ 15.51 ส่วนเดือนที่เข้าใช้งานน้อยที่สุดคือเดือนพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 2.71

[Customer Behavior]. [Register ??](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search Start Date End Date

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบชื่อประเทศที่เข้าเยี่ยมชม (Thailand) กับ Month Name

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|--------------|-------------|
| 1/1 | November | 1,955 | 23.77% |
| 1/2 | February | 1,276 | 15.51% |
| 1/3 | December | 839 | 10.20% |
| 1/4 | September | 725 | 8.81% |
| 1/5 | March | 714 | 8.68% |
| 1/6 | October | 629 | 7.65% |
| 1/7 | July | 436 | 5.30% |
| 1/8 | August | 394 | 4.79% |
| 1/9 | January | 376 | 4.57% |
| 1/10 | April | 374 | 4.55% |
| 1/11 | June | 285 | 3.46% |
| 1/12 | May | 223 | 2.71% |
| Total | | 8,226 | 100% |

ภาพที่ 6.44 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ Thailand

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบชื่อประเทศที่เข้าเยี่ยมชม (Japan) กับ หน้าเว็บเพจ

[Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxx - Access -](#)

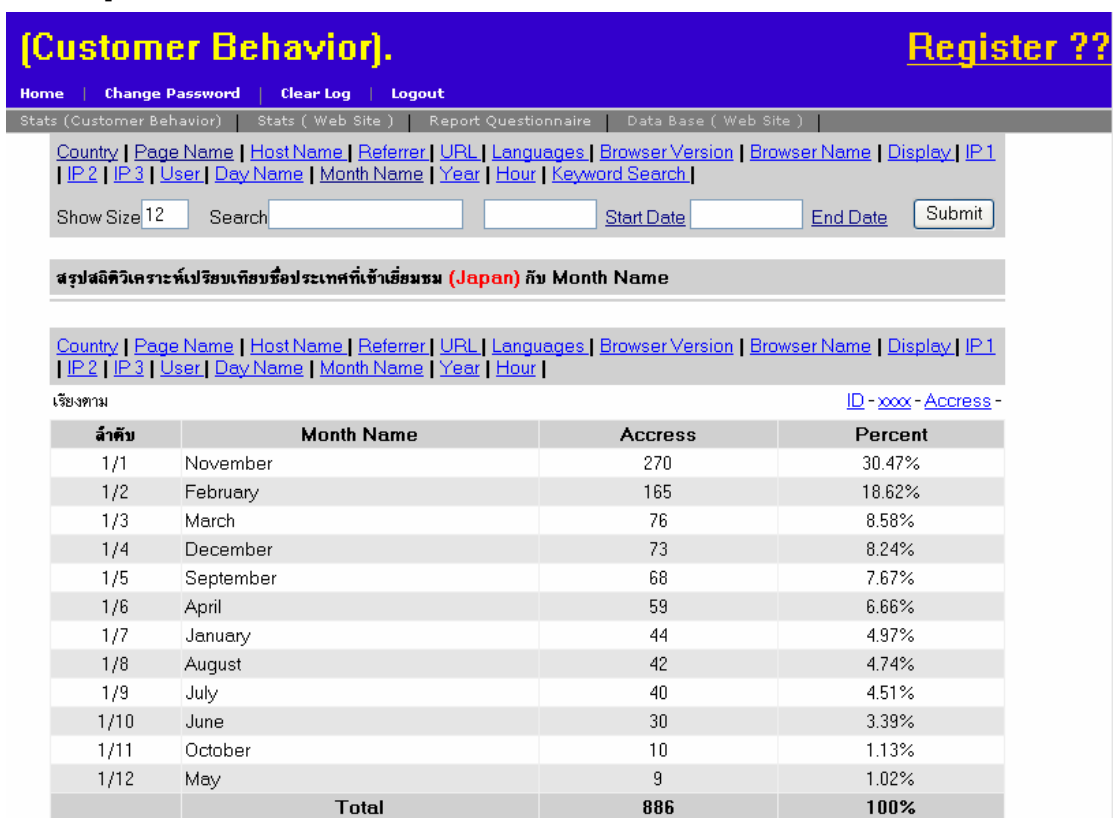
| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|----------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | package_tour.php | 117 | 23.40% |
| 1/2 | index.php | 110 | 22.00% |
| 1/3 | Default | 55 | 11.00% |
| 1/4 | ticket.php | 50 | 10.00% |
| 1/5 | question.php | 33 | 6.60% |
| 1/6 | index_thankyou.php | 33 | 6.60% |
| 1/7 | index_thankyou_question.php?m=y | 27 | 5.40% |
| 1/8 | contactus.php | 26 | 5.20% |
| 1/9 | package_detail.php?package_id=29 | 26 | 5.20% |
| 1/10 | package_detail.php?package_id=28 | 23 | 4.60% |
| Total | | 500 | 100% |

[2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) : 1-10 of 96 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.45 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ Japan เปิดดู

จากภาพที่ 6.45 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ Japan เปิดดูโดยหน้าที่เปิดดูมากที่สุดคือหน้า Package_tour.php คิดเป็นร้อยละ 23.40 จากข้อมูลใน 10 อันดับแรก หน้าเว็บเพจเกี่ยวกับการจองที่พัก Ticket.php มีการเปิดดูคิดเป็นร้อยละ 10 ส่วน package_detail.php?package_id=29

คือ ชมน้ำตกทีลอซู-นั่งช้าง-หมู่บ้านกระเหรี่ยง-ชมของดีที่ริมเมย มีการเปิดดูคิดเป็นร้อยละ 5.20 และ package_detail.php?package_id=29 คือ กระป๋อง-เกาะลันตา-ทะเลตรัง โดยการบินไทยมีการเปิดดูคิดเป็นร้อยละ 4.60



ภาพที่ 6.46 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ Japan

จากภาพที่ 6.46 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ Japan โดยเดือนที่เข้าใช้งานมากที่สุดจะเป็นเดือนพฤศจิกายนคิดเป็นร้อยละ 30.47 ตามด้วยเดือนกุมภาพันธ์คิดเป็นร้อยละ 18.62 ส่วนเดือนที่เข้าใช้งานน้อยสุดคือเดือนพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 1.02

จากภาพที่ 6.47 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ United States เปิดดูโดยความสนใจในการเปิดดูเว็บเพจจะเปิดหน้าขอใช้ระบบ (use_system.php) มากเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 29.67

แสดงให้เห็นว่าประเทศ United States มีความสนใจในการขอใช้ระบบเป็นอันดับแรก ส่วนของแพ็คเกจทัวร์มีการเปิดดูอยู่ร้อยละ 10.99 ข้อมูล package_detail.php?package_id=29 เกี่ยวกับชมน้ำตกทีลอซู-นั่งช้าง-หมู่บ้านกระเหรี่ยง-ชมของดีที่ริมเมย มีการเปิดดูคิดเป็นร้อยละ 8.79 ข้อมูล package_detail.php?package_id=13 เกี่ยวกับตรัง-เกาะกระดาน-ถ้ำมรกต-เกาะแหวน-เกาะเชือก-เกาะม้ามีการเปิดดูคิดเป็นร้อยละ 3.30 เป็นต้น

(Customer Behavior). [Register ??](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบชื่อประเทศที่เข้าเยี่ยมชม (United States) กับ หน้าเว็บเพจ

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หน้าเว็บเพจ | Access | Percent |
|--------------|----------------------------------|-----------|-------------|
| 1/1 | use_system.php | 27 | 29.67% |
| 1/2 | index.php | 14 | 15.38% |
| 1/3 | Default | 10 | 10.99% |
| 1/4 | package_tour.php | 10 | 10.99% |
| 1/5 | package_detail.php?package_id=29 | 8 | 8.79% |
| 1/6 | question.php?m=y | 7 | 7.69% |
| 1/7 | index_thankyou_question.php?m=y | 6 | 6.59% |
| 1/8 | package_detail.php?package_id=13 | 3 | 3.30% |
| 1/9 | ?link=Logo | 3 | 3.30% |
| 1/10 | question.php | 3 | 3.30% |
| Total | | 91 | 100% |

2 3 4 : 1-10 of 31 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.47 แสดงรายชื่อหน้าเว็บเพจของประเทศ United States เปิดดู

(Customer Behavior). [Register ??](#)

Home | [Change Password](#) | [Clear Log](#) | [Logout](#)

Stats (Customer Behavior) | Stats (Web Site) | Report Questionnaire | Data Base (Web Site)

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#) | [Keyword Search](#)

Show Size Search [Start Date](#) [End Date](#)

สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบชื่อประเทศที่เข้าเยี่ยมชม (United States) กับ Month Name

[Country](#) | [Page Name](#) | [Host Name](#) | [Referrer](#) | [URL](#) | [Languages](#) | [Browser Version](#) | [Browser Name](#) | [Display](#) | [IP 1](#) | [IP 2](#) | [IP 3](#) | [User](#) | [Day Name](#) | [Month Name](#) | [Year](#) | [Hour](#)

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Month Name | Access | Percent |
|--------------|------------|------------|-------------|
| 1/1 | October | 39 | 32.50% |
| 1/2 | November | 28 | 23.33% |
| 1/3 | December | 16 | 13.33% |
| 1/4 | February | 15 | 12.50% |
| 1/5 | July | 6 | 5.00% |
| 1/6 | September | 5 | 4.17% |
| 1/7 | April | 4 | 3.33% |
| 1/8 | January | 3 | 2.50% |
| 1/9 | March | 2 | 1.67% |
| 1/10 | August | 2 | 1.67% |
| Total | | 120 | 100% |

ภาพที่ 6.48 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ United States

จากภาพที่ 6.48 แสดงแต่ละเดือนที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จากประเทศ United States โดยเดือนที่เข้าใช้งานมากที่สุดจะเป็นเดือนตุลาคมคิดเป็นร้อยละ 32.50 ตามด้วยเดือน

พฤศจิกายนคิดเป็นร้อยละ 23.33 ส่วนเดือนที่เข้าใช้งานน้อยสุดคือเดือนสิงหาคม คิดเป็นร้อยละ 1.67 เดือนที่ไม่ได้เข้าอยู่จำนวนสองเดือนคือ พฤษภาคม และมิถุนายน

สรุปในพฤติกรรมในการใช้งานของแต่ละประเทศมีพฤติกรรมในการเปิดหน้าเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน รวมถึงช่วงระยะเวลาของเดือนที่เปิดก็ไม่เหมือนกัน

6.1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีสัญชาติแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

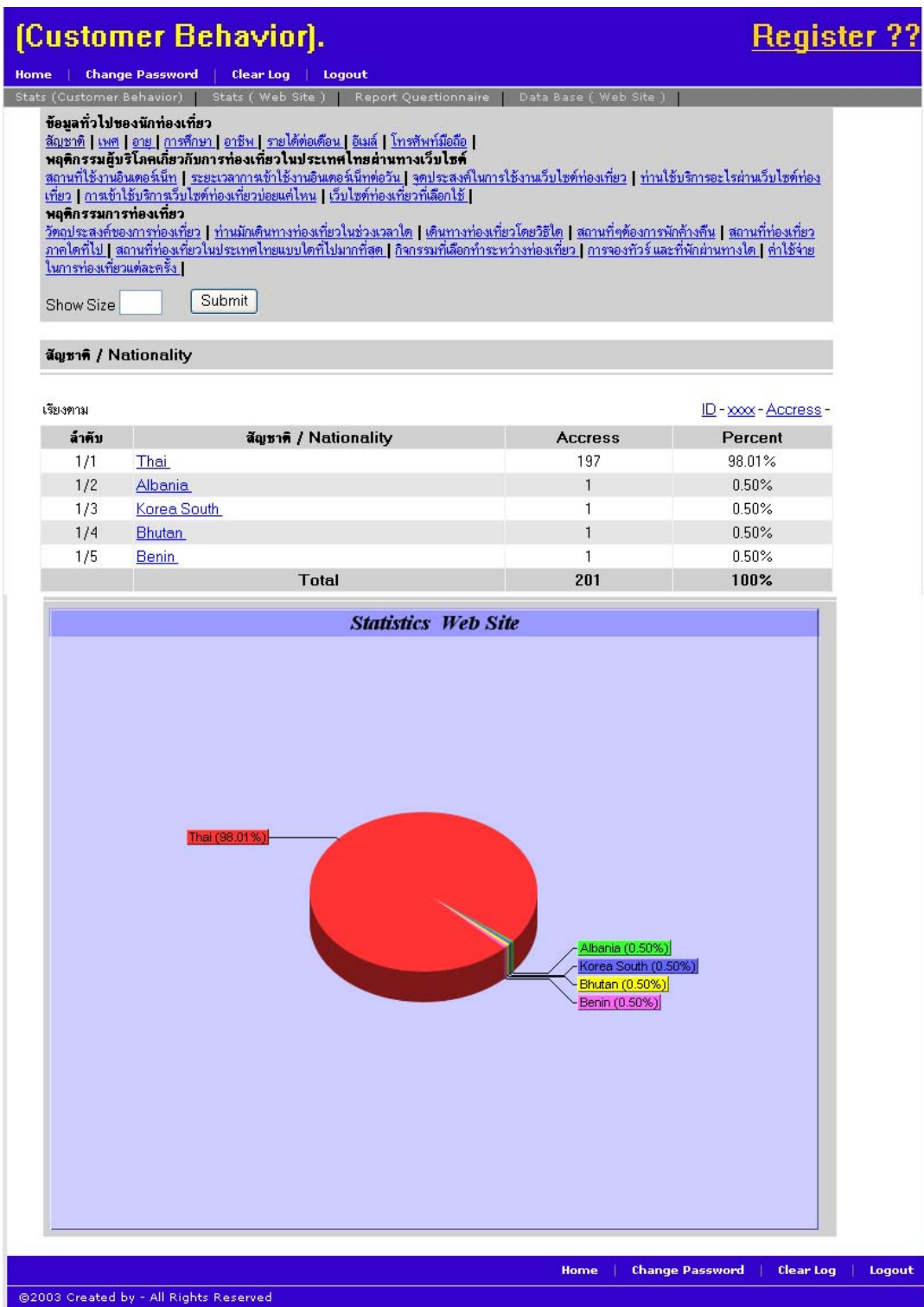
บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากข้อมูลการตอบแบบสอบถามพบว่า มีสัญชาติที่กรอกทั้งหมด 5 สัญชาติโดยมีสัญชาติไทยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 98.01 ดังภาพที่ 6.49

จากภาพที่ 6.49 เมื่อมีการคลิกที่ Thai จะสามารถมาทำการเลือกข้อมูลพฤติกรรมต่าง ๆ ต่อได้ดังภาพที่ 6.51 เป็นการแสดงข้อมูลสัญชาติไทยกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมงในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน ต่อจากนั้นจะเป็นการหาข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้งานในการวางแผนท่องเที่ยว ในการเข้าใช้งานส่วนใหญ่จะเป็นเดือนละครั้ง เว็บไซต์ที่ใช้บริการมากที่สุดจะเป็นเว็บไซต์ www.tat.or.th จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ต่าง ๆ อยู่มากมายส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 98.01 โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังภาพที่ 6.51

จากภาพที่ 6.50 เป็นการเปรียบเทียบจากสถานที่ใช้งานพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตามด้วยการใช้งานอยู่ที่บ้านเป็นต้น

จากภาพที่ 6.52 แสดงข้อมูลสัญชาติไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน โดยจะท่องเที่ยวทุกโอกาสตามความสะดวก ในการเดินทางจะใช้รถยนต์ส่วนตัวมากกว่า สถานที่พักจะเป็นโรงแรม และจะไปภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ โดยท่องเที่ยวทะเลเกาะ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะอยู่ที่ 2,500 ถึง 5,000



ภาพที่ 6.49 แสดงข้อมูลสัญชาติที่กรอกแบบสอบถาม

| ลำดับ | Thai กัม สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 135 | 68.53% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 56 | 28.43% |
| 1/3 | โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone | 2 | 1.02% |
| 1/4 | โรงเรียน / School | 2 | 1.02% |
| 1/5 | ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe | 1 | 0.51% |
| 1/6 | ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่อื่นๆ / Use the internet other | 1 | 0.51% |
| Total | | 197 | 100% |

| ลำดับ | Albania กัม สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Korea South กัม สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ที่บ้าน / Home | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Bhutan กัม สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ที่บ้าน / Home | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Benin กัม สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ที่บ้าน / Home | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.50 แสดงข้อมูลสถิติชาติสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้กรอกแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวน
 ภูมิภาค | เพศ | อายุ | การศึกษา | อาชีพ | รายได้ต่อเดือน | อีเมล | โทรศัพท์มือถือ |
พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์
 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | ท่านใช้บริการอะไรผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว | การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน | เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ |
พฤติกรรมการท่องเที่ยว
 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด | เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | กิจกรรมที่เลือกทำระหว่างท่องเที่ยว | การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง |

Show Size Submit

สัญชาติ / Nationality (Thai) กัม ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวน
 เพศ | อายุ | การศึกษา | อาชีพ | รายได้ต่อเดือน | อีเมล | โทรศัพท์มือถือ |
พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์
 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | ท่านใช้บริการอะไรผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว | การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน | เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ |
พฤติกรรมการท่องเที่ยว
 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด | เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | กิจกรรมที่เลือกทำระหว่างท่องเที่ยว | การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง |

เรียงตาม ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | Thai กัม ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 98 | 49.75% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 57 | 28.93% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 34 | 17.26% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 8 | 4.06% |
| Total | | 197 | 100% |

ภาพที่ 6.51 แสดงข้อมูลสถิติไทยกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | Thai กับ จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 148 | 75.13% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 34 | 17.26% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 15 | 7.61% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | Thai กับ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 82 | 41.62% |
| 1/2 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 37 | 18.78% |
| 1/3 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 29 | 14.72% |
| 1/4 | ทุกวัน / Everyday | 27 | 13.71% |
| 1/5 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 17 | 8.63% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | 5 | 2.54% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | Thai กับ เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | www.tat.or.th | 17 | 27.87% |
| 1/2 | www.sanook.com | 11 | 18.03% |
| 1/3 | www.sabuy.com | 9 | 14.75% |
| 1/4 | www.tourthai.com | 5 | 8.20% |
| 1/5 | sanook.com | 4 | 6.56% |
| 1/6 | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | 4 | 6.56% |
| 1/7 | tourthai.com | 3 | 4.92% |
| 1/8 | www.Google.com | 3 | 4.92% |
| 1/9 | www.trekkingthai.com | 3 | 4.92% |
| 1/10 | search by google | 2 | 3.28% |
| Total | | 61 | 100% |

ภาพที่ 6.51 (ต่อ) แสดงข้อมูลสัญชาติไทยกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์

จากภาพที่ 6.52 สัญชาติไทยมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวโดยมีความสนใจในการท่องเที่ยว พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 94.42 ช่วงเวลาการท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวทุกโอกาสตามความสะดวกคิดเป็นร้อยละ 54.31 การเดินทางของนักท่องเที่ยวสัญชาติไทยโดยรถส่วนตัวเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 54.82 ตามด้วยเครื่องบินคิดเป็นร้อยละ 20.30 และการเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยสุดคือรถไฟคิดเป็นร้อยละ 2.03 สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืนมากที่สุดคือโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 45.86 สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืนน้อยสุดคือเกสต์เฮาส์คิดเป็น 2.21 สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ชอบไปมากที่สุดคือภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 42.64 ตามด้วยภาคเหนือคิดเป็นร้อยละ 33.50 สถานที่แบบใดที่ชอบไปมากที่สุดคือทะเลเกาะคิดเป็นร้อยละ 67.01 และสถานที่แบบใดที่ชอบไปน้อยสุดคืองานเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.51 การจองทัวร์และที่พักแบบใดที่ต้องการ

มากที่สุดคือติดต่อโดยตรงกับทัวร์ หรือโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 72.59 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งกลุ่มผู้ตอบมากที่สุดจะใช้จ่ายในช่วง 2,500 ถึง 5,000 คิดเป็นร้อยละ 32.99 เป็นต้น

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
 สัญชาติ | เพศ | อายุ | การศึกษา | อาชีพ | รายได้ต่อเดือน | อีเมล | โทรศัพท์มือถือ |
พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์
 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | การเข้าใช้งานบริการเว็บไซต์ท่องเที่ยว
 บ่อยแค่ไหน | เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ |
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด | เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | สถานที่ท่องเที่ยว
 ภาคใดที่ไป | สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง |

Show Size Submit

สัญชาติ / Nationality (Thai) กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
 เพศ | อายุ | การศึกษา | อาชีพ | รายได้ต่อเดือน | อีเมล | โทรศัพท์มือถือ |
พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์
 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | การเข้าใช้งานบริการเว็บไซต์ท่องเที่ยว
 บ่อยแค่ไหน | เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ |
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด | เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | สถานที่ท่องเที่ยวภาค
 ใดที่ไป | สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง |

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 186 | 94.42% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 6 | 3.05% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่นๆของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 4 | 2.03% |
| 1/4 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 0.51% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 107 | 54.31% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 71 | 36.04% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 13 | 6.60% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 6 | 3.05% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|-------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 108 | 54.82% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 40 | 20.30% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 22 | 11.17% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 12 | 6.09% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 6 | 3.05% |
| 1/6 | รถบัสเช่า / Rent a bus | 5 | 2.54% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 4 | 2.03% |
| Total | | 197 | 100% |

ภาพที่ 6.52 แสดงข้อมูลสัญชาติไทยกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ สถานที่ๆต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|-------|-------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 83 | 45.86% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 77 | 42.54% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 11 | 6.08% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 6 | 3.31% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 4 | 2.21% |
| Total | | 181 | 100% |

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
|-------|--------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 84 | 42.64% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 66 | 33.50% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 34 | 17.26% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 9 | 4.57% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.02% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 1.02% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 132 | 67.01% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 44 | 22.34% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 10 | 5.08% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ท่านชอบไปมากที่สุด | 4 | 2.03% |
| 1/5 | วัด / Temple | 3 | 1.52% |
| 1/6 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 3 | 1.52% |
| 1/7 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 0.51% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 143 | 72.59% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 32 | 16.24% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 19 | 9.64% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางอื่นๆ | 3 | 1.52% |
| Total | | 197 | 100% |

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | 2,500 - 5,000 บาท / 2,500 - 5,000 Bath | 65 | 32.99% |
| 1/2 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 57 | 28.93% |
| 1/3 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 43 | 21.83% |
| 1/4 | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอื่นๆ | 17 | 8.63% |
| 1/5 | น้อยกว่า 2,500 บาท / Less than 2,500 Bath | 15 | 7.61% |
| Total | | 197 | 100% |

ภาพที่ 6.52 (ต่อ) แสดงข้อมูลสัญชาติไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

6.1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่เป็นเพศชายและหญิงจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากภาพที่ 6.53 พบว่าร้อยละ 55.22 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงและร้อยละ 44.78 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย

| เพศที่ตอบแบบสอบถาม | | | |
|--------------------|--------------------|----------------------|---------|
| เรียงตาม | | ID - xxxx - Access - | |
| ลำดับ | เพศที่ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | หญิง / Female | 111 | 55.22% |
| 1/2 | ชาย / Male | 90 | 44.78% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.53 แสดงจำนวนระหว่างชายกับหญิงที่ตอบแบบสอบถาม

| ลำดับ | หญิง กับ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 78 | 70.27% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 31 | 27.93% |
| 1/3 | โรงเรียน / School | 1 | 0.90% |
| 1/4 | ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่อื่นๆ / Use the internet other | 1 | 0.90% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 58 | 64.44% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 28 | 31.11% |
| 1/3 | โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone | 2 | 2.22% |
| 1/4 | ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe | 1 | 1.11% |
| 1/5 | โรงเรียน / School | 1 | 1.11% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.54 แสดงสถานที่ใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 6.54 จะเห็นได้ว่าในสองลำดับแรกเป็นการใช้งานในที่ทำงาน และที่บ้าน ซึ่งเหมือนกัน

| ลำดับ | หญิง กับ ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 56 | 50.45% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 29 | 26.13% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 21 | 18.92% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 5 | 4.50% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 44 | 48.89% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 28 | 31.11% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 13 | 14.44% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 5 | 5.56% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.55 ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต

จากภาพที่ 6.55 มีลำดับการใช้งานที่เหมือนกันโดยส่วนมากจะใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ชั่วโมงต่างกันซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างนี้อยู่มากพอควร

จากภาพที่ 6.56 จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวของเพศชายและหญิงจะมีลำดับของจุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

จากภาพที่ 6.57 ช่วงระยะเวลาการเข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่แล้วจะเข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเดือนละครั้ง

| ลำดับ | หญิง กับ จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 88 | 79.28% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 12 | 10.81% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 11 | 9.91% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 63 | 70.00% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 23 | 25.56% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 4 | 4.44% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.56 แสดงจุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

| ลำดับ | หญิง กับ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 47 | 42.34% |
| 1/2 | ทุกวัน / Everyday | 20 | 18.02% |
| 1/3 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 18 | 16.22% |
| 1/4 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 18 | 16.22% |
| 1/5 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 6 | 5.41% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | 2 | 1.80% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน | Access | Percent |
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 36 | 40.00% |
| 1/2 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 20 | 22.22% |
| 1/3 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 12 | 13.33% |
| 1/4 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 11 | 12.22% |
| 1/5 | ทุกวัน / Everyday | 8 | 8.89% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | 3 | 3.33% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.57 แสดงการเข้าใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 105 | 94.59% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 3 | 2.70% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่นของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 2 | 1.80% |
| 1/4 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 0.90% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|--|-----------|-------------|
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 85 | 94.44% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 3 | 3.33% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่นของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 2 | 2.22% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.58 แสดงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6.58 จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของหญิงและชายส่วนใหญ่จะเป็นการพักผ่อนในส่วนของผู้ชายจะไม่มีการประชุม สัมมนาเหมือนกับเพศหญิง

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 56 | 50.45% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 43 | 38.74% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 10 | 9.01% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 2 | 1.80% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|--|-----------|-------------|
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 52 | 57.78% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 30 | 33.33% |
| 1/3 | วันธรรมดา / week day | 4 | 4.44% |
| 1/4 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 4 | 4.44% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.59 แสดงช่วงเวลาการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6.59 ช่วงเวลาการท่องเที่ยวทั้งหญิงและชายจะเป็นการท่องเที่ยวได้ทุกโอกาส ตามด้วยการท่องเที่ยววันหยุดต่าง ๆ

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|-------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 54 | 48.65% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 25 | 22.52% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 15 | 13.51% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 8 | 7.21% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 3 | 2.70% |
| 1/6 | รถบัสเช่า / Rent a bus | 3 | 2.70% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 3 | 2.70% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 55 | 61.11% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 18 | 20.00% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 7 | 7.78% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 4 | 4.44% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 3 | 3.33% |
| 1/6 | รถบัสเช่า / Rent a bus | 2 | 2.22% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 1 | 1.11% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.60 แสดงการเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีต่าง ๆ

จากภาพที่ 6.60 ลักษณะเดินทางโดยส่วนใหญ่จะนำรถส่วนตัวไปมากกว่า ตามมาด้วยการนั่งเครื่องบินจึงเห็นได้ว่าการใช้รถส่วนตัวยังมีอยู่มาก

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|-------|--------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 45 | 45.92% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 43 | 43.88% |
| 1/3 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 5 | 5.10% |
| 1/4 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 3 | 3.06% |
| 1/5 | เต็นท์ / Tent | 2 | 2.04% |
| Total | | 98 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|-------|-------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 43 | 49.43% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 32 | 36.78% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 9 | 10.34% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 2 | 2.30% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 1 | 1.15% |
| Total | | 87 | 100% |

ภาพที่ 6.61 แสดงสถานที่พักค้างคืน

จากภาพที่ 6.61 สถานที่พักผ่อนจะเป็นบังกะโล รีสอร์ท และโรงแรมซึ่งไม่ค่อยแตกต่างกันมากนักสำหรับเพศหญิง ส่วนเพศชายชอบพักที่โรงแรมมากกว่า

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
|-------|--------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 44 | 39.64% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 38 | 34.23% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 18 | 16.22% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 7 | 6.31% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.80% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 1.80% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
|-------|-------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 40 | 44.44% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 32 | 35.56% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 16 | 17.78% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 2 | 2.22% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.62 แสดงภาคที่ไปท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6.62 เป็นภูมิภาคที่ไปท่องเที่ยวกันโดยส่วนใหญ่จากกา

ตอบ แบบสอบถามจะเป็นการไปท่องเที่ยวภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ ตามด้วยภาคเหนือ

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 72 | 64.86% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 25 | 22.52% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 6 | 5.41% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ท่านชอบไปมากที่สุด | 3 | 2.70% |
| 1/5 | วัด / Temple | 2 | 1.80% |
| 1/6 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 2 | 1.80% |
| 1/7 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 0.90% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 62 | 68.89% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 20 | 22.22% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 4 | 4.44% |
| 1/4 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 2 | 2.22% |
| 1/5 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ท่านชอบไปมากที่สุด | 1 | 1.11% |
| 1/6 | วัด / Temple | 1 | 1.11% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.63 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปบ่อยมาก

จากภาพที่ 6.63 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับภูมิภาคของผู้ตอบ
ที่ตอบภาคใต้เป็นจำนวนมาก เท่ากับการท่องเที่ยวทะเลและเกาะ

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 82 | 73.87% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 16 | 14.41% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 12 | 10.81% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางอื่นๆ | 1 | 0.90% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 62 | 68.89% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 18 | 20.00% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 8 | 8.89% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางอื่นๆ | 2 | 2.22% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.64 แสดงการจองทัวร์และที่พัก

จากภาพที่ 6.64 โดยส่วนใหญ่จะจองทัวร์ และที่พักผ่านกับผู้ให้บริการโดยตรง

ตามด้วยการติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | หญิง กับ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | 2,500 - 5,000 บาท / 2,500 - 5,000 Bath | 41 | 36.94% |
| 1/2 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 27 | 24.32% |
| 1/3 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 26 | 23.42% |
| 1/4 | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอื่นๆ | 9 | 8.11% |
| 1/5 | น้อยกว่า 2,500 บาท / Less than 2,500 Bath | 8 | 7.21% |
| Total | | 111 | 100% |

เรียงตาม [ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ชาย กับ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 32 | 35.56% |
| 1/2 | 2,500 - 5,000 บาท / 2,500 - 5,000 Bath | 25 | 27.78% |
| 1/3 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 16 | 17.78% |
| 1/4 | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอื่นๆ | 9 | 10.00% |
| 1/5 | น้อยกว่า 2,500 บาท / Less than 2,500 Bath | 8 | 8.89% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.65 แสดงค่าใช้จ่ายที่ใช้

จากภาพที่ 6.65 ค่าใช้จ่ายของเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งก็สอดคล้องกับสถานที่พักโดยเพศชายจะภาคโรงแรมเป็นส่วนมาก ในทางกลับกันเพศหญิงจะใช้จ่ายน้อยกว่า

6.1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากภาพที่ 6.66 เป็นการแสดงช่วงอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามใน 10 ลำดับแรกโดยช่วงอายุที่มากที่สุดที่ตอบแบบสอบถามคืออายุ 30 ปีจำนวนร้อยละ 18.49

| สรุปอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | | | |
|----------------------------|------------------------|---------------------|-------------|
| เรียงตาม | | ID - xxx - Access - | |
| ลำดับ | อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | 30 | 22 | 18.49% |
| 1/2 | 26 | 13 | 10.92% |
| 1/3 | 31 | 13 | 10.92% |
| 1/4 | 27 | 13 | 10.92% |
| 1/5 | 28 | 12 | 10.08% |
| 1/6 | 29 | 10 | 8.40% |
| 1/7 | 33 | 9 | 7.56% |
| 1/8 | 24 | 9 | 7.56% |
| 1/9 | 32 | 9 | 7.56% |
| 1/10 | 35 | 9 | 7.56% |
| Total | | 119 | 100% |

2 3 4 : 1-10 of 37 : | Last >>

| เรียงตาม | | ID - xxx - Access - | |
|--------------|---|---------------------|-------------|
| ลำดับ | 30 ปี สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 18 | 81.82% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 2 | 9.09% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 1 | 4.55% |
| 1/4 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 1 | 4.55% |
| Total | | 22 | 100% |

| เรียงตาม | | ID - xxx - Access - | |
|--------------|---|---------------------|-------------|
| ลำดับ | 26 ปี สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 9 | 69.23% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 3 | 23.08% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 1 | 7.69% |
| Total | | 13 | 100% |

| เรียงตาม | | ID - xxx - Access - | |
|--------------|--|---------------------|-------------|
| ลำดับ | 31 ปี สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 8 | 61.54% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 3 | 23.08% |
| 1/3 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 7.69% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ท่านชอบไปมากที่สุด | 1 | 7.69% |
| Total | | 13 | 100% |

| เรียงตาม | | ID - xxx - Access - | |
|--------------|---|---------------------|-------------|
| ลำดับ | 35 ปี สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 5 | 55.56% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 4 | 44.44% |
| Total | | 9 | 100% |

ภาพที่ 6.66 สรุปอายุผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ลำดับแรก

กลุ่มประชากรที่มีอายุอยู่ระหว่าง 24-35 ปี จะชอบการท่องเที่ยวทะเล เกาะ ภูเขา ป่า น้ำตก เป็นส่วนมาก

ข้อมูลแสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแบ่งได้ดังภาพที่ 6.67 เป็นช่วง จากอายุ 1-100 ปีสามารถแบ่งช่วงอายุได้เป็นช่วงละ 20 ปี

ช่วงอายุ 1-20ปี

| ลำดับ | อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|------------------------|--------|---------|
| 1/1 | 19 | 1 | 50.00% |
| 1/2 | 16 | 1 | 50.00% |
| Total | | 2 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 19 กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 16 กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ช่วงอายุ 21-40ปี

| ลำดับ | อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|------------------------|--------|---------|
| 1/1 | 30 | 22 | 13.50% |
| 1/2 | 27 | 13 | 7.98% |
| 1/3 | 31 | 13 | 7.98% |
| 1/4 | 26 | 13 | 7.98% |
| 1/5 | 28 | 12 | 7.36% |
| 1/6 | 29 | 10 | 6.13% |
| 1/7 | 32 | 9 | 5.52% |
| 1/8 | 33 | 9 | 5.52% |
| 1/9 | 24 | 9 | 5.52% |
| 1/10 | 35 | 9 | 5.52% |
| 1/11 | 36 | 8 | 4.91% |
| 1/12 | 39 | 6 | 3.68% |
| 1/13 | 25 | 5 | 3.07% |
| 1/14 | 37 | 5 | 3.07% |
| 1/15 | 38 | 5 | 3.07% |
| 1/16 | 40 | 4 | 2.45% |
| 1/17 | 22 | 4 | 2.45% |
| 1/18 | 23 | 3 | 1.84% |
| 1/19 | 34 | 2 | 1.23% |
| 1/20 | 21 | 2 | 1.23% |
| Total | | 163 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 40 กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 3 | 75.00% |
| 1/2 | โบราณสถาน / Ancient remains | 1 | 25.00% |
| Total | | 4 | 100% |

ภาพที่ 6.67 แสดงข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงอายุ 41-60ปี

| ลำดับ | อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|------------------------|-----------|-------------|
| 1/1 | 42 | 5 | 14.71% |
| 1/2 | 50 | 5 | 14.71% |
| 1/3 | 48 | 4 | 11.76% |
| 1/4 | 47 | 4 | 11.76% |
| 1/5 | 46 | 3 | 8.82% |
| 1/6 | 55 | 3 | 8.82% |
| 1/7 | 43 | 2 | 5.88% |
| 1/8 | 44 | 2 | 5.88% |
| 1/9 | 54 | 2 | 5.88% |
| 1/10 | 45 | 1 | 2.94% |
| 1/11 | 41 | 1 | 2.94% |
| 1/12 | 51 | 1 | 2.94% |
| 1/13 | 56 | 1 | 2.94% |
| Total | | 34 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 42 กัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|--------------|---|----------|-------------|
| 1/1 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 2 | 40.00% |
| 1/2 | โบราณสถาน / Ancient remains | 2 | 40.00% |
| 1/3 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 1 | 20.00% |
| Total | | 5 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 50 กัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|--------------|---|----------|-------------|
| 1/1 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 2 | 40.00% |
| 1/2 | โบราณสถาน / Ancient remains | 1 | 20.00% |
| 1/3 | วัด / Temple | 1 | 20.00% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ทำงานชอบไปมากที่สุด | 1 | 20.00% |
| Total | | 5 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 48 กัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|--------------|---|----------|-------------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 3 | 75.00% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 1 | 25.00% |
| Total | | 4 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 55 กัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|--------------|---|----------|-------------|
| 1/1 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 1 | 33.33% |
| 1/2 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 1 | 33.33% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 1 | 33.33% |
| Total | | 3 | 100% |

ภาพที่ 6.67 (ต่อ) แสดงข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 6.67 ในกลุ่มคนอายุ 40 ก็ยังชอบไปเที่ยวทะเล เกาะอยู่จำนวนมาก

เช่นกัน

ช่วงอายุ 61-80ปี

| ลำดับ | อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|------------------------|--------|---------|
| 1/1 | 64 | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 64 ปี สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคทไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ช่วงอายุ 81-100ปี

| ลำดับ | อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|------------------------|--------|---------|
| 1/1 | 82 | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | 82 ปี สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบโคทไปมากที่สุด | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.67 (ต่อ) แสดงข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มประชากรที่มีอายุอยู่ระหว่างช่วงอายุ 41-60 ปี จะชอบท่องเที่ยวภูเขา ป่า น้ำตก และโบราณสถาน

| ลำดับ | 30 ปี สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 17 | 77.27% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 5 | 22.73% |
| Total | | 22 | 100% |
| ลำดับ | 42 ปี สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 2 | 40.00% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 2 | 40.00% |
| 1/3 | ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe | 1 | 20.00% |
| Total | | 5 | 100% |
| ลำดับ | 30 ปี ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 10 | 45.45% |
| 1/2 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 6 | 27.27% |
| 1/3 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 4 | 18.18% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 2 | 9.09% |
| Total | | 22 | 100% |
| ลำดับ | 42 ปี ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 2 | 40.00% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 2 | 40.00% |
| 1/3 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 1 | 20.00% |
| Total | | 5 | 100% |

ภาพที่ 6.68 สถานที่ใช้งาน และระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต

เปรียบเทียบช่วงอายุในช่วงที่ 21-40ปี และช่วงอายุ 41-60ปี โดยเลือกค่ามากที่สุดนำมาเปรียบเทียบ สถานที่ใช้งาน และระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ตคืออายุ 30 ปี กับ อายุ 42 ปี ดังภาพที่ 6.68 สถานที่ใช้งานจะใช้ในที่ทำงานเป็นอันดับแรก รองลงมาคือที่บ้าน ส่วนช่วงระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอายุ 30 ปี จะใช้งานมากกว่า 3 ชั่วโมง ส่วนอายุ 42 ปี จะใช้งาน 2-3 ชั่วโมงในอันดับที่ 1 เป็นต้น

6.1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากภาพที่ 6.69 เป็นข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยอันดับที่มากที่สุดคือการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวนร้อยละ 66.17

| ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | | | |
|---------------------------------|--|------------|-------------|
| ลำดับ | ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | ปริญญาตรี / Bachelor degree | 133 | 66.17% |
| 1/2 | ปริญญาโท / Master degree | 56 | 27.86% |
| 1/3 | อาชีวศึกษา / Vocational | 5 | 2.49% |
| 1/4 | ปริญญาเอก / Doctorate degree (PhD) | 3 | 1.49% |
| 1/5 | มัธยมศึกษา / High School | 2 | 1.00% |
| 1/6 | การศึกษาอื่นๆ / Other Education | 1 | 0.50% |
| 1/7 | มัธยมศึกษาตอนต้น / Secondary | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.69 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 6.70 แสดงข้อมูลระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์โดยนำข้อมูลจากกลุ่มปริญญาตรีมาวิเคราะห์ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่การใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวจะเข้าใช้ เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.35 สถานที่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้งานมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 72.18 จะใช้อยู่ที่ทำงาน และเวลาการใช้งานมากที่สุดคิดเป็น 48.12 โดยใช้งานมากกว่า 3 ชั่วโมง

| ลำดับ | ปริมาณการใช้ | การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของแอฟไทย | Access | Percent |
|-------|--|---|--------|---------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | | 55 | 41.35% |
| 1/2 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | | 29 | 21.80% |
| 1/3 | ทุกวัน / Everyday | | 19 | 14.29% |
| 1/4 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | | 16 | 12.03% |
| 1/5 | ปีละครั้ง / 1 year per time | | 10 | 7.52% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | | 4 | 3.01% |
| Total | | | 133 | 100% |
| ลำดับ | ปริมาณการใช้ | สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | | 96 | 72.18% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | | 34 | 25.56% |
| 1/3 | โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone | | 1 | 0.75% |
| 1/4 | ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe | | 1 | 0.75% |
| 1/5 | ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่อื่นๆ / Use the internet other | | 1 | 0.75% |
| Total | | | 133 | 100% |
| ลำดับ | ปริมาณการใช้ | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | | 64 | 48.12% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | | 39 | 29.32% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | | 24 | 18.05% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | | 6 | 4.51% |
| Total | | | 133 | 100% |

ภาพที่ 6.70 แสดงข้อมูลระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์

6.1.6 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากภาพที่ 6.71 เป็นข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยอันดับมากที่สุดคิดเป็น 60.70 เป็นข้อมูลของบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็น 20.90 อาชีพรับราชการคิดเป็น 8.46 นักเรียน-นักศึกษาคิดเป็น 5.47 รัฐวิสาหกิจคิดเป็น 2.99 และอาชีพอื่น ๆ คิดเป็น 1.49 จากข้อมูลทำให้รู้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัท และเมื่อทำการคลิกที่ข้อมูลบริษัทจะสามารถทำการดูข้อมูลเปรียบเทียบในลักษณะต่าง ๆ ได้ดังภาพที่ 6.72

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | บริษัทเอกชน / Private companys employee | 122 | 60.70% |
| 1/2 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว / Self employed | 42 | 20.90% |
| 1/3 | รับราชการ / Government Officer | 17 | 8.46% |
| 1/4 | นักเรียน-นักศึกษา / Student | 11 | 5.47% |
| 1/5 | รัฐวิสาหกิจ / Hybrid officer | 6 | 2.99% |
| 1/6 | อาชีพอื่นๆ / Other Career | 3 | 1.49% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.71 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของแคว้นไชน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 52 | 42.62% |
| 1/2 | ทุกวัน / Everyday | 22 | 18.03% |
| 1/3 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 19 | 15.57% |
| 1/4 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 16 | 13.11% |
| 1/5 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 9 | 7.38% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | 4 | 3.28% |
| Total | | 122 | 100% |

เรียงตาม ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของแคว้นไชน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 16 | 38.10% |
| 1/2 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 10 | 23.81% |
| 1/3 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 7 | 16.67% |
| 1/4 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 6 | 14.29% |
| 1/5 | ทุกวัน / Everyday | 2 | 4.76% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | 1 | 2.38% |
| Total | | 42 | 100% |

| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 102 | 83.61% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 17 | 13.93% |
| 1/3 | โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone | 2 | 1.64% |
| 1/4 | โรงเรียน / School | 1 | 0.82% |
| Total | | 122 | 100% |

| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | ที่บ้าน / Home | 21 | 50.00% |
| 1/2 | ที่ทำงาน / Office | 20 | 47.62% |
| 1/3 | ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe | 1 | 2.38% |
| Total | | 42 | 100% |

| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 63 | 51.64% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 32 | 26.23% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 22 | 18.03% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 5 | 4.10% |
| Total | | 122 | 100% |

| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 24 | 57.14% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 11 | 26.19% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 6 | 14.29% |
| 1/4 | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 1 | 2.38% |
| Total | | 42 | 100% |

| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 92 | 75.41% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 23 | 18.85% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 7 | 5.74% |
| Total | | 122 | 100% |

ภาพที่ 6.72 แสดงอาชีพกับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|---|-----------|-------------|
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 31 | 73.81% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 7 | 16.67% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 4 | 9.52% |
| Total | | 42 | 100% |

| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ | Access | Percent |
|--------------|---|-----------|-------------|
| 1/1 | www.tat.or.th | 11 | 25.58% |
| 1/2 | www.sanook.com | 7 | 16.28% |
| 1/3 | www.sabuy.com | 7 | 16.28% |
| 1/4 | www.tourthai.com | 5 | 11.63% |
| 1/5 | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | 3 | 6.98% |
| 1/6 | www.trekkingthai.com | 3 | 6.98% |
| 1/7 | search by google | 2 | 4.65% |
| 1/8 | tourthai.com | 2 | 4.65% |
| 1/9 | www.greenzonethailand.com | 2 | 4.65% |
| 1/10 | taksintravel.com | 1 | 2.33% |
| Total | | 43 | 100% |

2 3 4 5 6 : 1-10 of 60 : | [Last >>](#)

| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เลือกใช้ | Access | Percent |
|--------------|---|-----------|-------------|
| 1/1 | sanook.com | 3 | 21.43% |
| 1/2 | www.sanook.com | 2 | 14.29% |
| 1/3 | www.tat.or.th | 2 | 14.29% |
| 1/4 | sabuy.com | 1 | 7.14% |
| 1/5 | pantip.com | 1 | 7.14% |
| 1/6 | http://www.noomsaotours.com/ | 1 | 7.14% |
| 1/7 | too many sites | 1 | 7.14% |
| 1/8 | เลือกผ่าน | 1 | 7.14% |
| 1/9 | www.sabuy.com | 1 | 7.14% |
| 1/10 | tat หรือ ไม่ก็ google แล้วพิมพ์คำที่ต้องการ | 1 | 7.14% |
| Total | | 14 | 100% |

2 3 : 1-10 of 28 : | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.72 (ต่อ) แสดงอาชีพกับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6.72 แสดงอาชีพกับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวโดยยกอาชีพบริษัทเอกชนกับอาชีพธุรกิจส่วนตัวมาทำการเปรียบเทียบกัน เริ่มจากการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน จากทั้งสองอาชีพนี้ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวส่วนมากจะเข้าใช้บริการเดือนละครั้ง และอันดับที่สองของการเข้าใช้บริการในส่วนของพนักงานบริษัทเอกชนจะเข้าใช้บริการทุกวันส่วนของเจ้าของธุรกิจส่วนตัวจะเข้าอาทิตย์ละครั้งซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าการเข้าใช้งานบ่อยที่สุดจะเป็นพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่

เปรียบเทียบสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างอาชีพ บริษัทเอกชนกับอาชีพธุรกิจส่วนตัวโดยส่วนใหญ่ของการเข้าใช้งานพนักงานบริษัทเอกชนสถานที่ใช้งานจะเป็นที่ทำงานส่วนตัวของธุรกิจจะใช้งานที่บ้านเป็นอันดับแรก

เปรียบเทียบระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าทั้งสองอาชีพจะเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน

เปรียบเทียบจุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว ของทั้งสองอาชีพจะมีอัตราส่วนเหมือนกันโดยส่วนใหญ่เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว

6.1.7 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากภาพที่ 6.73 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยอัตราร้อยละ 32.84 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้มีรายได้อยู่ที่ 10,000-20,000 บาท เป็นต้น

| รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | | | |
|--------------------------|--|--------|---------|
| ลำดับ | รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | 10,000 - 20,000 บาท / 10,000 - 20,000 Bath | 66 | 32.84% |
| 1/2 | 20,001 - 30,000 บาท / 20,001 - 30,000 Bath | 45 | 22.39% |
| 1/3 | มากกว่า 50,000 บาท / More than 50,000 Bath | 37 | 18.41% |
| 1/4 | ต่ำกว่า 10,000 บาท / Less than 10,000 Bath | 19 | 9.45% |
| 1/5 | 30,001 - 40,000 บาท / 30,001 - 40,000 Bath | 18 | 8.96% |
| 1/6 | 40,001 - 50,000 บาท / 40,001 - 50,000 Bath | 16 | 7.96% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.73 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ลำดับ | 10,000 กับ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 28 | 42.42% |
| 1/2 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 11 | 16.67% |
| 1/3 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 11 | 16.67% |
| 1/4 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 9 | 13.64% |
| 1/5 | ทุกวัน / Everyday | 7 | 10.61% |
| Total | | 66 | 100% |

ภาพที่ 6.74 แสดงรายได้กับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

| ลำดับ | 20,001 ถึง การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของประเทศไทย | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 16 | 35.56% |
| 1/2 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 9 | 20.00% |
| 1/3 | ทุกวัน / Everyday | 9 | 20.00% |
| 1/4 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 7 | 15.56% |
| 1/5 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 3 | 6.67% |
| 1/6 | ไม่เคย / Never | 1 | 2.22% |
| Total | | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของประเทศไทย | Access | Percent |
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 17 | 45.95% |
| 1/2 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 8 | 21.62% |
| 1/3 | ปีละครั้ง / 1 year per time | 5 | 13.51% |
| 1/4 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 3 | 8.11% |
| 1/5 | ไม่เคย / Never | 2 | 5.41% |
| 1/6 | ทุกวัน / Everyday | 2 | 5.41% |
| Total | | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของประเทศไทย | Access | Percent |
| 1/1 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 7 | 36.84% |
| 1/2 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 5 | 26.32% |
| 1/3 | ทุกวัน / Everyday | 3 | 15.79% |
| 1/4 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 3 | 15.79% |
| 1/5 | ไม่เคย / Never | 1 | 5.26% |
| Total | | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของประเทศไทย | Access | Percent |
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 8 | 44.44% |
| 1/2 | ทุกวัน / Everyday | 6 | 33.33% |
| 1/3 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 3 | 16.67% |
| 1/4 | ไม่เคย / Never | 1 | 5.56% |
| Total | | 18 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 ถึง การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของประเทศไทย | Access | Percent |
| 1/1 | เดือนละครั้ง / 1 month per time | 9 | 56.25% |
| 1/2 | 2-3 วันต่อครั้ง / 2-3 day per time | 4 | 25.00% |
| 1/3 | อาทิตย์ละครั้ง / 1 week per time | 2 | 12.50% |
| 1/4 | ทุกวัน / Everyday | 1 | 6.25% |
| Total | | 16 | 100% |
| ลำดับ | 10,000 ถึง สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 48 | 72.73% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 16 | 24.24% |
| 1/3 | โรงเรียน / School | 1 | 1.52% |
| 1/4 | ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่อื่นๆ / Use the internet other | 1 | 1.52% |
| Total | | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | ที่ทำงาน / Office | 30 | 66.67% |
| 1/2 | ที่บ้าน / Home | 13 | 28.89% |
| 1/3 | โทรศัพท์มือถือ / Mobile phone | 2 | 4.44% |
| Total | | 45 | 100% |

ภาพที่ 6.74 (ต่อ) แสดงรายได้กับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

| | | | | |
|--------------|--------------------------|--|---------------|----------------|
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 กบ | สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้คอมแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | | ที่ทำงาน / Office | 25 | 67.57% |
| 1/2 | | ที่บ้าน / Home | 11 | 29.73% |
| 1/3 | | ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ / Internet Cafe | 1 | 2.70% |
| | | Total | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 กบ | สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้คอมแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | | ที่บ้าน / Home | 13 | 68.42% |
| 1/2 | | ที่ทำงาน / Office | 5 | 26.32% |
| 1/3 | | โรงเรียน / School | 1 | 5.26% |
| | | Total | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 กบ | สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้คอมแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | | ที่ทำงาน / Office | 14 | 77.78% |
| 1/2 | | ที่บ้าน / Home | 4 | 22.22% |
| | | Total | 18 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 กบ | สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้คอมแบบสอบถาม | Access | Percent |
| 1/1 | | ที่ทำงาน / Office | 14 | 87.50% |
| 1/2 | | ที่บ้าน / Home | 2 | 12.50% |
| | | Total | 16 | 100% |
| ลำดับ | 10,000 กบ | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 33 | 50.00% |
| 1/2 | | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 18 | 27.27% |
| 1/3 | | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 13 | 19.70% |
| 1/4 | | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 2 | 3.03% |
| | | Total | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 กบ | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 26 | 57.78% |
| 1/2 | | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 11 | 24.44% |
| 1/3 | | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 5 | 11.11% |
| 1/4 | | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 3 | 6.67% |
| | | Total | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 กบ | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 19 | 51.35% |
| 1/2 | | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 10 | 27.03% |
| 1/3 | | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 5 | 13.51% |
| 1/4 | | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 3 | 8.11% |
| | | Total | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 กบ | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 9 | 47.37% |
| 1/2 | | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 6 | 31.58% |
| 1/3 | | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 3 | 15.79% |
| 1/4 | | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 1 | 5.26% |
| | | Total | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 กบ | ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
| 1/1 | | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 7 | 38.89% |
| 1/2 | | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 6 | 33.33% |
| 1/3 | | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 4 | 22.22% |
| 1/4 | | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / a little 1 more hour | 1 | 5.56% |
| | | Total | 18 | 100% |

ภาพที่ 6.74 (ต่อ) แสดงรายได้กับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

| ลำดับ | 40,001 ถึง ระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน | Access | Percent |
|--------------|---|-----------|-------------|
| 1/1 | มากกว่า 3 ชั่วโมง / 3 more than hour | 9 | 56.25% |
| 1/2 | 1-2 ชั่วโมง / 1-2 hour | 5 | 31.25% |
| 1/3 | 2-3 ชั่วโมง / 2-3 hour | 2 | 12.50% |
| Total | | 16 | 100% |
| ลำดับ | 10,000 ถึง จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 49 | 74.24% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 13 | 19.70% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 4 | 6.06% |
| Total | | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 36 | 80.00% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 6 | 13.33% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 3 | 6.67% |
| Total | | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 24 | 64.86% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 7 | 18.92% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 6 | 16.22% |
| Total | | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 13 | 68.42% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 5 | 26.32% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 1 | 5.26% |
| Total | | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 15 | 83.33% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 2 | 11.11% |
| 1/3 | จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ / Purpose other for use the website travels | 1 | 5.56% |
| Total | | 18 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 ถึง จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / Use the data for planning your travels | 14 | 87.50% |
| 1/2 | เพื่อหาข้อมูลแต่ไม่ได้นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว / For search the data but not apply in planning your travels | 2 | 12.50% |
| Total | | 16 | 100% |

ภาพที่ 6.74 (ต่อ) แสดงรายได้กับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6.74 แสดงรายได้กับพฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวโดยแบ่งรายได้ออกเป็นช่วง ๆ ของรายได้ เมื่อทำการเปรียบเทียบการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนจะเห็นได้ว่าผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไปจะเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเดือนละครั้ง ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 จะเข้าใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวอาทิตย์ละครั้ง

เปรียบเทียบสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไปจะใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ทำงานกันส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 จะใช้งานอินเทอร์เน็ตที่บ้านเป็นส่วนใหญ่

เปรียบเทียบระยะเวลาการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวันผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไปจะใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวันมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวันส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 จะใช้งานอินเทอร์เน็ต 1-2 ชั่วโมงต่อวัน

จุดประสงค์ในการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวจะเหมือน ๆ กันโดยส่วนใหญ่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว

6.1.8 ผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆ ที่แตกต่างกัน ทั้งการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงระยะเวลาการใช้งาน ข้อมูลบริการที่ค้นหา สถานที่เที่ยวที่พัก การเดินทาง กิจกรรมต่างๆ และค่าใช้จ่ายย่อมแตกต่างกัน

บทวิเคราะห์เปรียบเทียบ

จากภาพที่ 6.75 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวที่แตกต่างย่อมมีข้อมูลในการเปรียบเทียบออกมาที่แตกต่างกันดังภาพ

| ลำดับ | วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 190 | 94.53% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 6 | 2.99% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่นๆของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 4 | 1.99% |
| 1/4 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 108 | 53.73% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 73 | 36.32% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 14 | 6.97% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 6 | 2.99% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 109 | 54.23% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 43 | 21.39% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 22 | 10.95% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 12 | 5.97% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 6 | 2.99% |
| 1/6 | รถเช่า / Rent a bus | 5 | 2.49% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 4 | 1.99% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.75 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวที่แตกต่าง

| ลำดับ | สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 86 | 46.49% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 77 | 41.62% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 11 | 5.95% |
| 1/4 | สถานที่ที่ห้ามต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 7 | 3.78% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 4 | 2.16% |
| Total | | 185 | 100% |
| ลำดับ | สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 84 | 41.79% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 70 | 34.83% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 34 | 16.92% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 9 | 4.48% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.00% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 1.00% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 134 | 66.67% |
| 1/2 | ภูเขา น้ำตก / Hill, Forest, Water fall | 45 | 22.39% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 10 | 4.98% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ห้ามรอบไปมากที่สุด | 4 | 1.99% |
| 1/5 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Mall, Big city | 4 | 1.99% |
| 1/6 | วัด / Temple | 3 | 1.49% |
| 1/7 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 144 | 71.64% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 34 | 16.92% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 20 | 9.95% |
| 1/4 | ผ่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางอื่นๆ | 3 | 1.49% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | Access | Percent |
| 1/1 | 2,500 - 5,000 บาท / 2,500 - 5,000 Bath | 66 | 32.84% |
| 1/2 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 58 | 28.86% |
| 1/3 | 5,001 - 7,500 บาท / 5,001 - 7,500 Bath | 43 | 21.39% |
| 1/4 | ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอื่นๆ | 18 | 8.96% |
| 1/5 | น้อยกว่า 2,500 บาท / Less than 2,500 Bath | 16 | 7.96% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.75 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวที่แตกต่าง

จากภาพที่ 6.75 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวที่แตกต่างโดยประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ต้องการไป สถานที่ท่องเที่ยวแบบใดที่ไปมากที่สุด การจองทัวร์และที่พักผ่านทางใด ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยสามารถทำการกระจายรายละเอียดออกมาได้เป็นดังนี้

ก. ภาพที่ 6.76 สัญชาติกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูล โดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พักผ่อน เป็นส่วนใหญ่

ข. ภาพที่ 6.77 เพศกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูล โดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พักผ่อน เป็นส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและหญิง

ค. ภาพที่ 6.78 ระดับการศึกษากับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูล โดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พักผ่อน เป็นส่วนใหญ่โดยกลุ่มใหญ่จะเป็นปริญญาตรี และปริญญาโท

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | สัญชาติ / Nationality | Access | Percent |
|-------|-----------------------------|--------|---------|
| 1/1 | Thai | 197 | 98.01% |
| 1/2 | Albania | 1 | 0.50% |
| 1/3 | Korea South | 1 | 0.50% |
| 1/4 | Bhutan | 1 | 0.50% |
| 1/5 | Benin | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | Thai กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 186 | 94.42% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 6 | 3.05% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่นของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 4 | 2.03% |
| 1/4 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 0.51% |
| Total | | 197 | 100% |
| ลำดับ | Albania กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Korea South กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Bhutan กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Benin กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | เพศที่ครอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|-------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | หญิง / Female | 111 | 55.22% |
| 1/2 | ชาย / Male | 90 | 44.78% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.76 สัญชาติ กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

| ลำดับ | หญิง กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|---|------------|-------------|
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 105 | 94.59% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 3 | 2.70% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 2 | 1.80% |
| 1/4 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 0.90% |
| | Total | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 85 | 94.44% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 3 | 3.33% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 2 | 2.22% |
| | Total | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.77 เพศกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|------------|-------------|
| 1/1 | ปริญญาตรี / Bachelor degree | 133 | 66.17% |
| 1/2 | ปริญญาโท / Master degree | 56 | 27.86% |
| 1/3 | อาชีวศึกษา / Vocational | 5 | 2.49% |
| 1/4 | ปริญญาเอก / Doctorate degree (PhD) | 3 | 1.49% |
| 1/5 | มัธยมศึกษา / High School | 2 | 1.00% |
| 1/6 | การศึกษาอื่นๆ / Other Education | 1 | 0.50% |
| 1/7 | มัธยมศึกษาตอนต้น / Secondary | 1 | 0.50% |
| | Total | 201 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาตรี กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 125 | 93.98% |
| 1/2 | วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 4 | 3.01% |
| 1/3 | ทัศนศึกษา / School Trip | 4 | 3.01% |
| | Total | 133 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาโท กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 53 | 94.64% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 2 | 3.57% |
| 1/3 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 1.79% |
| | Total | 56 | 100% |
| ลำดับ | อาชีวศึกษา กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 5 | 100.00% |
| | Total | 5 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาเอก กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 3 | 100.00% |
| | Total | 3 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษา กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 2 | 100.00% |
| | Total | 2 | 100% |
| ลำดับ | การศึกษาอื่นๆ กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษาตอนต้น กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.78 ระดับการศึกษากับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ง. ภาพที่ 6.79 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พักผ่อน เป็นส่วนใหญ่ของกลุ่มใหญ่จะเป็นบริษัทเอกชน

จ. ภาพที่ 6.80 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พักผ่อน เป็นส่วนใหญ่ของทุกรายได้

ฉ. ภาพที่ 6.81 สัมพันธ์กับช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะเป็นทุกโอกาสตามความสะดวก 54.31 ตามด้วยวันหยุดติดต่อกันหลายวันคิดเป็น 36.04 ของสัญชาติไทย เป็นต้น

เรียงตาม ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | บริษัทเอกชน / Private company's employee | 122 | 60.70% |
| 1/2 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว / Self employed | 42 | 20.90% |
| 1/3 | รับราชการ / Government Officer | 17 | 8.46% |
| 1/4 | นักเรียน-นักศึกษา / Student | 11 | 5.47% |
| 1/5 | รัฐวิสาหกิจ / Hybrid officer | 6 | 2.99% |
| 1/6 | อาชีพอื่นๆ / Other Career | 3 | 1.49% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 119 | 97.54% |
| 1/2 | วัตถุประสงค์อื่นๆของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 3 | 2.46% |
| Total | | 122 | 100% |
| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 40 | 95.24% |
| 1/2 | วัตถุประสงค์อื่นๆของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 1 | 2.38% |
| 1/3 | ทัศนศึกษา / School Trip | 1 | 2.38% |
| Total | | 42 | 100% |
| ลำดับ | รับราชการ กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 17 | 100.00% |
| Total | | 17 | 100% |
| ลำดับ | นักเรียน-นักศึกษา กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 8 | 72.73% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 3 | 27.27% |
| Total | | 11 | 100% |
| ลำดับ | รัฐวิสาหกิจ กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 5 | 83.33% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 1 | 16.67% |
| Total | | 6 | 100% |
| ลำดับ | อาชีพอื่นๆ กับ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทัศนศึกษา / School Trip | 1 | 33.33% |
| 1/2 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 1 | 33.33% |
| 1/3 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 33.33% |
| Total | | 3 | 100% |

ภาพที่ 6.79 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|---|---------------|----------------|
| 1/1 | 10,000 - 20,000 บาท / 10,000 - 20,000 Bath | 66 | 32.84% |
| 1/2 | 20,001 - 30,000 บาท / 20,001 - 30,000 Bath | 45 | 22.39% |
| 1/3 | มากกว่า 50,000 บาท / More than 50,000 Bath | 37 | 18.41% |
| 1/4 | ต่ำกว่า 10,000 บาท / Less then 10,000 Bath | 19 | 9.45% |
| 1/5 | 30,001 - 40,000 บาท / 30,001 - 40,000 Bath | 18 | 8.96% |
| 1/6 | 40,001 - 50,000 บาท / 40,001 - 50,000 Bath | 16 | 7.96% |
| | Total | 201 | 100% |
| ลำดับ | 10,000 ถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 63 | 95.45% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 2 | 3.03% |
| 1/3 | วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 1 | 1.52% |
| | Total | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 43 | 95.56% |
| 1/2 | วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 1 | 2.22% |
| 1/3 | ประชุม, สัมมนา / Convention, Meeting | 1 | 2.22% |
| | Total | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 34 | 91.89% |
| 1/2 | วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการท่องเที่ยว / The purpose other of your travel. | 2 | 5.41% |
| 1/3 | ทัศนศึกษา / School Trip | 1 | 2.70% |
| | Total | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 16 | 84.21% |
| 1/2 | ทัศนศึกษา / School Trip | 3 | 15.79% |
| | Total | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 18 | 100.00% |
| | Total | 18 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 ถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ท่องเที่ยว, พักผ่อน / Travel, Rest | 16 | 100.00% |
| | Total | 16 | 100% |

ภาพที่ 6.80 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

| ลำดับ | ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 108 | 53.73% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 73 | 36.32% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 14 | 6.97% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 6 | 2.99% |
| | Total | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.81 สัมพันธ์กับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | สัญชาติ / Nationality | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | Thai | 197 | 98.01% |
| 1/2 | Albania | 1 | 0.50% |
| 1/3 | Korea South | 1 | 0.50% |
| 1/4 | Bhutan | 1 | 0.50% |
| 1/5 | Benin | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | Thai กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 107 | 54.31% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 71 | 36.04% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 13 | 6.60% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 6 | 3.05% |
| Total | | 197 | 100% |
| ลำดับ | Albania กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Korea South กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Bhutan กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
|-------|--------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Benin กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.81 (ต่อ) สัญชาติกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | เพศที่คอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | หญิง / Female | 111 | 55.22% |
| 1/2 | ชาย / Male | 90 | 44.78% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | หญิง กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 56 | 50.45% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 43 | 38.74% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 10 | 9.01% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 2 | 1.80% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 52 | 57.78% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 30 | 33.33% |
| 1/3 | วันธรรมดา / week day | 4 | 4.44% |
| 1/4 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 4 | 4.44% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.82 เพศกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

ช. ภาพที่ 6.82 เพศกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลโดยเพศ หญิงและเพศชายช่วงเวลาในการท่องเที่ยวทุกโอกาสตามความสะดวกตามด้วย วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ตามลำดับ

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | ปริญญาตรี / Bachelor degree | 133 | 66.17% |
| 1/2 | ปริญญาโท / Master degree | 56 | 27.86% |
| 1/3 | อาชีวศึกษา / Vocational | 5 | 2.49% |
| 1/4 | ปริญญาเอก / Doctorate degree (PhD) | 3 | 1.49% |
| 1/5 | มัธยมศึกษา / High School | 2 | 1.00% |
| 1/6 | การศึกษาอื่นๆ / Other Education | 1 | 0.50% |
| 1/7 | มัธยมศึกษาตอนต้น / Secondary | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาตรี กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 74 | 55.64% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 46 | 34.59% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 9 | 6.77% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 4 | 3.01% |
| Total | | 133 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาโท กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 27 | 48.21% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 24 | 42.86% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 4 | 7.14% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 1 | 1.79% |
| Total | | 56 | 100% |
| ลำดับ | อาชีวศึกษา กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 3 | 60.00% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 2 | 40.00% |
| Total | | 5 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาเอก กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 1 | 33.33% |
| 1/2 | วันธรรมดา / week day | 1 | 33.33% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 1 | 33.33% |
| Total | | 3 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษา กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 2 | 100.00% |
| Total | | 2 | 100% |
| ลำดับ | การศึกษาอื่นๆ กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษาตอนต้น กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.83 ระดับการศึกษากับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

ช. ภาพที่ 6.83 ระดับการศึกษากับช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวกันทุกโอกาสตามความสะดวก

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | บริษัทเอกชน / Private companys employee | 122 | 60.70% |
| 1/2 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว / Self employed | 42 | 20.90% |
| 1/3 | รับราชการ / Government Officer | 17 | 8.46% |
| 1/4 | นักเรียน-นักศึกษา / Student | 11 | 5.47% |
| 1/5 | รัฐวิสาหกิจ / Hybrid officer | 6 | 2.99% |
| 1/6 | อาชีพอื่นๆ / Other Career | 3 | 1.49% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 59 | 48.36% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 52 | 42.62% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 10 | 8.20% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 1 | 0.82% |
| Total | | 122 | 100% |
| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 26 | 61.90% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 12 | 28.57% |
| 1/3 | วันธรรมดา / week day | 3 | 7.14% |
| 1/4 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 1 | 2.38% |
| Total | | 42 | 100% |
| ลำดับ | รับราชการ กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 10 | 58.82% |
| 1/2 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 3 | 17.65% |
| 1/3 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 3 | 17.65% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 1 | 5.88% |
| Total | | 17 | 100% |
| ลำดับ | นักเรียน-นักศึกษา กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 6 | 54.55% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 4 | 36.36% |
| 1/3 | วันธรรมดา / week day | 1 | 9.09% |
| Total | | 11 | 100% |
| ลำดับ | รัฐวิสาหกิจ กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 4 | 66.67% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกหลายวัน / Long weekend | 2 | 33.33% |
| Total | | 6 | 100% |
| ลำดับ | อาชีพอื่นๆ กับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 3 | 100.00% |
| Total | | 3 | 100% |

ภาพที่ 6.84 อาชีพกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

ณ. ภาพที่ 6.84 อาชีพกับช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลดูในแต่ละอาชีพนั้นโดยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามความสะดวกเช่นเคย ต่อมาก็คจะเป็นวันหยุดติดต่อกหลายวัน

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|---|---------------|----------------|
| 1/1 | 10,000 - 20,000 บาท / 10,000 - 20,000 Bath | 66 | 32.84% |
| 1/2 | 20,001 - 30,000 บาท / 20,001 - 30,000 Bath | 45 | 22.39% |
| 1/3 | มากกว่า 50,000 บาท / More than 50,000 Bath | 37 | 18.41% |
| 1/4 | ต่ำกว่า 10,000 บาท / Less than 10,000 Bath | 19 | 9.45% |
| 1/5 | 30,001 - 40,000 บาท / 30,001 - 40,000 Bath | 18 | 8.96% |
| 1/6 | 40,001 - 50,000 บาท / 40,001 - 50,000 Bath | 16 | 7.96% |
| | Total | 201 | 100% |
| ลำดับ | 10,000 ถึง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 34 | 51.52% |
| 1/2 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 28 | 42.42% |
| 1/3 | วันธรรมดา / week day | 3 | 4.55% |
| 1/4 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 1 | 1.52% |
| | Total | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 25 | 55.56% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 16 | 35.56% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 4 | 8.89% |
| | Total | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 23 | 62.16% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 9 | 24.32% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 4 | 10.81% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 1 | 2.70% |
| | Total | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 13 | 68.42% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 3 | 15.79% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 2 | 10.53% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 1 | 5.26% |
| | Total | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 11 | 61.11% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 5 | 27.78% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 2 | 11.11% |
| | Total | 18 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 ถึง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว | Access | Percent |
| 1/1 | ทุกโอกาสตามความสะดวก / Every a opportunity | 8 | 50.00% |
| 1/2 | วันหยุดติดต่อกันหลายวัน / Long weekend | 6 | 37.50% |
| 1/3 | วันเสาร์-อาทิตย์ / weekend | 1 | 6.25% |
| 1/4 | วันธรรมดา / week day | 1 | 6.25% |
| | Total | 16 | 100% |

ภาพที่ 6.85 รายได้กับช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

ญ. ภาพที่ 6.85 รายได้กับช่วงเวลาในการท่องเที่ยวจากการเปรียบเทียบข้อมูลผู้มีรายได้ที่ 10,000 ถึง 20,000 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดติดต่อกันหลายวันเป็น

อันดับแรก ส่วนผู้มีรายได้น้อยในช่วงอื่น ๆ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวจะอยู่ในทุกโอกาสตามความเหมาะสมเป็นต้น

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 109 | 54.23% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 43 | 21.39% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 22 | 10.95% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 12 | 5.97% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 6 | 2.99% |
| 1/6 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 5 | 2.49% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 4 | 1.99% |
| Total | | 201 | 100% |

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | สัญชาติ / Nationality | Access | Percent |
|-------|-----------------------------|--------|---------|
| 1/1 | Thai | 197 | 98.01% |
| 1/2 | Albania | 1 | 0.50% |
| 1/3 | Korea South | 1 | 0.50% |
| 1/4 | Bhutan | 1 | 0.50% |
| 1/5 | Benin | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |

| ลำดับ | Thai กับ เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 108 | 54.82% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 40 | 20.30% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 22 | 11.17% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 12 | 6.09% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 6 | 3.05% |
| 1/6 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 5 | 2.54% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 4 | 2.03% |
| Total | | 197 | 100% |

| ลำดับ | Albania กับ เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Korea South กับ เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|--|--------|---------|
| 1/1 | เครื่องบิน / By plane | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Bhutan กับ เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|---------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | เครื่องบิน / By plane | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

| ลำดับ | Benin กับ เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|---------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | เครื่องบิน / By plane | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.86 สัญชาติกับการเดินทางท่องเที่ยว

ฎ. ภาพที่ 6.86 สัญชาติกับการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลพบว่า สัญชาติไทยจะเดินทางโดยรถส่วนตัว แต่สัญชาติอื่นจะเดินทางโดยเครื่องบิน ส่วนคนไทยอันดับที่สองจะเดินทางโดยเครื่องบิน

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | เพศที่คอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|-------------------------------------|------------|-------------|
| 1/1 | หญิง / Female | 111 | 55.22% |
| 1/2 | ชาย / Male | 90 | 44.78% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | หญิง กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 54 | 48.65% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 25 | 22.52% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 15 | 13.51% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 8 | 7.21% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 3 | 2.70% |
| 1/6 | รถบัลเช่า / Rent a bus | 3 | 2.70% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 3 | 2.70% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 55 | 61.11% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 18 | 20.00% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 7 | 7.78% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 4 | 4.44% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 3 | 3.33% |
| 1/6 | รถบัลเช่า / Rent a bus | 2 | 2.22% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 1 | 1.11% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.87 เพศกับการเดินทางท่องเที่ยว

ฎ. ภาพที่ 6.87 เพศกับการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลแล้วทั้งสองเพศจะเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะที่มีลำดับที่เหมือนกันโดยส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถส่วนตัวตามมาด้วยเครื่องบินเป็นต้น

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | ระดับการศึกษาของผู้คอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ปริญญาตรี / Bachelor degree | 133 | 66.17% |
| 1/2 | ปริญญาโท / Master degree | 56 | 27.86% |
| 1/3 | อาชีวศึกษา / Vocational | 5 | 2.49% |
| 1/4 | ปริญญาเอก / Doctorate degree (PhD) | 3 | 1.49% |
| 1/5 | มัธยมศึกษา / High School | 2 | 1.00% |
| 1/6 | การศึกษาอื่นๆ / Other Education | 1 | 0.50% |
| 1/7 | มัธยมศึกษาตอนต้น / Secondary | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |

ภาพที่ 6.88 ระดับการศึกษากับการเดินทางท่องเที่ยว

| ลำดับ | ปริญญาตรี กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|---|------------|-------------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 72 | 54.14% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 29 | 21.80% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 12 | 9.02% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 9 | 6.77% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 6 | 4.51% |
| 1/6 | รถไฟ / By train | 3 | 2.26% |
| 1/7 | รถมิสเช่า / Rent a bus | 2 | 1.50% |
| | Total | 133 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาโท กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 30 | 53.57% |
| 1/2 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 10 | 17.86% |
| 1/3 | เครื่องบิน / By plane | 10 | 17.86% |
| 1/4 | รถมิสเช่า / Rent a bus | 3 | 5.36% |
| 1/5 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 2 | 3.57% |
| 1/6 | รถไฟ / By train | 1 | 1.79% |
| | Total | 56 | 100% |
| ลำดับ | อาชีวศึกษา กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 4 | 80.00% |
| 1/2 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 1 | 20.00% |
| | Total | 5 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาเอก กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | เครื่องบิน / By plane | 2 | 66.67% |
| 1/2 | รถส่วนตัว / By car | 1 | 33.33% |
| | Total | 3 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษา กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 1 | 50.00% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 1 | 50.00% |
| | Total | 2 | 100% |
| ลำดับ | การศึกษาอื่นๆ กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษาตอนต้น กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | เครื่องบิน / By plane | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.88 (ต่อ) ระดับการศึกษากับการเดินทางท่องเที่ยว

ฐ. ภาพที่ 6.88 ระดับการศึกษากับการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลกันพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีโดยการเดินทางจะเป็นรถส่วนตัวตามด้วยเครื่องบิน รถโดยสารประจำทางตามลำดับเป็นต้น

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | บริษัทเอกชน / Private companys employee | 122 | 60.70% |
| 1/2 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว / Self employed | 42 | 20.90% |
| 1/3 | รับราชการ / Government Officer | 17 | 8.46% |
| 1/4 | นักเรียน-นักศึกษา / Student | 11 | 5.47% |
| 1/5 | รัฐวิสาหกิจ / Hybrid officer | 6 | 2.99% |
| 1/6 | อาชีพอื่นๆ / Other Career | 3 | 1.49% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 74 | 60.66% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 21 | 17.21% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 11 | 9.02% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 6 | 4.92% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 4 | 3.28% |
| 1/6 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 3 | 2.46% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 3 | 2.46% |
| Total | | 122 | 100% |
| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 24 | 57.14% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 11 | 26.19% |
| 1/3 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 2 | 4.76% |
| 1/4 | รถตู้ / By van | 2 | 4.76% |
| 1/5 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 2 | 4.76% |
| 1/6 | รถไฟ / By train | 1 | 2.38% |
| Total | | 42 | 100% |
| ลำดับ | รับราชการ กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 8 | 47.06% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 4 | 23.53% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 4 | 23.53% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 1 | 5.88% |
| Total | | 17 | 100% |
| ลำดับ | นักเรียน-นักศึกษา กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 4 | 36.36% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 4 | 36.36% |
| 1/3 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 2 | 18.18% |
| 1/4 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 1 | 9.09% |
| Total | | 11 | 100% |
| ลำดับ | รัฐวิสาหกิจ กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 3 | 50.00% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 2 | 33.33% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 1 | 16.67% |
| Total | | 6 | 100% |
| ลำดับ | อาชีพอื่นๆ กับ เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 1 | 33.33% |
| 1/2 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 1 | 33.33% |
| 1/3 | เครื่องบิน / By plane | 1 | 33.33% |
| Total | | 3 | 100% |

ภาพที่ 6.89 อาชีพกับการเดินทางท่องเที่ยว

๗. ภาพที่ 6.89 อาชีพกับการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลจะพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นกลุ่มอาชีพเอกชนโดยส่วนใหญ่ก็เดินทางโดยรถส่วนตัวตามด้วยเครื่องบิน

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | 10,000 - 20,000 บาท / 10,000 - 20,000 Bath | 66 | 32.84% |
| 1/2 | 20,001 - 30,000 บาท / 20,001 - 30,000 Bath | 45 | 22.39% |
| 1/3 | มากกว่า 50,000 บาท / More than 50,000 Bath | 37 | 18.41% |
| 1/4 | ต่ำกว่า 10,000 บาท / Less then 10,000 Bath | 19 | 9.45% |
| 1/5 | 30,001 - 40,000 บาท / 30,001 - 40,000 Bath | 18 | 8.96% |
| 1/6 | 40,001 - 50,000 บาท / 40,001 - 50,000 Bath | 16 | 7.96% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | 10,000 ถึง เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 32 | 48.48% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 12 | 18.18% |
| 1/3 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 10 | 15.15% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 4 | 6.06% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 3 | 4.55% |
| 1/6 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 3 | 4.55% |
| 1/7 | รถไฟ / By train | 2 | 3.03% |
| Total | | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 28 | 62.22% |
| 1/2 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 6 | 13.33% |
| 1/3 | เครื่องบิน / By plane | 6 | 13.33% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 3 | 6.67% |
| 1/5 | รถตู้ / By van | 2 | 4.44% |
| Total | | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 23 | 62.16% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 11 | 29.73% |
| 1/3 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 2 | 5.41% |
| 1/4 | รถไฟ / By train | 1 | 2.70% |
| Total | | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถโดยสารประจำทาง / By bus | 6 | 31.58% |
| 1/2 | รถส่วนตัว / By car | 5 | 26.32% |
| 1/3 | เครื่องบิน / By plane | 4 | 21.05% |
| 1/4 | การเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆ | 3 | 15.79% |
| 1/5 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 1 | 5.26% |
| Total | | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 12 | 66.67% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 5 | 27.78% |
| 1/3 | รถมิสซ่า / Rent a bus | 1 | 5.56% |
| Total | | 18 | 100% |

ภาพที่ 6.90 รายได้กับการเดินทางท่องเที่ยว

| ลำดับ | 40,001 ถึง เดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด | Access | Percent |
|-------|---------------------------------------|--------|---------|
| 1/1 | รถส่วนตัว / By car | 9 | 56.25% |
| 1/2 | เครื่องบิน / By plane | 5 | 31.25% |
| 1/3 | รถไฟ / By train | 1 | 6.25% |
| 1/4 | รถตู้ / By van | 1 | 6.25% |
| Total | | 16 | 100% |

ภาพที่ 6.90 (ต่อ) รายได้กับการเดินทางท่องเที่ยว

ผ. ภาพที่ 6.90 รายได้กับการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อดูจากข้อมูลจะพบว่ารายได้

ในช่วง 10,000 ถึง 20,000 จะเดินทางโดยรถส่วนตัวเป็นอันดับแรก

เรียงตาม

ID - xxxx - Access -

| ลำดับ | สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|-------|---|--------|---------|
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 86 | 46.49% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 77 | 41.62% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 11 | 5.95% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 7 | 3.78% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 4 | 2.16% |
| Total | | 185 | 100% |
| ลำดับ | Thai ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 83 | 45.86% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 77 | 42.54% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 11 | 6.08% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 6 | 3.31% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 4 | 2.21% |
| Total | | 181 | 100% |
| ลำดับ | Albania ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Korea South ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Bhutan ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Benin ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.91 สัมพันธ์กับสถานที่พักค้างคืน

ณ. ภาพที่ 6.91 สัมพันธ์กับสถานที่พักค้างคืนจากข้อมูลโดยรวมจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะพักค้างคืนกันที่โรงแรม

ด. ภาพที่ 6.92 เพศกับสถานที่พักค้างคืนจากข้อมูลจะเห็นได้ว่าเพศชายจะพักค้างคืนที่บังกะโล, รีสอร์ท และโรงแรม ส่วนเพศชายจะสลับกันดังภาพ

| ลำดับ | หญิง กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|-------|--------------------------------------|-----------|-------------|
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 45 | 45.92% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 43 | 43.88% |
| 1/3 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 5 | 5.10% |
| 1/4 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 3 | 3.06% |
| 1/5 | เต็นท์ / Tent | 2 | 2.04% |
| | Total | 98 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 43 | 49.43% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 32 | 36.78% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 9 | 10.34% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 2 | 2.30% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 1 | 1.15% |
| | Total | 87 | 100% |

ภาพที่ 6.92 เพศกับสถานที่พักค้างคืน

| ลำดับ | ปริญญาตรี กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|-------|--|------------|-------------|
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 58 | 46.40% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 54 | 43.20% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 6 | 4.80% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 4 | 3.20% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 3 | 2.40% |
| | Total | 125 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาโท กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 21 | 43.75% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 20 | 41.67% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 5 | 10.42% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 2.08% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 1 | 2.08% |
| | Total | 48 | 100% |
| ลำดับ | อาชีวศึกษา กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 3 | 60.00% |
| 1/2 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 20.00% |
| 1/3 | โรงแรม / Hotel | 1 | 20.00% |
| | Total | 5 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาเอก กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 2 | 66.67% |
| 1/2 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 33.33% |
| | Total | 3 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษา กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 2 | 100.00% |
| | Total | 2 | 100% |
| ลำดับ | การศึกษาอื่นๆ กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษาตอนต้น กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.93 การศึกษากับสถานที่พักค้างคืน

ด. ภาพที่ 6.93 การศึกษาเกี่ยวกับสถานที่พักค้างคืนจากข้อมูลเห็นได้ว่าส่วนใหญ่พักโรงแรมเป็นส่วนใหญ่แต่มีกลุ่มอาชีพนักศึกษาจะพักบังกะโล รีสอร์ทเป็นอันดับแรก

| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 52 | 47.27% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 44 | 40.00% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 8 | 7.27% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 3 | 2.73% |
| 1/5 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 3 | 2.73% |
| Total | | 110 | 100% |
| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 23 | 56.10% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 15 | 36.59% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 2 | 4.88% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 2.44% |
| Total | | 41 | 100% |
| ลำดับ | รับราชการ กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 9 | 56.25% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 5 | 31.25% |
| 1/3 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 2 | 12.50% |
| Total | | 16 | 100% |
| ลำดับ | นักเรียน-นักศึกษา กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 5 | 50.00% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 3 | 30.00% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 1 | 10.00% |
| 1/4 | เกสต์เฮาส์ / Guesthouse | 1 | 10.00% |
| Total | | 10 | 100% |
| ลำดับ | รัฐวิสาหกิจ กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 3 | 60.00% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 2 | 40.00% |
| Total | | 5 | 100% |
| ลำดับ | อาชีพอื่นๆ กับ สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 2 | 66.67% |
| 1/2 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 33.33% |
| Total | | 3 | 100% |

ภาพที่ 6.94 อาชีพกับสถานที่พักค้างคืน

ด. ภาพที่ 6.94 อาชีพกับสถานที่พักค้างคืนจากข้อมูลในกลุ่มบริษัทเอกชนจะพักที่บังกะโล, รีสอร์ทเป็นอันดับแรกส่วนกลุ่มอื่น ๆ จะพักโรงแรมเป็นอันดับแรก

| ลำดับ | 10,000 ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
|--------------|--|-----------|-------------|
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 26 | 44.07% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 25 | 42.37% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 3 | 5.08% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 3 | 5.08% |
| 1/5 | เกสท์เฮาส์ / Guesthouse | 2 | 3.39% |
| Total | | 59 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 18 | 45.00% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 16 | 40.00% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 4 | 10.00% |
| 1/4 | เกสท์เฮาส์ / Guesthouse | 1 | 2.50% |
| 1/5 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 2.50% |
| Total | | 40 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 24 | 66.67% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 8 | 22.22% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 2 | 5.56% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 2 | 5.56% |
| Total | | 36 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | โรงแรม / Hotel | 8 | 44.44% |
| 1/2 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 7 | 38.89% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 1 | 5.56% |
| 1/4 | สถานที่ๆท่านต้องการพักค้างคืนอื่นๆ | 1 | 5.56% |
| 1/5 | เกสท์เฮาส์ / Guesthouse | 1 | 5.56% |
| Total | | 18 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 10 | 58.82% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 7 | 41.18% |
| Total | | 17 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 ถึง สถานที่ที่ต้องการพักค้างคืน | Access | Percent |
| 1/1 | บังกะโล, รีสอร์ท / Bungalow, Resort | 8 | 53.33% |
| 1/2 | โรงแรม / Hotel | 6 | 40.00% |
| 1/3 | เต็นท์ / Tent | 1 | 6.67% |
| Total | | 15 | 100% |

ภาพที่ 6.95 รายได้กับสถานที่พักค้างคืน

ท. ภาพที่ 6.95 รายได้กับสถานที่พักค้างคืนจากข้อมูลในกลุ่มรายได้นั้นจะแยกสถานที่พักบังกะโล, รีสอร์ทเป็นอันดับแรก ส่วนผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 และต่ำกว่า 10,000 อันดับแรกจะพักโรงแรม

ธ. ภาพที่ 6.96 สัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาคจากข้อมูลสัญชาติไทย ส่วนใหญ่จะชอบไปภาคใต้มากแต่ในสัญชาติอื่น ๆ จะไปภาคเหนือ

น. ภาพที่ 6.97 เพศกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาคจากข้อมูลจะไปเที่ยวภาคใต้มากในแต่ละเพศตามมาด้วยภาคเหนือเป็นต้น

บ. ภาพที่ 6.98 การศึกษากับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาคจากข้อมูลจะไปท่องเที่ยวทางภาคใด ตามด้วยภาคเหนือ

ป. ภาพที่ 6.99 อาชีพกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาคจากข้อมูลก็จะกระจายออกมาทั้งภาคใต้และภาคเหนือและภาคอื่น ๆ

เรียงตาม

[ID-xxxx-Access-](#)

| ลำดับ | สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 84 | 41.79% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 70 | 34.83% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 34 | 16.92% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 9 | 4.48% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.00% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 1.00% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | Thai กัม สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 84 | 42.64% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 66 | 33.50% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 34 | 17.26% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 9 | 4.57% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.02% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 1.02% |
| Total | | 197 | 100% |
| ลำดับ | Albania กัม สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Korea South กัม สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Bhutan กัม สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Benin กัม สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.96 สัมภาษณ์กับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

| ลำดับ | หญิง กัม สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 44 | 39.64% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 38 | 34.23% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 18 | 16.22% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 7 | 6.31% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.80% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 1.80% |
| Total | | 111 | 100% |

ภาพที่ 6.97 เพศกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
|-------|-------------------------------------|-----------|-------------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 40 | 44.44% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 32 | 35.56% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 16 | 17.78% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 2 | 2.22% |
| | Total | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.97 (ต่อ) เพศกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

เรียงตาม

ID - xxx - Access -

| ลำดับ | ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ปริญญาตรี / Bachelor degree | 133 | 66.17% |
| 1/2 | ปริญญาโท / Master degree | 56 | 27.86% |
| 1/3 | อาชีวศึกษา / Vocational | 5 | 2.49% |
| 1/4 | ปริญญาเอก / Doctorate degree (PhD) | 3 | 1.49% |
| 1/5 | มัธยมศึกษา / High School | 2 | 1.00% |
| 1/6 | การศึกษาอื่นๆ / Other Education | 1 | 0.50% |
| 1/7 | มัธยมศึกษาตอนต้น / Secondary | 1 | 0.50% |
| | Total | 201 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาตรี กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 58 | 43.61% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 46 | 34.59% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 21 | 15.79% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 5 | 3.76% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.50% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 1 | 0.75% |
| | Total | 133 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาโท กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 24 | 42.86% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 17 | 30.36% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 11 | 19.64% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 3 | 5.36% |
| 1/5 | ภาคตะวันตก / West | 1 | 1.79% |
| | Total | 56 | 100% |
| ลำดับ | อาชีวศึกษา กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 2 | 40.00% |
| 1/2 | ภาคตะวันออก / East | 2 | 40.00% |
| 1/3 | ภาคเหนือ / North | 1 | 20.00% |
| | Total | 5 | 100% |
| ลำดับ | ปริญญาเอก กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 3 | 100.00% |
| | Total | 3 | 100% |
| ลำดับ | มัธยมศึกษา กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคกลาง / Central region | 1 | 50.00% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 1 | 50.00% |
| | Total | 2 | 100% |
| ลำดับ | การศึกษาอื่นๆ กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใดที่ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.98 การศึกษากับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

| ลำดับ | มัธยมศึกษาตอนต้น กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
|-------|--|----------|-------------|
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 1 | 100.00% |
| | Total | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.98 (ต่อ) การศึกษากับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

| ลำดับ | อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | Access | Percent |
|-------|---|------------|-------------|
| 1/1 | บริษัทเอกชน / Private companys employee | 122 | 60.70% |
| 1/2 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว / Self employed | 42 | 20.90% |
| 1/3 | รับราชการ / Government Officer | 17 | 8.46% |
| 1/4 | นักเรียน-นักศึกษา / Student | 11 | 5.47% |
| 1/5 | รัฐวิสาหกิจ / Hybrid officer | 6 | 2.99% |
| 1/6 | อาชีพอื่นๆ / Other Career | 3 | 1.49% |
| | Total | 201 | 100% |
| ลำดับ | บริษัทเอกชน กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 51 | 41.80% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 40 | 32.79% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 23 | 18.85% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 5 | 4.10% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 1.64% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 1 | 0.82% |
| | Total | 122 | 100% |
| ลำดับ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 16 | 38.10% |
| 1/2 | ภาคใต้ / South | 14 | 33.33% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 8 | 19.05% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 3 | 7.14% |
| 1/5 | ภาคตะวันตก / West | 1 | 2.38% |
| | Total | 42 | 100% |
| ลำดับ | รับราชการ กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 9 | 52.94% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 5 | 29.41% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 3 | 17.65% |
| | Total | 17 | 100% |
| ลำดับ | นักเรียน-นักศึกษา กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 5 | 45.45% |
| 1/2 | ภาคใต้ / South | 5 | 45.45% |
| 1/3 | ภาคกลาง / Central region | 1 | 9.09% |
| | Total | 11 | 100% |
| ลำดับ | รัฐวิสาหกิจ กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 3 | 50.00% |
| 1/2 | ภาคใต้ / South | 3 | 50.00% |
| | Total | 6 | 100% |
| ลำดับ | อาชีพอื่นๆ กับ สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 2 | 66.67% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 1 | 33.33% |
| | Total | 3 | 100% |

ภาพที่ 6.99 อาชีพกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

ผ. ภาพที่ 6.100 รายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาคโดยจะแบ่งเป็นสองกลุ่มที่ขอบไปภาคใต้ กับภาคเหนือเป็นอันดับแรกตามข้อมูลที่แสดง

ฝ. ภาพที่ 6.101 สัมภาษณ์กับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด จากข้อมูลเห็นได้ว่าสัญชาติไทยสนใจที่จะไปท่องเที่ยวทะเล เกะมากเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาเป็นภูเขา ป่า น้ำตกตามลำดับ ส่วนในสัญชาติอื่นก็จะแตกต่างกันไป

| ลำดับ | 10,000 ถึง สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
|--------------|--|-----------|-------------|
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 28 | 42.42% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 18 | 27.27% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 14 | 21.21% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 2 | 3.03% |
| 1/5 | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast | 2 | 3.03% |
| 1/6 | ภาคตะวันตก / West | 2 | 3.03% |
| Total | | 66 | 100% |
| ลำดับ | 20,001 ถึง สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 19 | 42.22% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 18 | 40.00% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 5 | 11.11% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 3 | 6.67% |
| Total | | 45 | 100% |
| ลำดับ | มากกว่า 50,000 ถึง สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 17 | 45.95% |
| 1/2 | ภาคใต้ / South | 14 | 37.84% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 4 | 10.81% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 2 | 5.41% |
| Total | | 37 | 100% |
| ลำดับ | ต่ำกว่า 10,000 ถึง สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 10 | 52.63% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 6 | 31.58% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 2 | 10.53% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 1 | 5.26% |
| Total | | 19 | 100% |
| ลำดับ | 30,001 ถึง สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคใต้ / South | 8 | 44.44% |
| 1/2 | ภาคเหนือ / North | 5 | 27.78% |
| 1/3 | ภาคตะวันออก / East | 4 | 22.22% |
| 1/4 | ภาคกลาง / Central region | 1 | 5.56% |
| Total | | 18 | 100% |
| ลำดับ | 40,001 ถึง สถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ไป | Access | Percent |
| 1/1 | ภาคเหนือ / North | 6 | 37.50% |
| 1/2 | ภาคตะวันออก / East | 5 | 31.25% |
| 1/3 | ภาคใต้ / South | 5 | 31.25% |
| Total | | 16 | 100% |

ภาพที่ 6.100 รายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละภาค

| ลำดับ | สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 134 | 66.67% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 45 | 22.39% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 10 | 4.98% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ท่านชอบไปมากที่สุด | 4 | 1.99% |
| 1/5 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 4 | 1.99% |
| 1/6 | วัด / Temple | 3 | 1.49% |
| 1/7 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 0.50% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | Thai ภัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 132 | 67.01% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 44 | 22.34% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 10 | 5.08% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ท่านชอบไปมากที่สุด | 4 | 2.03% |
| 1/5 | วัด / Temple | 3 | 1.52% |
| 1/6 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 3 | 1.52% |
| 1/7 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 0.51% |
| Total | | 197 | 100% |
| ลำดับ | Albania ภัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Korea South ภัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Bhutan ภัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Benin ภัย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.101 สัมพันธภาพกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด

พ. ภาพที่ 6.102 เปรียบเทียบสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุดจากข้อมูลเพศชายและหญิงในสามอันดับแรกจะเหมือนกันเป็นต้น

ฟ. ภาพที่ 6.103 สัมพันธภาพกับการจองทัวร์และที่พักผ่านทางใดจากข้อมูลจะทำการจองโดยติดต่อโดยตรงกับทัวร์ และโรงแรมโดยตรงเป็นอันดับแรก อันดับที่สองเป็นการจองผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้สามารถนำทัวร์มาให้จองผ่านอินเทอร์เน็ตเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นในอนาคต

ภ. ภาพที่ 6.104 เปรียบเทียบการจองทัวร์และที่พักผ่านทางใดจากข้อมูลทั้งเพศชายและหญิงจะมีการจองทัวร์และที่พักลักษณะลำดับที่เหมือนกันดังข้อมูล

| ลำดับ | หญิง กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
|--------------|--|------------|-------------|
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 72 | 64.86% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 25 | 22.52% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 6 | 5.41% |
| 1/4 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ห้ามขอยไปมากที่สุด | 3 | 2.70% |
| 1/5 | วัด / Temple | 2 | 1.80% |
| 1/6 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 2 | 1.80% |
| 1/7 | งานเทศกาลต่างๆ / Festival | 1 | 0.90% |
| Total | | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด | Access | Percent |
| 1/1 | ทะเล เกาะ / Sea, Island | 62 | 68.89% |
| 1/2 | ภูเขา ป่า น้ำตก / Hill Forest Water fall | 20 | 22.22% |
| 1/3 | โบราณสถาน / Ancient remains | 4 | 4.44% |
| 1/4 | ศูนย์การค้า เมืองใหญ่ๆ / Hall, Big city | 2 | 2.22% |
| 1/5 | สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศไทยที่ห้ามขอยไปมากที่สุด | 1 | 1.11% |
| 1/6 | วัด / Temple | 1 | 1.11% |
| Total | | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.102 เพศกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบใดที่ไปมากที่สุด

เรียงตาม

[ID - xxxx - Access -](#)

| ลำดับ | การจองทัวร์ และที่หักผ่านทางใด | Access | Percent |
|--------------|---|------------|-------------|
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 144 | 71.64% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 34 | 16.92% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 20 | 9.95% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่หักผ่านทางอื่นๆ | 3 | 1.49% |
| Total | | 201 | 100% |
| ลำดับ | Thai กับ การจองทัวร์ และที่หักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 143 | 72.59% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 32 | 16.24% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 19 | 9.64% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่หักผ่านทางอื่นๆ | 3 | 1.52% |
| Total | | 197 | 100% |
| ลำดับ | Albania กับ การจองทัวร์ และที่หักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Korea South กับ การจองทัวร์ และที่หักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Bhutan กับ การจองทัวร์ และที่หักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |
| ลำดับ | Benin กับ การจองทัวร์ และที่หักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 1 | 100.00% |
| Total | | 1 | 100% |

ภาพที่ 6.103 สัญชาติกับการจองทัวร์และที่หักผ่านทางใด

| ลำดับ | หญิง กับ การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | Access | Percent |
|-------|---|------------|-------------|
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 82 | 73.87% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 16 | 14.41% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 12 | 10.81% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางอื่นๆ | 1 | 0.90% |
| | Total | 111 | 100% |
| ลำดับ | ชาย กับ การจองทัวร์ และที่พักผ่านทางใด | Access | Percent |
| 1/1 | ติดต่อโดยตรงกับ ทัวร์ หรือ โรงแรม / Directly contact with the tour or hotel | 62 | 68.89% |
| 1/2 | ทางระบบอินเทอร์เน็ต / via internet | 18 | 20.00% |
| 1/3 | ตัวแทนจำหน่าย / by sub-contractor | 8 | 8.89% |
| 1/4 | ท่านจองทัวร์ และที่พักผ่านทางอื่นๆ | 2 | 2.22% |
| | Total | 90 | 100% |

ภาพที่ 6.104 เพศกับการจองทัวร์และที่พักผ่านทางใด

6.2 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ สำหรับการเป็นแนวทางในการจัดโปรโมชั่น

จากข้อมูลที่ได้ทำการจัดเก็บมานั้นสามารถนำมาเป็นแนวทางในการจัดโปรโมชั่นของการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้งานเว็บไซต์จาก IP Address ทั่วโลกของแต่ละเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เข้ามาค้นหาข้อมูลของภาคเหนือร้อยละ 35.66 ภาคกลางร้อยละ 17.90 ภาคใต้ร้อยละ 17.49 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 17.35 และภาคตะวันออกเฉียงใต้ร้อยละ 11.16 ดังภาพที่ 6.105 จากข้อมูลเป็นการเข้ามาที่เว็บไซต์แล้วทำการค้นหาในการคลิกที่ภาคเหนือมาเป็นเพราะข้อมูลของภาคเหนืออยู่ด้านบน และเป็นเพราะกลุ่มผู้ค้นหาได้ทำการค้นหาจาก Search Engine ที่ต้องการข้อมูลทางภาคเหนือมากกว่า อีกส่วนเป็นเพราะการทำโฆษณากับ Google Adwords ที่ใช้ในการค้นหาแบบ Search Network เมื่อ Google Adsense ทำการวิเคราะห์เว็บไซต์ที่ได้มีการนำ Code Google Adsense ไปติดไว้บนนั้นเมื่อเราทำการโฆษณากับ Google Adwords วัั้นทาง Google Adwords จะนำข้อมูลที่โฆษณาแบบ Search Network ไปติดตามเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยเข้าไปทาง Google Adsense จากการคลิกที่ภาคเหนือมากเป็นเพราะข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น ๆ ที่นำ Google Adsense ไปติดนั้นก็มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับทางภาคเหนือมากทำให้มีการคลิกเข้ามาที่ภาคเหนือเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการคลิกเข้าเว็บไซต์ ไม่สามารถทำการเปรียบเทียบกับการตอบแบบสอบถามได้เนื่องจากการตอบแบบสอบถามเป็นการถามแบบเจาะจงข้อมูลส่วนการค้นหาข้อมูลเข้ามาในเว็บไซด์นั้นอาจจะเกิดจากประเด็นต่าง ๆ ที่อาจจะเปรียบเทียบกับข้อมูลทางภาคใต้ไม่ได้ เช่นข้อมูลเว็บเพจของภาคเหนือ อาจจะมี Page Rank ที่ดีกว่าภาคใต้ก็ได้ทำให้ปริมาณการค้นหาภาคเหนือมีมากกว่าภาคใต้ ถ้าต้องการให้ข้อมูลการค้นหาภาคใต้มีมากกว่าภาคเหนือนั้นจะต้องทำการโปรโมทภาคใต้ให้มาก ๆ โดยการทำให้ Search Engine Optimization (SEO) ขึ้นสูงจึงทำให้ข้อมูลเว็บเพจภาคใต้มีการค้นหามากกว่าภาคเหนือโดยขั้นตอนการทำ SEO

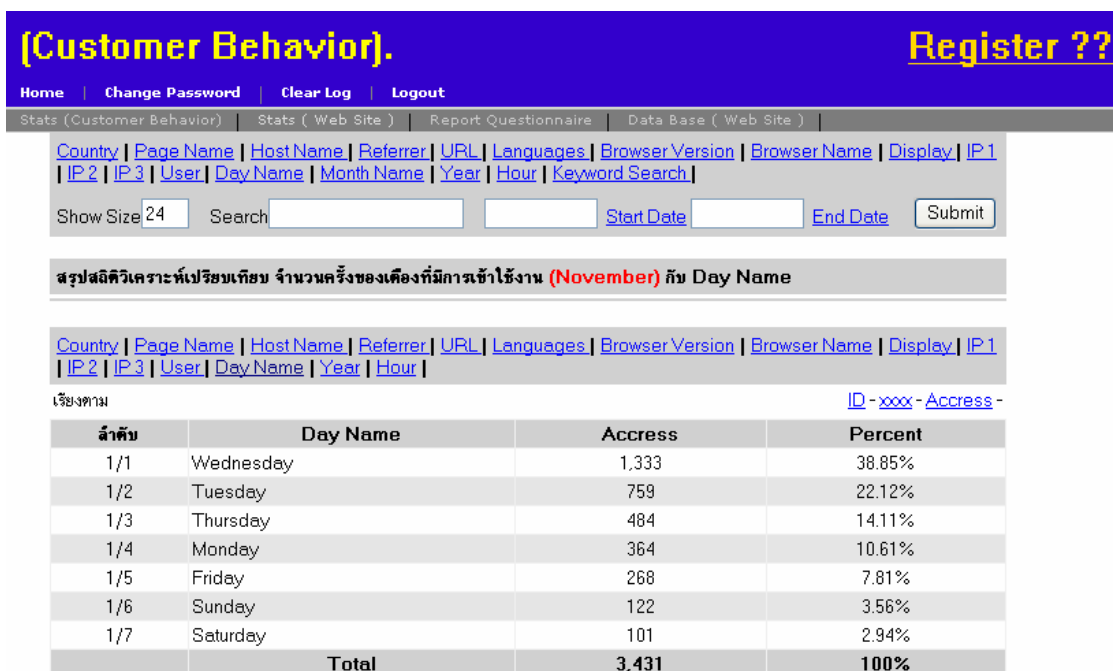
ก็มีอยู่ด้วยกันหลายวิธีทั้งการเสียเงินในการทำโฆษณาแบบ Pay Per Click (PPC) หรือการทำ SEO ในแบบระยะเวลายาวนานโดยทำให้เว็บเพจมี Page Rank สูง ๆ หรือใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Email ที่ถูกค่าให้ไว้เป็นต้น

จากภาพที่ 6.105 จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละภาคต่อโดยเริ่มจากคลิกที่ภาคเหนือเพื่อหาประเทศที่เข้ามาประกอบด้วย Thailand ร้อยละ 93.08 Japan ร้อยละ 6.92 และ Sweden ร้อยละ 0.63 และเดือนที่เข้ามามากที่สุดคือเดือนพฤศจิกายน ร้อยละ 33.72 ดังภาพที่ 6.106

ตารางที่ 6.1 สรุปข้อมูลสูงสุดของแต่ละภาค

| ลำดับที่ | ภาค | ประเทศ | เดือนที่เข้าดูสูงสุด |
|----------|--------------------|--------|----------------------|
| 1. | เหนือ | ไทย | พฤศจิกายน |
| 2. | กลาง | ไทย | พฤศจิกายน |
| 3. | ใต้ | ไทย | พฤศจิกายน |
| 4. | ตะวันออกเฉียงเหนือ | ไทย | พฤศจิกายน |
| 5. | ตะวันออก | ไทย | กุมภาพันธ์ |

จากตารางที่ 6.1 ข้อมูลส่วนใหญ่จะมาจากประเทศไทยและเดือนที่เข้าดูมากที่สุดจะเป็นเดือนพฤศจิกายน ดังนั้นสามารถทำการนำเสนอโปรโมชั่นได้ในขณะที่เข้ามาดูข้อมูลในแต่ละหน้าเว็บเพจของภาคต่าง ๆ เช่นจากข้อมูลการเข้าเว็บไซต์ในเดือนพฤศจิกายนมีการเข้ามาจำนวนมากทำให้รับทราบปริมาณการเข้าเว็บไซต์จึงสามารถนำเสนอโปรโมชั่นเข้ามานำเสนอได้โดยการค้นหาโปรโมชั่นจากผู้ให้บริการ Affiliate Programs Travel ทำให้มีการจองที่พักเกิดขึ้นและการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่เข้าค้นหาข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม เพื่อเป็นการเตรียมตัวท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคมเพราะเป็นช่วงหยุดยาวหลายวันผู้บริโภคจึงเข้ามาค้นหาข้อมูลกันมากในช่วงเดือนพฤศจิกายน ในการนำเสนอข้อมูลในแต่ละวันของเดือนพฤศจิกายนจะเห็นว่าวันที่มีการเข้ามามากที่สุดคือวันพุธ คิดเป็นร้อยละ 38.85 เมื่อเปรียบเทียบกับวันอื่น ๆ และวันที่เข้าน้อยสุดคือวันเสาร์คิดเป็นร้อยละ 2.94 ดังภาพที่ 6.105



ภาพที่ 6.105 แสดงข้อมูลการใช้งานในแต่ละวันของเดือนพฤศจิกายน

เมื่อเราจะทำการโฆษณาแพ็คเกจทัวร์ หรือโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและช่วงเวลาการใช้งานนั้นจะต้องทำการเปรียบเทียบข้อมูลช่วงเวลาที่จะนำเสนอให้เหมาะสม และช่วงเวลา 24 ชั่วโมงของแต่ละวันในเดือนพฤศจิกายนนั้นเวลาที่มีการเข้าใช้งานมากที่สุดคือช่วงเวลา 9 โมงเช้าคิดเป็นร้อยละ 11.92 ตามมาก็คือช่วงเวลา 8 โมงเช้า และช่วงเวลาที่เข้าน้อยสุดคือช่วงเวลาตีสี่ คิดเป็นร้อยละ 0.09 ดังภาพที่ 6.105

| สรุปสถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบ จำนวนครั้งของเคื่องที่มีภากรเข้าใช้งาน (November) กับ Hour | | | | |
|--|------|--------------|-------------|---------------------|
| Country Page Name Host Name Referrer URL Languages Browser Version Browser Name Display IP 1 IP 2 IP 3 User Day Name Year Hour | | | | |
| เรียงตาม | | | | ID - xxx - Access - |
| ลำดับ | Hour | Access | Percent | |
| 1/1 | 09 | 409 | 11.92% | |
| 1/2 | 08 | 326 | 9.50% | |
| 1/3 | 13 | 306 | 8.92% | |
| 1/4 | 14 | 267 | 7.78% | |
| 1/5 | 12 | 236 | 6.88% | |
| 1/6 | 16 | 192 | 5.60% | |
| 1/7 | 10 | 190 | 5.54% | |
| 1/8 | 15 | 182 | 5.30% | |
| 1/9 | 11 | 169 | 4.93% | |
| 1/10 | 17 | 167 | 4.87% | |
| 1/11 | 22 | 140 | 4.08% | |
| 1/12 | 19 | 137 | 3.99% | |
| 1/13 | 23 | 131 | 3.82% | |
| 1/14 | 07 | 102 | 2.97% | |
| 1/15 | 21 | 100 | 2.91% | |
| 1/16 | 00 | 85 | 2.48% | |
| 1/17 | 18 | 84 | 2.45% | |
| 1/18 | 20 | 83 | 2.42% | |
| 1/19 | 01 | 50 | 1.46% | |
| 1/20 | 02 | 37 | 1.08% | |
| 1/21 | 06 | 15 | 0.44% | |
| 1/22 | 03 | 14 | 0.41% | |
| 1/23 | 05 | 6 | 0.17% | |
| 1/24 | 04 | 3 | 0.09% | |
| Total | | 3,431 | 100% | |

ภาพที่ 6.106 แสดงข้อมูลการใ้ใช้งานในแต่ละชั่วโมงของเดือนพฤศจิกายน

New Ad Group Setup

Name Ad Group > **Create ad** > Choose keywords > Set pricing > Review and save

Create an ad

Create ad: [Text ad](#) | [Image ad](#) | [Local business ad](#) | [Click-to-play video ad](#)

Example:

{Keyword: Northern Thailand}
{Keyword: Northern Thailand} Sites.
Reviews by Our Experts. Go Now!
www.taksintravel.com/

Headline: Max 25 characters

Description line 1: Max 35 characters

Description line 2: Max 35 characters

Display URL: Max 35 characters

Destination URL: Max 1024 characters

[« Back](#) [Reset Ad](#) [Continue »](#)

Common Questions

- [Where will my ads appear?](#)
- [What should my ad say?](#)
- [What are Google's Editorial Guidelines for ads?](#)
- [AdWords Glossary](#)

Live Support

- [Need some friendly hand-holding?](#)
[Chat now with an AdWords Specialist](#)

Search Help Topics

[Search](#)

e.g. billing options, ad position

New Ad Group Setup

Name Ad Group > **Create ad** > Choose keywords > Set pricing > Review and save

Create an ad

Create ad: [Text ad](#) | [Image ad](#) | [Local business ad](#) | [Click-to-play video ad](#)

Example:

{Keyword: จังหวัดในภาคเหนือ}
{Keyword: จังหวัดในภาคเหนือ} Sites.
Reviews by Our Experts. Go Now!
www.taksintravel.com/

Headline: Max 25 characters

Description line 1: Max 35 characters

Description line 2: Max 35 characters

Display URL: Max 35 characters

Destination URL: Max 1024 characters

[« Back](#) [Reset Ad](#) [Continue »](#)

Common Questions

- [Where will my ads appear?](#)
- [What should my ad say?](#)
- [What are Google's Editorial Guidelines for ads?](#)
- [AdWords Glossary](#)

Live Support

- [Need some friendly hand-holding?](#)
[Chat now with an AdWords Specialist](#)

Search Help Topics

[Search](#)

e.g. billing options, ad position

ภาพที่ 6.107 แสดงหน้าการโฆษณาผ่าน Search Engine Google Adwords

www.taksintravel.com/
[Edit](#) - [Delete](#)

You can create additional ads for this ad group, if you choose.
[+ Create new ad](#)

Choose keywords

Who will see your ad?
 When people search Google for the keywords you choose here, your ad can show. Keywords must be directly related to your ad. (Don't enter 'real estate' when you're selling cars.) Enter 20 or fewer keywords for best results. [Example list](#)

Enter as many specific words or phrases as you like, one per line:

จังหวัดในภาคเหนือ
 กำแพงเพชร
 เชียงราย
 เชียงใหม่
 ตาก
 นครสวรรค์
 น่าน
 พะเยา
 พิษณุโลก
 เพชรบูรณ์
 แพร่

Sample keywords based on a scan of your site
 If they describe your product or service, click 'Add'. (See our [disclaimer](#).)

Click categories to view keywords:

- ▼ [Category: thailand travel](#)
 - « [Add all in this category](#)
 - « [Add](#) thailand travel
 - « [Add](#) package thailand travel
 - « [Add](#) cheap thailand travel
 - « [Add](#) thailand travel guide
 - « [Add](#) thailand travel tours
 - « [Add](#) thailand travel blog
- ▶ [Category: thailand hotel](#)
- ▶ [Category: bangkok thailand](#)
- ▶ [Category: thailand](#)

Important note: We cannot guarantee that these keywords will improve your campaign performance. We reserve the right to disapprove any keywords you add. You are responsible for the keywords you select and for ensuring that your use of the

- [Where can I find keyword ideas?](#)
- [What is Google's trademark policy?](#)
- [What are keyword matching options?](#)
- [What is broad match?](#)
- [How does broad match benefit me?](#)
- [How can I predict which keyword variations will trigger my ads for a given broad-matched keyword?](#)
- [AdWords Glossary](#)

Live Support
 ? Need some friendly hand-holding? [Chat now with an AdWords Specialist](#)

Search Help Topics

 e.g. billing options, ad position

ภาพที่ 6.108 แสดงหน้าจอการใส่ Key Words ของ Google Adwords

จากภาพที่ 6.107 เป็นการสร้างกลุ่มการโฆษณาใน Google Adwords ทั้ง Keyword ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเมื่อมีการคลิกในส่วนของการโฆษณาจะทำการเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์ http://www.taksintravel.com/province.php?region_id=1 อัตราการโฆษณาขั้นต่ำที่จ่ายต่อคลิกอยู่ที่ \$0.01 ดังภาพที่ 6.109

สำหรับภาพที่ 6.110 เป็นการนำลิงค์ไปใส่ใน Web Directory เพื่อเป็นอีกส่วนในการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์อื่น ๆ

Google AdWords | 3 New Features! | Help | Contact Us | Sign Out
Customer ID: _____

Campaign Management | Reports | Analytics | My Account
Account Snapshot | Campaign Summary | Tools | Conversion Tracking | Website Optimizer
Search my campaigns: Search

New Ad Group Setup

Name Ad Group > Create ad > Choose keywords > **Set pricing** > Review and save

What is the maximum you are willing to pay each time someone clicks on your ad?

You influence your ad's position by setting its maximum cost per click (CPC) . The max CPC is the highest price you're willing to pay each time a user clicks on your ad. Your max CPC can be changed as often as you like.

Default CPC bid: \$ (Minimum: \$0.01)

CPC Content bid: \$ (Optional)

Higher CPCs lead to higher ad positions, which usually get more clicks.

[Want to purchase the most clicks possible?](#)

► [View Traffic Estimator](#) - Enter a CPC and see the estimated rank, traffic, and costs for your keyword(s).

Three things to remember:

- You can always change your CPC and budget, or pause your account entirely.
- Your budget controls your spending. If your daily budget is \$5.00 and there are 30 days in a month, you'll never

Common Questions

- [When do my ads start accruing costs?](#)
- [How are ads ranked?](#)
- [How much does AdWords cost?](#)
- [How do I control the cost of my ads?](#)
- [When do you bill?](#)
- [AdWords Glossary](#)

Live Support

Need some friendly hand-holding?
[Chat now with an AdWords Specialist](#)

Search Help Topics

e.g. billing options, ad position

ภาพที่ 6.109 กำหนดราคาต่อคลิกในการโฆษณา

Address <http://www.thailandwebdirectory.net/add.php>

Thailand Web Directory

[Directory Index](#) | [Submit your site here ...](#)

Category:

Site title:

Site URL:

E-Mail:

Description:

Enter the number displayed on the picture

ภาพที่ 6.110 ส่วนของการประชาสัมพันธ์ผ่าน Thailand Web Directory

| ลำดับ | Keyword | Total Search | Percent |
|--------------|--------------------------------|--------------|-------------|
| 1/1 | แบบสอบถาม | 48 | 20.43% |
| 1/2 | ทัวร์ทะเลจีน | 33 | 14.04% |
| 1/3 | ตลาดผลไม้ | 27 | 11.49% |
| 1/4 | ภูหินร่องกล้า | 26 | 11.06% |
| 1/5 | ช็อกโกแลต | 22 | 9.36% |
| 1/6 | เกาะเหลาเหลียง | 20 | 8.51% |
| 1/7 | กรุ๊ปทัวร์ | 15 | 6.38% |
| 1/8 | เรนฟอเรส | 15 | 6.38% |
| 1/9 | ทะเลจีน | 15 | 6.38% |
| 1/10 | รถบัสเช่า | 14 | 5.96% |
| Total | | 235 | 100% |

2 3 4 5 6 7 8 9 10 : 1-10 of 522 : | [Next 100](#) | [Last >>](#)

ภาพที่ 6.111 จำนวนคำค้นที่มีการค้นจาก Search Engine

จากภาพที่ 6.111 จำนวนคำค้นที่มีการค้นจาก Search Engine เข้ามาที่เว็บไซต์ซึ่งทำให้ทราบถึงการค้นหาข้อมูลจาก Search Engine เข้ามาที่เว็บไซต์ และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการโฆษณาให้กับเว็บไซต์ได้ต่อไปอีกจากข้อมูลทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคที่ทำการค้นหาจาก Search Engine ต่าง ๆ มีความต้องการในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามเป็นจำนวนมาก ทำให้ข้อมูลที่ทำกรโฆษณาไว้ในส่วนของแบบสอบถามติดอันดับใน Search Engine ทำให้มีการคลิกเข้ามาในเว็บไซต์จึงมีการเก็บข้อมูลได้ดังกล่าวตามการค้นหาที่มีการค้นหาจาก Search Engine ดังภาพที่ 6.109 จากข้อความที่ค้นหาของคำว่าภูหินร่องกล้ามีการค้นหาเข้ามาแสดงว่ามี การสะกดคำนี้เว็บไซต์ทำให้มีการค้นหาพบคำนี้ในเว็บไซต์จาก Search Engine

6.3 สรุปผล

จากการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผ่านเว็บไซต์ ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ จากการจัดทำระบบและเก็บข้อมูลการใช้งาน โดยมีผู้ใช้งานโดยตรงจาก Web site www.taksintravel.com และข้อมูลอีกส่วนได้จากการใช้งาน Web site www.google.com หรือจากอีเมล ซึ่งระบบสามารถจัดเก็บข้อมูลและนำมาแสดงผลได้

ตามรายละเอียดที่แสดงไว้ โดยสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และกลุ่มอาชีพที่มีการไปมากที่สุดคือ พนักงานบริษัท ต้องการไปท่องเที่ยวทะเลและเกาะเป็นส่วนมาก ในส่วนภูมิภาคนั้นจะเป็นภาคใต้มากที่สุดโดยการท่องเที่ยวทะเลและเกาะ จากการตอบแบบสอบถาม ส่วนพฤติกรรมในการเปิดเว็บเพจจะเป็นการเปิดข้อมูลเว็บเพจภาคเหนือมากกว่าในภาคอื่น ๆ ถ้าต้องการให้เว็บเพจภาคใต้มีการเข้ามากร ๆ ก็สามารถนำเสนอแพ็คเกจต่าง ๆ ของภาคใต้มาแสดง รายละเอียดบางส่วนเพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถทำการคลิกไปยังหน้าเว็บเพจภาคใต้ โดยตำแหน่งการจัดวางข้อมูลควรจะอยู่ส่วนกลางของหน้าเว็บเพจ หรือส่วนที่ผู้ชมสามารถทำการคลิกได้ง่าย

ในการทำธุรกิจบน Internet จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้งาน Web site สิ่งที่ดีและประหยัด คือการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Email หรือการใช้บริการ จาก Google.com ในการทำให้ Web site ของท่าน ติด Top 10 หรือการแลกเปลี่ยน link กับผู้ให้บริการประเภทเดียวกับท่าน

6.4 ข้อเสนอแนะจากการพัฒนาระบบ

การจัดทำครั้งนี้ได้มีปัญหาในการ แฉ่งข้อมูลผ่านทาง มือถือโดยใช้ โปรแกรมของ Ozeki SMS Server โดยใช้งานร่วมกับ Nokia 7250 ที่มีอยู่จะเกิดปัญหาในการ ติดต่อกับสายส่งข้อมูลจะติดและหลุดง่าย ซึ่งแก้ไขได้โดยสอบถามไปยังผู้จำหน่าย โปรแกรมโดย หลังจากนั้นได้จัดหามือถือตัวใหม่คือ Nokia 6610i ซึ่งการใช้งานได้ปกติแต่ต้องทำการ config อยู่จนานจึงใช้งานได้ แต่ก็ยังพบปัญหาอยู่อีก คือโปรแกรมนี้เป็นทดลองใช้งาน บางครั้งก็จะมี ข้อความแจ้งมาว่า เป็นเวอร์ชันทดลองใช้งาน จึงได้เปลี่ยนมาใช้ร่วมกับ ระบบ SMS ของ Hotmail แทนสำหรับการทดสอบกับผู้ให้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ สามารถทดสอบได้ช่วงระยะเวลาสั้น ๆ

การแสดงผลข้อมูลจากกราฟ ในการติดตั้งครั้งแรกที่จะให้กราฟ จากโปรแกรม Chart director แสดงผลที่ Web server ข้อผู้ให้บริการนั้นไม่สามารถใช้งานได้จึงต้อง ตั้ง Web Server ขึ้นมาเองเพื่อให้มาเรียก Chart director ไปแสดงผล เกิดจากผู้ให้บริการไม่ใส่ใจในความปลอดภัย ในส่วนของ Chart director

ในส่วนของ IP Address ถ้าต้องการให้ข้อมูลมีความถูกต้องคงที่ จะต้องซื้อข้อมูลกับผู้ให้บริการเมื่อมีข้อมูลเปลี่ยนแปลงจะทำให้มีการ ปรับปรุงข้อมูลได้ทุกต้อง

ในการใช้งาน SMS สามารถขอใช้บริการได้ที่ Hotmail ได้เหมือนกัน โดยการกำหนดเงื่อนไขในการรับ Email เพื่อส่ง SMS

การวิเคราะห์ข้อมูลถ้าจะให้ละเอียดกว่านี้ควรจะหาโปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์จะทำให้เห็นภาพหลายมุมมองเช่นโปรแกรม SPSS หรือโปรแกรมทาง Business Intelligence (BI) เป็นต้น

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการวิสามัญประสานการมีส่วนร่วมและการประชาคมติ. [ม.ป.ป.]. แบบสอบถาม
ความคิดเห็น (เป็นรายบุคคล) เพื่อการยกย่องรัฐธรรมนูญ. สืบค้นเมื่อ 01 ตุลาคม 2550,
จาก www.tourthai.com/questionnaire.shtml.
- ชุน เทียมทินกฤต. (2541). เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า. มหาสารคาม :
ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
โอเดียนสโตร์.
- ทฤษฎี เว็บไซต์เรีกทอรี่เมืองไทยและศูนย์รวมสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ในเมืองไทย. [ม.ป.ป.].
สืบค้นเมื่อ 03 มีนาคม 2547, จาก <http://truehits.net>.
- วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ. (2539). คู่มือการเข้าสู่อินเทอร์เน็ตสำหรับผู้เริ่มต้น. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- แบบสอบถาม Online ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ TourThai.com.
[ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 01 ตุลาคม 2550, จาก www.tourthai.com/questionnaire.shtml.
- ผศ.ดร.สุทัศน์า สุทธิกุลสมบัติ. [ม.ป.ป.]. การออกแบบแบบสอบถาม. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม
2550, จาก <http://web.udru.ac.th/~sutad18/new2/10.html>.
- โรงเรียนราชดำริ. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2547,
จาก www.rd.ac.th/elearning/work/project/internet/html/mainhtml.html.
- สิริกุล หองสถิตย์กุล. (2543). ความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของ
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สุปราณี จริยะพร. (2547). ความคิดเห็นและการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic
Commerce). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สุทัศน์า สุทธิกุลสมบัติ. [ม.ป.ป.]. การออกแบบแบบสอบถาม. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2550,
จาก <http://web.udru.ac.th/~sutad18/new2/10.html> .
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

- Adcenter.microsoft.com [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก <https://adcenter.microsoft.com/>.
- Chart Director. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2547, จาก <http://www.advsofteng.com/index.html>.
- Commission Junction Program. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก <http://www.cj.com>.
- eXTReMe Tracking. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2547, จาก extremetracking.com.
- Function Email. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2547, จาก <http://th2.php.net/manual/en/function.mail.php>.
- Godaddy. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก www.godaddy.com.
- Google Adwords. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก www.google.com/adwords/.
- Google Adsense. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก [www.google.com/adsense /](http://www.google.com/adsense/).
- Google Analytics. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2550, จาก www.google.com/analytics.)
- Http Client IP. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2547, จาก http://th2.php.net/results.php?q=http_client_ip&l=en&p=wholesale.
- Hotmail SMS. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2547, จาก <http://www.hotmail.com/>.
- IP Address Country. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2547, จาก <http://www.ozeki.hu/>.
- Open-Source Click Fraud Protection AdLogger. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 03 มกราคม 2550, จาก www.adlogger.org.
- Opentracker.net Website tracking web statistics & website analysis. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2547, จาก <http://www.opentracker.net>.
- OZEKI SMS. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2547, จาก <http://www.ozeki.hu/>.
- PHP Hypertext Preprocessor. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2547, จาก <http://iwis.pcd.go.th/IWIS/document/other/php.htm>.
- The Dynamic DNS Leader. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2547, จาก <http://www.no-ip.com>.
- URL Decode. [ม.ป.ป.]. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2550, จาก <http://th2.php.net/urldecode>.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ อนุวัฒน์ อัสวเอื้อบุญญา
วันเดือนปีเกิด 12 มิถุนายน 2517
สถานที่เกิด โรงพยาบาลหัวเฉียว กรุงเทพฯ

วุฒิการศึกษา

| วุฒิ | สถาบัน | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
|--|--|---------------------|
| ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สาขา วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ | สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล | 2543 |
| ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขา อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ | สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ | 2538 |

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

Assistant Manager. \ Senior System Administrator (Information Technology Department.)
 บริษัทหลักทรัพย์ โกลเบล็ก จำกัด
 87/2 อาคารซีอาร์ซี ออลซีซั่นเพลส ชั้น 12 ถ.วิทยุ ลุมพินี ปทุมวัน กทม 10330