



A/B Testing คืออะไร ?

A/B Testing คือ กระบวนการที่ทำขึ้นเพื่อเลือกทำผลลัพธ์ที่ดีกว่า ระหว่างทางเลือกตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไป โดยให้ User บางส่วนเป็นผู้ตัดสินใจให้ **ยกตัวอย่างเช่น** เราต้องการจะทราบว่า Landing Page เวอร์ชัน A ที่มีปุ่ม CTA สีเขียว กับเวอร์ชัน B ที่มีปุ่ม CTA สีแดง แบบไหนที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ หรือมี Conversion Rate ดีกว่ากัน ? ในที่นี้ เราสามารถใช้กระบวนการทำ A/B Testing เข้ามาเพื่อช่วยหาคำตอบได้

Online Survey

การเลือกจองห้องพักจากการดู Banner โฆษณา
Within group : เห็นทั้ง A และ B ➡ เลือก Choice



แบบที่ 1



แบบที่ 2

Hypothesis



แจกแบบสอบถาม
ออนไลน์จำนวน
35คน

- H0 ปัจจัยส่วนบุคคลและการเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- H1 ปัจจัยส่วนบุคคลและการเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา มีความสัมพันธ์กัน

Result Survey

จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกจองห้องพักด้วยการเห็น Banner โฆษณาใน**แบบที่ 1**

01



02



28.6%

71.4%

ผลการทดสอบ Chi-Square

ตัวแปร	Banner โฆษณา		รวม	Chi-Square	Sig.
	แบบที่ 1	แบบที่ 2			
เพศ	ชาย	6	4	1.346	0.510
	หญิง	13	5		
	เพศทางเลือก	6	1		
อายุ	Gen X	6	1	1.400	0.497
	Gen Y	18	9		
	Gen Z	1	0		
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	1	2.682	0.262
	ปริญญาตรี	7	2		
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	7		
สถานภาพ	โสด	19	8	0.415	0.813
	สมรส	5	2		
	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	1	0		
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	12	1	15.855	0.003*
	พนักงานบริษัทเอกชน	5	2		
	ทำธุรกิจส่วนตัว	2	7		
	Freelance	3	0		
	นักเรียน/นักศึกษา	3	0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบ Chi-Square พบว่า อาชีพและการเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, Freelance, นักเรียน/นักศึกษา จะเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา **แบบที่ 1**



ผลการทดสอบ Chi-Square

	ตัวแปร	Banner โฆษณา		รวม	Chi-Square	Sig.
		แบบที่ 1	แบบที่ 2			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000 บ.	8	4	12	3.199	0.362
	20,000-30,000 บ.	10	1	11		
	30,001-40,000 บ.	3	2	5		
	มากกว่า 40,000 บ.	4	3	7		
วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก	Leisure	24	7	31	4.77	0.029*
	Business	1	3	4		
ส่วนใหญ่พักโรงแรมกี่ดาว	ต่ำกว่า 3 ดาว	3	0	3	3.582	0.31
	3 ดาว	11	5	16		
	4 ดาว	10	3	13		
ผู้ร่วมเข้าพัก	5 ดาว	1	2	3	2.783	0.426
	Family	7	3	10		
	Couple	7	1	8		
	Friends	9	6	15		
	Solo	2	0	2		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบ Chi-Square พบว่า วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก และการเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่ต้องการ Leisure จะเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา แบบที่ 1



Summary

อาชีพ วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก และการเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



Occupation

ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, Freelance, นักเรียน/นักศึกษา จะเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา แบบที่ 1



Purpose

ผู้ที่ต้องการ Leisure จะเลือกจองห้องพักจากการเห็น Banner โฆษณา แบบที่ 1