

หัวข้อวิจัย	พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ผู้ดำเนินการวิจัย	จารินี ศานติจรรยาพร ¹ , พรรณี สวนเพลง ² , เบญจพร ดามาพงศ์ ³ และพิมพ์มาดา วิชาศิลป์ ⁴
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุขุม เฉลยทรัพย์
หน่วยงาน	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โรงเรียนการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2557

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทย และ 2) ศึกษาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 910 คน และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 411 แห่ง มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 20 คน มีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทย

1.1) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มากที่สุด โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1-2 ครั้ง และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีร้อยละ 44.12 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการโดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) 1-2 ครั้ง มีมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,00-5,000 บาท และมีวิธีการที่ชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการโอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย

1.2) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ด้านสินค้าและบริการ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความหลากหลายของสินค้าและบริการ

ด้านการสั่งซื้อ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความสะดวกและทางเลือกในการชำระเงิน

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ

1.3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็น ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว

1.4) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มากที่สุด โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1-2 ครั้ง และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีเพียงร้อยละ 31.75 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือราคาถูกกว่าที่อื่น โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง มีมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50-100 ดอลลาร์สหรัฐ และมีวิธีการชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักมากที่สุด และสาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ

1.5) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ด้านสินค้าและบริการ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นการแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน

ด้านการสั่งซื้อ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้

1.6) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเทศจีนเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

2. พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ ผู้ประกอบการมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ร้อยละ 55.96 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain Name) แบบ .com ส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001–100,000 บาทและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 50,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท โดยสาเหตุที่หน่วยงานของผู้ประกอบการเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ เป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น และสาเหตุที่หน่วยงานของผู้ประกอบการไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจากเป็น “ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทั่วถึงและปลอดภัย”

2.2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” และผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ”

Research Title	The behavior of using e-Commerce for Thai tourism industry
Researcher	Jarinee Santijanyaporn ¹ , Pannee Suanpang ² Benjaporn Damapong ³ , Pimmada Wichasin ⁴
Research Consultants	Associate Professor Dr. Sukum Chalaeysub
Organization	Faculty of Science and Technology School of Tourism Management Suan Dusit Rajabhat University
Year	2014

The objectives of this study are 1) to study the behavior of Thai and foreign tourists towards using e-commerce for Thai tourism, and 2) to study the use of e-commerce by tourism entrepreneurs using both quantitative research and qualitative research by collecting questionnaires from 910 tourists and 411 tour companies. The research was collected qualitatively by interviewing 20 tourists, and tour companies. Results of the research are as follows:

1. The study of the behavior of Thai and foreign tourists using e-commerce for Thai tourism.

1.1) The behavior of the e-commerce usage of Thai tourists showed that most had visited e-commerce websites of hotels/resorts/accommodations the most. In the previous six months before the interview, they had visited e-commerce websites 1 -2 times, and 44.12% of people had ordered products and services through e-commerce websites. In the six months prior to the interview, customers had mainly ordered goods and services from e-commerce tourism websites at an average of Baht 1,000 – 5,000 each time, using bank accounts/ATM as the method of payment. Thai tourists ordered products and services from e-commerce websites relating to hotels/resorts/accommodations the most, while the reason some Thai tourists did not order goods and services through e-commerce websites was because they did not completely trust the security system.

1.2) The requirements for using e-commerce in the tourism industry for Thai tourists showed that in the area of the e-commerce system, the most required issue was the regular updating of news.

In the area of products and services, the most required issue was in the variety of products and services.

In the area of ordering, the most required issue was for the convenience and method of payment.

In the area of consumer convenience, the most required issue was in the searching of information for products and services.

1.3) Thai tourists had the opinion that using e-commerce in the tourism industry made communication for selling-buying products and services convenient and quick.

1.4) The behavior of the e-commerce usage of foreign tourists showed that most had mainly visited the e-commerce websites of resorts/accommodations the most. In the previous six months, they had visited e-commerce websites 1 – 2 times, and only 31.75% of people had ordered products and services through e-commerce websites. The reason people bought products and services through the e-commerce websites was for the cheaper prices. In the previous six months, they had ordered products and services through e-commerce tourism websites 1 -2 times. The value of products or services that were obtained through the e-commerce websites averaged 50–100 US Dollars per time and the method of payment was by credit card. Foreign tourists ordered products and services through hotels/resorts/accommodations e-commerce websites the most. The main reason why foreign tourists did not order products and services through e-commerce websites was that they did not want the products/services.

1.5) The requirements for using e-commerce in the tourism industry for foreign tourists showed that in the area of the e-commerce system, the most required issue was the regular updating of news.

In the area of products and services, the most required issue was in the informing of prices and clear details of the products.

In the area of ordering products, the most required issue was for confidence in the safety of the payment system.

In the area of consumer convenience, the most required issue was in the ability to compare prices and services of different shops.

1.6) Foreign tourists had the opinion that using e-commerce in the tourism industry affected their confidence in the safety of the payment system.

2. The behavior of the e-commerce usage of tourism entrepreneurs showed that most felt that doing e-commerce business was necessary. The target groups of the tourism industry for which e-commerce was used as a tool were domestic and international. Tourism entrepreneurs doing e-commerce business amounted to 55.96%, most having less than 3 employees to maintain the e-commerce aspect of the business. The type of domain name that was registered was .com. Most could increase their income by approximately Baht 50,001–100,000 per month. The

average monthly expenses for the salary of the employees managing the e-commerce was less than Baht 50,000/-, and the average monthly expenses for the computer systems and networks for managing the e-commerce amounted to less than Baht 30,000/-. The reason that the entrepreneurs' agencies chose to do e-commerce business was to expand their market channels (target groups) more, and the reason that the entrepreneurs' agencies did not use e-commerce business was because they lacked staff that had knowledge in e-commerce.

2.1) Most entrepreneurs wanted to use e-commerce because it was "a quick network system which covers all areas and it is safe."

2.2) Most entrepreneurs had the opinion that the requirement to have a successful e-commerce was the issue of having a "safety system in doing transactions through e-commerce", and most entrepreneurs had the opinion that the biggest obstacle in doing e-commerce business was the issue of "English language knowledge".

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน พ.ศ. 2556 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาของโครงการจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุขุม เฉลยทรัพย์ ประธานที่ปรึกษาอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่ปรึกษาแผนงานวิจัยที่ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในมิติและประเด็นที่สำคัญสำหรับการวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัยทุกขั้นตอน ขอขอบพระคุณส่วนราชการในจังหวัดต่างๆ ที่คณะผู้วิจัยได้เดินทางไปเก็บข้อมูลภาคสนาม ตลอดจนไปจนถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ชุมชน และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลแก่คณะผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ที่มนักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่าน ที่ได้ช่วยทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย
8 มกราคม 2557