

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยผสม (Mix method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งมีผลการวิจัย ดังนี้

### ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

#### 1. ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

##### 1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 510 คน โดยมีข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	237	46.47
	หญิง	273	53.53
อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ต่ำกว่า 30 ปี	207	40.59
	30 - 39 ปี	176	34.51
	40 - 49 ปี	81	15.88
	มากกว่า 49 ปีขึ้นไป	46	9.02
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	138	27.06
	ปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี	321	62.94
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	9.80
	ไม่ระบุ	1	0.20
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	151	29.61
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	149	29.22
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	97	19.02
	นักเรียน/นักศึกษา	69	13.53
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	22	4.31
	อื่นๆ	22	4.31

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	102	20.00
	10,000 – 20,000 บาท	218	42.75
	20,001 – 30,000 บาท	108	21.18
	30,001 – 40,000 บาท	56	10.98
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	25	4.90
	ไม่ระบุ	1	0.20

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 53.53 และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 40.59 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 62.94 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

#### 1.2 พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 510 คน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.2 เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	324	63.53
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	203	39.80
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	191	37.45
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	136	26.67
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	111	21.76
อื่นๆ	10	1.96

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 63.53 รองลงมาเป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 และ บริษัททัวร์/นำเที่ยว จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 37.45 ตามลำดับ สำหรับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆเช่น เสื้อผ้า internet ซื้อสินค้า อาหารเสริม สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าไอที เส้นทาง การเดินทาง มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.96

**ตารางที่ 4.3** การเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว  
ในรอบ 6 เดือน

การเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	160	31.37
3 – 4 ครั้ง	147	28.82
มากกว่า 4 ครั้ง	104	20.39
ไม่ได้ชมเลยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา	99	19.41
<b>รวม</b>	<b>510</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37 รองลงมา 3 – 4 ครั้ง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 28.82 และ มากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 20.39 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** การสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่  
เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	225	44.12
ไม่เคย	285	55.88
<b>รวม</b>	<b>510</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 55.88 ส่วนกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12

สำหรับรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 225 คน แสดงดังตารางที่ 4.5 ถึงตารางที่ 4.9 และรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 285 คน แสดงดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.5 เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ	162	72.00
มีสินค้า/บริการให้เลือกหลากหลาย	117	52.00
ราคาถูกกว่าที่อื่น	39	17.33
ระบบการซื้อขายปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	26	11.56
อื่นๆ	2	0.89

จากตารางที่ 4.5 พบว่า “เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว” ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา มีสินค้า/บริการให้เลือกหลากหลาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 และ ราคาถูกกว่าที่อื่น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการ อื่นๆ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.89 โดยเหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการ อื่นๆ คือ เช็ครายละเอียดได้ง่ายและครบถ้วน

ตารางที่ 4.6 การสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือน

การสั่งซื้อสินค้าและบริการในรอบ 6 เดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	114	50.67
3 – 4 ครั้ง	73	32.44
มากกว่า 4 ครั้ง	16	7.11
ไม่ได้ชมเลยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา	22	9.78
<b>รวม</b>	<b>225</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 รองลงมา 3 – 4 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 32.44 และ ไม่ได้ชมเลยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** มูลค่าสินค้าหรือบริการที่ท่านใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย

มูลค่าของสินค้าหรือบริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	38	16.89
1,000 – 5,000 บาท	122	54.22
5,001 – 10,000 บาท	41	18.22
10,001 – 20,000 บาท	14	6.22
มากกว่า 20,000 บาท	10	4.44
<b>รวม</b>	<b>225</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000 – 5,000 บาท มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 รองลงมา 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 18.22 และ น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.89 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8** วิธีการชำระเงินค่าสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM	101	44.89
บัตรเครดิต	77	34.22
ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	50	22.22
เก็บเงินปลายทาง	28	12.44
หักบัญชีธนาคารผ่านมือถือ	13	5.78
อื่นๆ	7	3.11

จากตารางที่ 4.8 พบว่า วิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 44.89 รองลงมาเป็นบัตรเครดิต จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 34.22 และ ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ สำหรับวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.11 โดยมีการชำระเงินผ่านระบบ e-banking

ตารางที่ 4.9 สินค้าหรือบริการที่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

สินค้าหรือบริการ	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	128	56.89
จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	48	21.33
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	44	19.56
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	43	19.11
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	37	16.44
อื่นๆ	5	2.22

จากตารางที่ 4.9 พบว่า สินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 56.89 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 และ ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56ตามลำดับ สำหรับสินค้าหรือบริการอื่นๆเช่น กระเป๋าถือ น้ำหอม เครื่องสำอาง สินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์ เสื้อผ้า รองเท้ามีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22

ตารางที่ 4.10 เหตุผลการไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เหตุผลการไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย	134	47.02
ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ	119	41.75
ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้	102	35.79
กลัวไม่ได้รับสินค้า/สินค้าสูญหาย	73	25.61
ขั้นตอนสั่งซื้อยุ่งยากซับซ้อน	31	10.88
ไม่มีบัตรเครดิต	28	9.82
อื่นๆ	5	1.75

จากตารางที่ 4.10 เหตุผลนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมา ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.79ตามลำดับ สำหรับเหตุผลอื่นๆ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 โดยมีเหตุผลคือ ไม่ใช้internet และไม่มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการสั่งซื้อ

### 1.3 ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 510 คน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ดังนี้

**ตารางที่ 4.11** ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD	การแปล ความหมาย	อันดับ
<b>ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</b>	<b>3.97</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>	
1. เว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า	3.90	0.82	มาก	5
2. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ	4.04	0.82	มาก	1
3. การรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล	3.98	0.91	มาก	2
4. แสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการในแต่ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ	3.97	0.90	มาก	3
5. ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตทั่วโลก	3.95	1.01	มาก	4
<b>สินค้าและบริการ</b>	<b>3.98</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	
6. ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	4.05	0.83	มาก	1
7. การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน	4.03	0.90	มาก	2
8. ความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า	3.97	0.96	มาก	3
9. มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าและบริการ	3.96	0.96	มาก	4
10. การปรับปรุงและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง	3.88	0.91	มาก	5
<b>การสั่งซื้อ</b>	<b>3.96</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>	
11. สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.96	0.95	มาก	3
12. ความสะดวกและทางเลือกในการชำระเงิน	4.01	0.87	มาก	1
13. ความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน	3.98	1.02	มาก	2
14. สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา	3.91	0.93	มาก	5
15. การรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ	3.92	1.07	มาก	4

ตารางที่ 4.11(ต่อ)

อรรถประโยชน์ของผู้บริโภค	3.90	0.77	มาก	
16. ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ	4.04	0.80	มาก	1
17. การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน	4.03	0.89	มาก	2
18. สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้	3.94	0.87	มาก	3
19. กิจกรรมส่งเสริมการขายหรือลด แลก แจก แถม เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	3.76	0.96	มาก	4
20. มีการสะสมคะแนนสำหรับสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ	3.74	1.02	มาก	5
<b>ในภาพรวม</b>	<b>3.95</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ( $\bar{X}=4.04$ ,  $SD = 0.82$ ) รองลงมาคือ การรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ( $\bar{X}=3.98$ ,  $SD = 0.91$ ) และแสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการในแต่ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ ( $\bar{X}=3.97$ ,  $SD = 0.90$ ) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็นความหลากหลายของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}=4.05$ ,  $SD = 0.83$ ) รองลงมาคือ การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ( $\bar{X}=4.03$ ,  $SD = 0.90$ ) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ( $\bar{X}=3.97$ ,  $SD = 0.96$ ) ตามลำดับ

ด้านการสั่งซื้อ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความสะดวกและทางเลือกในการชำระเงิน ( $\bar{X}=4.01$ ,  $SD = 0.87$ ) รองลงมาคือ สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X}=3.96$ ,  $SD = 0.95$ ) และความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน ( $\bar{X}=3.98$ ,  $SD = 1.02$ ) ตามลำดับ

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}=4.04$ ,  $SD = 0.80$ ) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ( $\bar{X}=4.03$ ,  $SD = 0.89$ ) และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ ( $\bar{X}=3.94$ ,  $SD = 0.87$ ) ตามลำดับ

1.3 ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 510 คน ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

**ตารางที่ 4.12** ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD	การแปล ความหมาย	อันดับ
1. ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	4.07	0.76	มาก	2
2. ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว	4.14	0.75	มาก	1
3. เป็นการกระตุ้นเกิดความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น	3.92	0.83	มาก	3
4. เกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการ	3.62	0.92	มาก	7
5. เชื่อมมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน	3.45	1.06	มาก	9
6. เชื่อมมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.50	1.03	มาก	8
7. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจอื่นๆ	3.76	0.83	มาก	6
8. เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	3.80	0.84	มาก	5
9. ทำให้เกิดความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างด้วยการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.88	0.87	มาก	4
<b>ในภาพรวม</b>	<b>3.78</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็น ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว ( $\bar{X}$  = 4.14, SD = 0.75) รองลงมาคือ ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ( $\bar{X}$  = 4.07, SD = 0.76) และเป็นการกระตุ้นเกิดความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ( $\bar{X}$  = 3.92, SD = 0.83) ตามลำดับ

## 2. ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยมีข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ทวีป	ยุโรป	244	61.00
	อเมริกาเหนือ	52	13.00
	โอเชียเนีย	25	6.25
	เอเชีย	68	17.00
	อเมริกาใต้	6	1.50
	แอฟริกา	5	1.25
เพศ	ชาย	201	50.25
	หญิง	197	49.25
	ไม่ระบุ	2	0.50
อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ต่ำกว่า 30 ปี	230	57.50
	30 - 39 ปี	114	28.50
	40 - 49 ปี	36	9.00
	มากกว่า 49 ปีขึ้นไป	15	3.75
	ไม่ระบุ	5	1.25
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	119	29.75
	ปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี	149	37.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	112	28.00
	ไม่ระบุ	20	5.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	92	23.00
	ข้าราชการพลเรือน	19	4.75
	ข้าราชการบำนาญ	19	4.75
	พนักงานบริษัทเอกชน	81	20.25
	ธุรกิจส่วนตัว	40	10.00
	รับจ้างอิสระ	32	8.00
	ว่างงาน	41	10.25
	ไม่ระบุ	5	1.25
	อื่นๆ	71	17.75

ตารางที่ 4.13(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 300 ดอลลาร์สหรัฐ	58	14.50
	300 – 600 ดอลลาร์สหรัฐ	36	9.00
	601 – 900 ดอลลาร์สหรัฐ	44	11.00
	901 – 1,200 ดอลลาร์สหรัฐ	63	15.75
	1,201 – 1,500 ดอลลาร์สหรัฐ	50	12.50
	1,501 – 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ	41	10.25
	2,001 – 2,800 ดอลลาร์สหรัฐ	43	10.75
	มากกว่า 2,800 ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป	51	12.75
	ไม่ระบุ	14	3.50

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 โดยเป็นชาย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 901 – 1,200 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75

## 2.2 พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400 คน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.14 เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	186	46.50
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	160	40.00
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	99	24.75
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	51	12.75
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	17	4.25
อื่นๆ	21	5.25

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาเป็นบริษัททัวร์/นำเที่ยว จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ สำหรับเว็บไซต์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 โดยตอบว่าไม่เคยเข้าชมจำนวน 2 คน ส่วนที่เหลือไม่แสดงความคิดเห็น

**ตารางที่ 4.15** การเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือน

การเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	134	33.50
3 – 4 ครั้ง	73	18.25
มากกว่า 4 ครั้ง	40	10.00
ไม่ได้ชมเลยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา	135	38.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา 3 – 4 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และ มากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.16** การสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	127	31.75
ไม่เคย	273	68.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 ส่วนกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75

สำหรับรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 127 คน แสดงดังตารางที่ 4.17 ถึงตารางที่ 4.21 และรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 127 คน แสดงดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.17 เหตุผลการเลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าที่อื่น	78	61.42
ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ	61	48.03
มีสินค้า/บริการให้เลือกหลากหลาย	36	28.35
ระบบการซื้อขายปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	12	9.45
อื่นๆ	1	0.79

จากตารางที่ 4.17 พบว่า “เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว” ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือราคาถูกกว่าที่อื่น จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 รองลงมา ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 48.03 และ มีสินค้า/บริการให้เลือกหลากหลาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 28.35ตามลำดับ สำหรับเหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการ อื่นๆ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.79 โดยเหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการ อื่นๆ คือ เป็นหนทางที่ง่าย

ตารางที่ 4.18 การสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือน

การสั่งซื้อสินค้าและบริการในรอบ 6 เดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	72	56.69
3 – 4 ครั้ง	38	29.92
มากกว่า 4 ครั้ง	12	9.45
ไม่ระบุ	5	3.94
<b>รวม</b>	<b>127</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 56.69 รองลงมา 3 – 4 ครั้ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 29.92 และ มากกว่า 4 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.45 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.19** มูลค่าสินค้าหรือบริการที่ท่านใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าของสินค้าหรือบริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 ดอลลาร์สหรัฐ	25	19.69
50 – 100 ดอลลาร์สหรัฐ	69	54.33
101 – 150 ดอลลาร์สหรัฐ	7	5.51
151 – 200 ดอลลาร์สหรัฐ	11	8.66
มากกว่า 200 ดอลลาร์สหรัฐ	10	7.87
ไม่ระบุ	5	3.94
<b>รวม</b>	<b>127</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.19 พบว่า มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50 – 100 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 รองลงมา น้อยกว่า 50 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.69 และ 151 – 200 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.66 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.20** วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิต	78	61.42
ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	34	26.77
เก็บเงินปลายทาง	10	7.87
ไม่ระบุ	5	3.94

จากตารางที่ 4.20 พบว่า วิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือใช้บัตรเครดิต มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 รองลงมาเป็นผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 26.77 และเก็บเงินปลายทาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.87 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.21** ประเภทสินค้าหรือบริการที่สั่งซื้อในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

สินค้าหรือบริการ	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	53	41.73
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	42	33.07
จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	20	15.75
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	8	6.30
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	1	0.79
ไม่ระบุ	3	2.36

จากตารางที่ 4.21 พบว่า สินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือบริษัททัวร์/นำ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 33.07 และ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.22** เหตุผลการไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เหตุผลที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ	149	54.58
ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย	33	12.09
ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้	20	7.33
ไม่มีบัตรเครดิต	18	6.59
ขั้นตอนสั่งซื้อยุ่งยากซับซ้อน	5	1.83
กลัวไม่ได้รับสินค้า/สินค้าสูญหาย	3	1.10
อื่นๆ	27	9.89
ไม่ระบุ	18	6.59

จากตารางที่ 4.22 เหตุผลนักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 54.58 รองลงมา ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.09 และไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33ตามลำดับ สำหรับเหตุผลอื่นๆ เช่น ไม่รู้จักระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.89

2.3 ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400 คน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ดังนี้

**ตารางที่ 4.23** ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD	การแปล ความหมาย	อันดับ
<b>ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</b>	<b>4.09</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>	
1. เว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า	4.10	0.81	มาก	3
2. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ	4.13	0.84	มาก	1
3. การรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล	4.05	0.84	มาก	5
4. แสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการในแต่ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ	4.05	0.80	มาก	4
5. ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตทั่วโลก	4.11	0.84	มาก	2
<b>สินค้าและบริการ</b>	<b>4.08</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>	
6. ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	4.13	0.84	มาก	2
7. การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน	4.19	0.79	มาก	1
8. ความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า	4.06	0.83	มาก	3
9. มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าและบริการ	4.02	0.82	มาก	4
10. การปรับปรุงและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง	4.00	0.80	มาก	5
<b>การสั่งซื้อ</b>	<b>4.05</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>	
11. สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.07	0.85	มาก	2
12. ความสะดวกและทางเลือกในการชำระเงิน	3.98	0.85	มาก	5
13. ความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน	4.07	0.85	มาก	1
14. สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา	4.05	0.78	มาก	4
15. การรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ	4.06	0.82	มาก	3

ตารางที่ 4.23(ต่อ)

อรรถประโยชน์ของผู้บริโภค	3.97	0.64	มาก	
16. ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ	4.05	0.82	มาก	3
17. การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน	4.06	0.81	มาก	2
18. สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้	4.11	0.81	มาก	1
19. กิจกรรมส่งเสริมการขายหรือลด แลก แจก แถม เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	3.84	0.87	มาก	4
20. มีการสะสมคะแนนสำหรับสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ	3.78	0.81	มาก	5
<b>ในภาพรวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ( $\bar{X}=4.13$ ) รองลงมาคือ ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตทั่วโลก ( $\bar{X}=4.11$ ) และเว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า ( $\bar{X}=4.10$ ) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็นการแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ( $\bar{X}=4.19$ ) รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}=4.13$ ) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ( $\bar{X}=4.06$ ) ตามลำดับ

ด้านการสั่งซื้อ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็นความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน ( $\bar{X}=4.07$ ) รองลงมาคือ สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X}=4.07$ ) และการรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ ( $\bar{X}=4.06$ ) ตามลำดับ

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็นสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ ( $\bar{X}=4.11$ ) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ( $\bar{X}=4.06$ ) และความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}=4.05$ ) ตามลำดับ

2.3 ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400 คน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ดังนี้

**ตารางที่ 4.24** ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	SD	การแปล ความหมาย	อันดับ
1. ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	4.09	0.70	มาก	2
2. ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว	3.98	0.73	มาก	8
3. เป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น	3.96	0.82	มาก	9
4. เกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการ	4.04	0.79	มาก	6
5. เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน	4.10	0.78	มาก	1
6. เชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.07	0.82	มาก	3
7. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจนั้นๆ	4.05	0.81	มาก	5
8. เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	4.03	0.83	มาก	7
9. ทำให้เกิดความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างด้วยการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.06	0.80	มาก	4
<b>ในภาพรวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.60</b>	มาก	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดในเรื่องที่เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ( $\bar{X} = 4.10$ ) รองลงมาคือทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.09$ ) และเชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 4.07$ ) ตามลำดับ

### 3. ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

#### 3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 411 คน โดยมีข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ดังนี้

#### ตารางที่ 4.25 ประเภทองค์กรของผู้ประกอบการ

ประเภทองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	164	39.90
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	68	16.55
บริษัทจำกัดมหาชน	12	2.92
อื่นๆ	167	40.63
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.25 พบว่าประเภทองค์กรของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 39.90 รองลงมาเป็นประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.55 และประเภทบริษัทจำกัดมหาชน จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.92 ตามลำดับ สำหรับประเภทอื่นๆ เช่น บุคคลธรรมดา ธุรกิจเจ้าของคนเดียว บริหารแบบครอบครัว มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 40.63

#### ตารางที่ 4.26 ประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

ประเภทของสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	103	25.06
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	103	25.06
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	71	17.27
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	54	13.14
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	49	11.92
อื่นๆ	31	7.55
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว และเป็นประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก โดยมีจำนวนเท่ากันคือ 103 คิดเป็นร้อยละ 25.06 รองลงมาเป็นประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.27 สำหรับประเภทอื่นๆ เช่น ธุรกิจสันตนาการและสปา มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.55

**ตารางที่ 4.27** ระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 ปี	49	11.92
3 – 5 ปี	98	23.85
มากกว่า 5 ปี	264	64.23
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 5 ปี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 64.23 รองลงมาคือมีระยะเวลาดำเนินการ 3 – 5 ปีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.85 และมีระยะเวลาดำเนินการ ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.92 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.28** แสดงสัดส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้ประกอบการ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD
ในประเทศ	55.42	28.21
ต่างประเทศ	44.59	28.20

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศมีสัดส่วนมากที่สุด ( $\bar{X} = 55.42$ ) รองลงมาคือกลุ่มต่างประเทศ ( $\bar{X} = 44.59$ )

**ตารางที่ 4.29** แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	1.46
10,000 – 20,000 บาท	67	16.30
20,001 – 30,000 บาท	118	28.71
30,001 – 40,000 บาท	75	18.25
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	145	35.28
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.28 รองลงมาคือมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.71 และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

### 3.2 พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-Commerce)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-Commerce) ของผู้ประกอบการจำนวน 411 คน แสดงดังนี้

**ตารางที่ 4.30** ความจำเป็นของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	387	94.16
ไม่จำเป็น	24	5.84
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 94.16 รองลงมาคิดว่าไม่จำเป็น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.84

**ตารางที่ 4.31** กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน	ร้อยละ
ทั้งในและต่างประเทศ	308	74.94
ในประเทศ	64	15.57
ต่างประเทศ	38	9.25
ไม่ระบุ	1	0.24
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.31 พบว่ากลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 74.94 รองลงมาอยู่ในประเทศ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.57 ส่วนกลุ่มต่างประเทศ จำนวน 38คน คิดเป็นร้อยละ 9.25

**ตารางที่ 4.32** หน่วยงานที่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
มี	230	55.96
ไม่มี	181	44.04
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.32 พบว่าหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 55.96 ส่วนที่ไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 44.04

สำหรับรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จำนวน 230 คน แสดงดังตารางที่ 4.33 ถึงตารางที่ 4.40

และรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จำนวน 181 คน แสดงดังตารางที่ 4.41

**ตารางที่ 4.33** จำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จำนวนบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 คน	110	47.83
3 – 5 คน	81	35.22
มากกว่า 5 คน	39	16.96
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมา 3 – 5 คนจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 35.22 และมากกว่า 5 คน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.96 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.34** ลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain Name)

ลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม	จำนวน	ร้อยละ
.com	174	75.65
.co.th	40	17.39
.net	13	5.65
อื่นๆ	3	1.31
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain Name) แบบ .com จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 75.65 รองลงมาแบบ .co.th จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 และ .net จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65 ตามลำดับ สำหรับลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain Name) อื่นๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.31 โดยรายละเอียดของลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนมอื่นๆ แสดงดังนี้

**ตารางที่ 4.35** ลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนมอื่นๆ

ลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนมอื่นๆ	จำนวน(3)
facebook	1
.travel	1
ไม่ระบุ	1

**ตารางที่ 4.36** รายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	79	34.35
50,001 – 100,000 บาท	116	50.43
100,001 – 500,000 บาท	27	11.74
มากกว่า 500,000 บาท	8	3.48
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 50.43 รองลงมาต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 34.35 และ 100,001 – 500,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.74 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.37** ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	132	57.39
50,001 – 100,000 บาท	83	36.09
100,001 – 300,000 บาท	11	4.78
มากกว่า 300,000 บาท	4	1.74
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 57.39 รองลงมา 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 36.09 และ 100,001 – 300,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.78 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.38** ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงาน  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบ คอมพิวเตอร์และเครือข่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30,000 บาท	135	58.70
30,001 – 50,000 บาท	64	27.83
50,001 – 100,000 บาท	24	10.43
มากกว่า 100,000 บาท	7	3.04
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 27.83 และ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.43ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.39** วัตถุประสงค์ที่เลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น	181	78.70
เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย	179	77.83
อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	160	69.57
เป็นการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ธุรกิจ	154	66.96
ลดต้นทุนทางการตลาด	81	35.22
สร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจ	80	34.78
อื่นๆ	2	0.87

จากตารางที่ 4.39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าสาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาเพราะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 77.83 และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 69.57 ตามลำดับ สำหรับสาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น สะดวก สามารถเปิดหน้าร้านได้ทั่วโลก มีจำนวน 2คน คิดเป็นร้อยละ 0.87

**ตารางที่ 4.40** วัตถุประสงค์ที่ไม่เลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	116	64.09
ไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	93	51.38
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงเกินไป	86	47.51
ขั้นตอนการดำเนินงานยุ่งยากซับซ้อน	69	38.12
กลุ่มเป้าหมายไม่ใช่กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต	41	22.65
ความปลอดภัยของการใช้อินเทอร์เน็ต	29	16.02
อื่นๆ	14	7.73

จากตารางที่ 4.40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าสาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นเพราะขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 64.09 รองลงมาเพราะไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงเกินไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 47.51 ตามลำดับ สำหรับสาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีลูกค้าอยู่แล้ว คุ้ยแบบตัวต่อตัวน่าเชื่อถือกว่า อยู่ระหว่างการดำเนินการ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.73

3.3 ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการจำนวน 411 คน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ดังนี้

**ตารางที่ 4.41** ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD	การแปล ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านนโยบายและการสนับสนุน</b>	<b>3.96</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>	
1. นโยบายการสนับสนุนของภาครัฐ	3.97	0.93	มาก	3
2. หน่วยงานเฉพาะเพื่อดูแลและให้การสนับสนุนเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง	3.92	0.92	มาก	7
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.90	0.91	มาก	8
4. กฎหมายที่รองรับการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร	3.96	0.88	มาก	4
5. ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.02	0.93	มาก	1
6. การตลาดและการส่งเสริมการขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.00	0.84	มาก	2
7. การให้ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.93	0.91	มาก	6
8. การให้ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณการทำการค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.95	0.98	มาก	5
<b>ด้านระบบและกระบวนการ</b>	<b>4.03</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	
9. ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย	4.14	0.84	มาก	1
10. การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและดึงดูดความสนใจลูกค้า	4.11	0.78	มาก	2
11. ความสะดวกในการค้นหาสินค้าและข้อมูลของสินค้าและบริการ	4.06	0.82	มาก	4
12. บริการข่าวสารของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าอย่างเป็นปัจจุบัน	4.03	0.86	มาก	6
13. บริการกระดานข่าวให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการ	3.90	0.90	มาก	11
14. การเลือกใช้งานได้มากกว่าหนึ่งภาษา	3.98	0.90	มาก	9
15. ข้อมูลของสินค้าและบริการ มีรูปภาพประกอบ	4.04	0.81	มาก	5
16. การปรับเปลี่ยนเนื้อหาและข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	3.96	0.87	มาก	10
17. การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	4.07	0.87	มาก	3
18. การให้ลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิกก่อนใช้บริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.01	0.81	มาก	7
19. การแสดงถึงการดำเนินไปของกระบวนการสั่งซื้อและผลของการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	4.00	0.81	มาก	8
<b>ในภาพรวม</b>	<b>4.00</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านนโยบายและการสนับสนุนมากที่สุด เนื่องจากเป็น “ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}=4.02$ ) รองลงมาคือประเด็น “การตลาดและการส่งเสริมการขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}=4.00$ ) และประเด็น “นโยบายการสนับสนุนของภาครัฐ” ( $\bar{X}=3.97$ ) ตามลำดับ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านระบบและกระบวนการ เนื่องจากเป็น “ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย” ( $\bar{X}=4.14$ ) รองลงมาคือประเด็น “การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและดึงดูดความสนใจลูกค้า” ( $\bar{X}=4.11$ ) และประเด็น “การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า” ( $\bar{X}=4.07$ ) ตามลำดับ

3.4 ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.4.1 ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**ตารางที่ 4.42** ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รายการด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD	การแปลความหมาย	อันดับ
1. นโยบายสนับสนุนของภาครัฐ	3.98	0.85	มาก	9
2. คุณภาพของการให้บริการผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.95	0.79	มาก	10
3. คุณภาพของสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะ	4.00	0.83	มาก	7
4. การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย	4.07	0.84	มาก	5
5. ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.13	0.83	มาก	1
6. ระบบการขนส่งที่มีคุณภาพ	4.00	0.85	มาก	8
7. ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	4.07	0.85	มาก	6
8. การตลาด โฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการขาย	4.10	0.86	มาก	4
9. ภาพลักษณ์ของธุรกิจ/สินค้าและบริการ	4.11	0.80	มาก	3
10. การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	4.12	0.80	มาก	2
<b>ในภาพรวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}$  =4.13) รองลงมาคือประเด็น “การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน” ( $\bar{X}$  =4.12) และประเด็น “ภาพลักษณ์ของธุรกิจ/สินค้าและบริการ” ( $\bar{X}$  =4.11) ตามลำดับ

3.4.2 ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**ตารางที่ 4.43** ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รายการอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD	การแปลความหมาย	อันดับ
1. เว็บไซต์ไม่เป็นที่รู้จัก	3.73	1.02	มาก	10
2. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของลูกค้า	3.77	0.83	มาก	9
3. ความมั่นใจของลูกค้าที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.92	0.87	มาก	6
4. ความมั่นใจที่มีต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ	3.93	0.87	มาก	5
5. สินค้าที่นำเสนอขายไม่สามารถจับต้องได้	3.92	0.97	มาก	7
6. ความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินออนไลน์	3.96	0.93	มาก	3
7. ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว	3.96	0.93	มาก	3
8. ระบบการขนส่ง รวมถึงค่าขนส่งที่มีอัตราสูง	3.90	0.93	มาก	8
9. ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ	4.02	0.99	มาก	1
10. ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.01	0.95	มาก	2
<b>ในภาพรวม</b>	<b>3.91</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ” ( $\bar{X}$  =4.02) รองลงมาคือประเด็น “ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}$  =4.01) และประเด็น “ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว” ( $\bar{X}$  =3.96) ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

4.1 การเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

**ตารางที่ 4.44** การเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ความต้องการในการใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)	กลุ่มนักท่องเที่ยว				ผลการทดสอบ	
	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
<b>ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</b>	<b>3.97</b>	<b>0.74</b>	<b>4.09</b>	<b>0.67</b>	<b>-2.496*</b>	<b>.013</b>
-เว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า	3.90	0.82	4.10	0.81	-3.470*	.001
-ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัย อยู่เสมอ	4.04	0.82	4.13	0.84	-1.483	.138
-การรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูล ส่วนบุคคล	3.98	0.91	4.05	0.84	-1.161	.246
-แสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการในแต่ ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ	3.97	0.90	4.05	0.80	-1.508	.132
-ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิต รั่วไหล	3.95	1.01	4.11	0.84	-2.589*	.010
<b>ด้านสินค้าและบริการ</b>	<b>3.98</b>	<b>0.79</b>	<b>4.08</b>	<b>0.64</b>	<b>-2.155*</b>	<b>.031</b>
-ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	4.05	0.83	4.13	0.84	-1.439	.150
-การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้า อย่างชัดเจน	4.03	0.90	4.19	0.79	-2.713*	.007
-ความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า	3.97	0.96	4.06	0.83	-1.582	.114
-มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าและ บริการ	3.96	0.96	4.02	0.82	-1.025	.306
-การปรับปรุงและการพัฒนาสินค้าอย่าง ต่อเนื่อง	3.88	0.91	4.00	0.80	-2.036*	.042
<b>ด้านการสั่งซื้อ</b>	<b>3.96</b>	<b>0.81</b>	<b>4.05</b>	<b>0.66</b>	<b>-1.846</b>	<b>.065</b>
-สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและ บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.96	0.95	4.07	0.85	-1.783	.075
-ความสะดวกและทางเลือกในการชำระ เงิน	4.01	0.87	3.98	0.85	.519	.604

**ตารางที่ 4.44 (ต่อ)**

-ความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของ การชำระเงิน	3.98	1.02	4.07	0.85	-1.495	.135
-สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการ สั่งซื้อได้ตลอดเวลา	3.91	0.93	4.05	0.78	-2.473*	.014
-การรับประกันสินค้าสูญหาย ระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ	3.92	1.07	4.06	0.82	-2.225*	.026
<b>ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค</b>	<b>3.90</b>	<b>0.77</b>	<b>3.97</b>	<b>0.64</b>	<b>-1.333</b>	<b>.183</b>
-ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของ สินค้าและบริการ	4.04	0.80	4.05	0.82	-.278	.781
-การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและ บริการอย่างครบถ้วน	4.03	0.89	4.06	0.81	-.439	.661
-สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและ บริการของร้านต่างๆ ได้	3.94	0.87	4.11	0.81	-2.878*	.004
-กิจกรรมส่งเสริมการขายหรือลด แลก แจก แถม เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าและ บริการ	3.76	0.96	3.84	0.87	-1.176	.240
-มีการสะสมคะแนนสำหรับสมาชิกเพื่อรับ สิทธิพิเศษ	3.74	1.02	3.78	0.81	-.610	.542
<b>ในภาพรวม</b>	<b>3.95</b>	<b>0.71</b>	<b>4.05</b>	<b>0.58</b>	<b>-2.163*</b>	<b>.031</b>

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยทดสอบด้วยค่า t พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในประเด็น “เว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า” และ “ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตรั่วไหล”

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยประเด็นที่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ “การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน” และ “การปรับปรุงและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง”

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการสั่งซื้อ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ โดยประเด็นที่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ “สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา” และ “การรับประกันสินค้านั้นคุ้มค่าระหว่างการทำนายให้ผู้ซื้อ”

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ โดยประเด็นที่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ “สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้”

4.2 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

**ตารางที่ 4.45** การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)	กลุ่มนักท่องเที่ยว				ผลการทดสอบ	
	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	4.07	0.76	4.09	0.70	-.417	.677
ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว	4.14	0.75	3.98	0.73	3.255*	.001
เป็นการกระตุ้นเกิดความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น	3.92	0.83	3.96	0.82	-.715	.475
เกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการ	3.62	0.92	4.04	0.79	-7.181*	.000
เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน	3.45	1.06	4.10	0.78	-10.623*	.000
เชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.50	1.03	4.07	0.82	-9.038*	.000
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจนั้นๆ	3.76	0.83	4.05	0.81	-5.118*	.000
เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	3.80	0.84	4.03	0.83	-4.065*	.000

#### ตารางที่ 4.45(ต่อ)

ทำให้เกิดความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างด้วยการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.88	0.87	4.06	0.80	-3.180*	.002
ในภาพรวม	3.78	0.69	4.04	0.60	-5.916*	.000

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยทดสอบด้วยค่า t พบว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ” ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “เป็นการกระตุ้นเกิดความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น” ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “เกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการ” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “เชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจนั้นๆ” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็น “เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย “ทำให้เกิดความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างด้วยการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 5. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ประกอบการ

5.1 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.46** การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

ประเภทของสินค้าและบริการ	ความถี่			ผลการเปรียบเทียบ	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	ทั้งในและต่างประเทศ	$\chi^2$	p
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	15	12	76	11.816	.298
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	15	8	80		
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	18	5	48		
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	8	4	37		
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	7	7	39		
อื่นๆ	1	2	28		

จากตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ โดยทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีความเห็นในประเทศไทย “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.2 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.47** การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาดำเนินการ	ความถี่			ผลการเปรียบเทียบ	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	ทั้งในและต่างประเทศ	$\chi^2$	p
ต่ำกว่า 3 ปี	9	12	28	26.910*	.000
3 – 5 ปี	20	13	64		
มากกว่า 5 ปี	35	13	216		

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ โดยทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการต่างกันมีความเห็นในประเด็น “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.48** การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่			ผลการเปรียบเทียบ	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	ทั้งในและต่างประเทศ	$\chi^2$	p
ต่ำกว่า 20,000 บาท	19	9	45	15.117*	.019
20,001 – 30,000 บาท	19	15	83		
30,001 – 40,000 บาท	10	4	61		
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	16	10	119		

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ โดยทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความเห็นในประเด็น “กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 การเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.49** แสดงค่าเฉลี่ยของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

ประเภทของสินค้าและบริการ	ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)		
	n	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านนโยบายและการสนับสนุน</b>			
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	103	4.11	0.66
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	71	3.91	0.74
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	49	3.98	0.81
บริการรถทัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	54	3.84	0.80
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	31	3.86	0.70
อื่นๆ	411	3.96	0.74
<b>ด้านระบบและกระบวนการ</b>			
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	103	3.91	0.65
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	103	4.22	0.58
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	71	4.14	0.60
บริการรถทัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	49	3.92	0.76
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	54	3.92	0.73
อื่นๆ	31	3.87	0.58
<b>ในภาพรวม</b>			
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	103	3.92	0.66
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	103	4.17	0.58
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	71	4.04	0.58
บริการรถทัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	49	3.94	0.73
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	54	3.89	0.73
อื่นๆ	31	3.86	0.59

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ประกอบการประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยวมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านนโยบายและการสนับสนุนมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.11$ )

ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านระบบและกระบวนการ มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.11$ )

**ตารางที่ 4.50** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านนโยบายและการสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.612	.722	1.323	.253
	ภายในกลุ่ม	405	221.044	.546		
	รวม	410	224.656			
ด้านระบบและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.161	1.632	3.942*	.002
	ภายในกลุ่ม	405	167.699	.414		
	รวม	410	175.859			
ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	5.322	1.064	2.588*	.025
	ภายในกลุ่ม	405	166.589	.411		
	รวม	410	171.912			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ โดยการทดสอบด้วยค่า F-test พบว่าผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม และด้านระบบและกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านนโยบายและการสนับสนุน ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

**ตารางที่ 4.51** การทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ประเภท	บริษัททัวร์/นำเที่ยว	โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	อื่นๆ
<b>ด้านระบบและกระบวนการ</b>						
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	-	.001*	.020*	.947	.889	.739
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก		-	.427	.007*	.007*	.007*
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม			-	.061	.063	.047*
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ				-	.951	.728
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน					-	.684
อื่นๆ						-
<b>ในภาพรวม</b>						
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	-	.004*	.198	.817	.793	.683
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก		-	.197	.040*	.009*	.019*
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม			-	.394	.179	.190
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ				-	.669	.589
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน					-	.860
อื่นๆ						-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว โรงแรม ประเภทบริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ และประเภทร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน

ผู้ประกอบการประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านระบบและกระบวนการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก และประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่าง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยวโรงแรม ประเภทบริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ และประเภทร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน

5.4 การเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาดำเนินการ	ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)		
	n	$\bar{X}$	SD
ด้านนโยบายและการสนับสนุน			
ต่ำกว่า 3 ปี	49	3.90	0.71
3 – 5 ปี	98	3.96	0.76
มากกว่า 5 ปี	264	3.97	0.74
ด้านระบบและกระบวนการ			
ต่ำกว่า 3 ปี	49	3.99	0.66
3 – 5 ปี	98	4.05	0.59
มากกว่า 5 ปี	264	4.03	0.68
ในภาพรวม			
ต่ำกว่า 3 ปี	49	3.95	0.65
3 – 5 ปี	98	4.01	0.61
มากกว่า 5 ปี	264	4.00	0.66

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 5 ปี ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านนโยบายและการสนับสนุนมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.97$ )

ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการ 3 – 5 ปี มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมและด้านระบบและกระบวนการมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.01$  และ  $\bar{X} = 4.11$  ตามลำดับ)

**ตารางที่ 4.53** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความถี่ของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านนโยบายและการสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	2	.207	.104	.188	.828
	ภายในกลุ่ม	408	224.449	.550		
	รวม	410	224.656			
ด้านระบบและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.116	.058	.135	.874
	ภายในกลุ่ม	408	175.743	.431		
	รวม	410	175.859			
ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.128	.064	.152	.859
	ภายในกลุ่ม	408	171.784	.421		
	รวม	410	171.912			

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความถี่ของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ โดยการทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันในทางสถิติทั้งในภาพรวม ด้านนโยบายและการสนับสนุน และด้านระบบและกระบวนการ

5.5 การเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)		
	n	$\bar{X}$	SD
ด้านนโยบายและการสนับสนุน			
ต่ำกว่า 20,000 บาท	73	3.82	0.78
20,001 – 30,000 บาท	118	4.01	0.70
30,001 – 40,000 บาท	75	4.07	0.66
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	145	3.93	0.78
ด้านระบบและกระบวนการ			
ต่ำกว่า 20,000 บาท	73	3.86	0.77
20,001 – 30,000 บาท	118	4.08	0.52
30,001 – 40,000 บาท	75	4.15	0.53
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	145	4.00	0.73
ในภาพรวม			
ต่ำกว่า 20,000 บาท	73	3.84	0.74
20,001 – 30,000 บาท	118	4.05	0.53
30,001 – 40,000 บาท	75	4.12	0.53
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	145	3.97	0.73

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวมากที่สุดทั้งในภาพรวม ด้านนโยบายและการสนับสนุน และด้านระบบและกระบวนการ มากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.12 ,  $\bar{X}$  = 4.15 และ  $\bar{X}$  = 4.07 ตามลำดับ)

**ตารางที่ 4.55** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านนโยบายและการสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.672	.891	1.633	.181
	ภายในกลุ่ม	407	221.984	.545		
	รวม	410	224.656			
ด้านระบบและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.725	1.242	2.936*	.033
	ภายในกลุ่ม	407	172.134	.423		
	รวม	410	175.859			
ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.259	1.086	2.622*	.050
	ภายในกลุ่ม	407	168.652	.414		
	รวม	410	171.912			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ โดยการทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม และด้านระบบและกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านนโยบายและการสนับสนุน ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

**ตารางที่ 4.56** การทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป
<b>ด้านระบบและกระบวนการ</b>				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	-	.020*	.007*	.136
20,001 - 30,000 บาท		-	.487	.287
30,001 - 40,000 บาท			-	.099
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป				-
<b>ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม</b>				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	-	.030*	.010*	.170
20,001 - 30,000 บาท		-	.504	.303
30,001 - 40,000 บาท			-	.112
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป				-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.56 ผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท

ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านระบบและกระบวนการแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท

5.6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.57** แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

ประเภทของสินค้าและบริการ	ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)		
	n	$\bar{X}$	SD
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	103	3.94	0.69
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	103	4.18	0.57
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	71	4.17	0.53
บริการรถทัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	49	4.06	0.73
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	54	3.96	0.73
อื่นๆ	31	3.87	0.62
อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	103	3.81	0.72
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	103	4.01	0.65
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	71	4.05	0.58
บริการรถทัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	49	3.88	0.85
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	54	3.84	0.79
อื่นๆ	31	3.78	0.67

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักมีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.17$ )

ผู้ประกอบการประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.05$ )

**ตารางที่ 4.58** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	5	5.288	1.058	2.551*	.027
	ภายในกลุ่ม	405	167.951	.415		
	รวม	410	173.240			
อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	5	4.491	.898	1.814	.109
	ภายในกลุ่ม	405	200.548	.495		
	รวม	410	205.039			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ โดยการทดสอบด้วยค่า F-test พบว่าผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

ตารางที่ 4.59 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ประเภท	บริษัททัวร์/นำเที่ยว	โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ	ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน	อื่นๆ
<b>ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</b>						
บริษัททัวร์/นำเที่ยว	-	.010*	.022*	.319	.845	.556
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก		-	.969	.281	.052	.019*
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม			-	.330	.076	.028*
บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ				-	.478	.201
ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน					-	.496
อื่นๆ						-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.59 ผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า ผู้ประกอบการประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยวโรงแรม มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก และประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม

5.7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.60** แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาดำเนินการ	ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)		
	n	$\bar{X}$	SD
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
ต่ำกว่า 3 ปี	49	4.13	0.60
3 – 5 ปี	98	4.02	0.69
มากกว่า 5 ปี	264	4.05	0.64
อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
ต่ำกว่า 3 ปี	49	4.02	0.70
3 – 5 ปี	98	3.89	0.69
มากกว่า 5 ปี	264	3.90	0.72

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการต่ำกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.13$  และ  $\bar{X} = 4.02$  ตามลำดับ)

**ตารางที่ 4.61** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	2	.401	.201	.473	.623
	ภายในกลุ่ม	408	172.839	.424		
	รวม	410	173.240			
อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	2	.705	.353	.704	.495
	ภายในกลุ่ม	408	204.334	.501		
	รวม	410	205.039			

จากตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ประกอบการ โดยการทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.8 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.62** แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)		
	n	$\bar{X}$	SD
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
ต่ำกว่า 20,000 บาท	73	3.87	0.77
20,001 – 30,000 บาท	118	4.10	0.50
30,001 – 40,000 บาท	75	4.20	0.52
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	145	4.03	0.73
อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
ต่ำกว่า 20,000 บาท	73	3.80	0.78
20,001 – 30,000 บาท	118	3.98	0.58
30,001 – 40,000 บาท	75	4.04	0.57
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	145	3.85	0.81

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.20$  และ  $\bar{X} = 4.04$  ตามลำดับ)

**ตารางที่ 4.63** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	4.367	1.456	3.508*	.015
	ภายในกลุ่ม	407	168.873	.415		
	รวม	410	173.240			
อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.330	1.110	2.239	.083
	ภายในกลุ่ม	407	201.710	.496		
	รวม	410	205.039			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ โดยการทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

**ตารางที่ 4.64** การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป
<b>ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม</b>				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	-	.016*	.002*	.071
20,001 – 30,000 บาท		-	.304	.421
30,001 – 40,000 บาท			-	.077
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป				-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท

### ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์และจัดสัมมนากลุ่ม (Focus group) โดยได้มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 5 ราย (รายละเอียดดังภาคผนวกที่ 2) และจัดสัมมนากลุ่มผู้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 17 ราย ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

#### 1. การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครที่มีการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

##### 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นจะอยู่ในกลุ่มช่วงอายุประมาณ 20-50 ปี และมีการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกของการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยส่วนมากมักจะมีพื้นฐานของการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับพอสมควร

ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวค้นหาสำหรับการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ

### 1) ราคา

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องของราคาของสินค้าและบริการ ทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก โดยจะทำการเลือกสินค้า/บริการในราคาที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1: “สิ่งแรกที่จะต้องดูเวลาหาค้นมูลในเว็บไซต์ คือ ราคาของที่พัก รีสอร์ทที่เราจะไปพัก ต้องหาในราคาที่เหมาะสมแล้วเราทำได้ มีกำลังพอที่จ่าย เพราะจะต้องเตรียมเงินไว้จ่ายในเรื่องอื่นๆ ด้วย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2: “เรื่องราคาของที่พักและอาหารสำคัญมาก ถ้าแพงมากเกินไปก็ไม่ไหว เพราะตอนนี้มีค่าใช้จ่ายอะไรมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3: “จะซื้อ Package หรือ Voucher เอาไว้แล้วตอนที่มันจัด Promotion หรือลดราคา เอาไว้ตอนมีเวลาว่างแล้วค่อยไปเที่ยว

### 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์/การให้บริการ

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพและการให้บริการของสินค้า/บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาด้วย ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2: “นอกเหนือจากราคาที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงคุณภาพด้วย ไม่ใช่ว่าราคาถูกอย่างเดียวพอไปถึงที่พักไม่เห็นเหมือนที่ถ่ายภาพไว้ในโฆษณาบนเว็บไซต์เลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3: “คุณภาพเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ต้องเหมาะสมกับราคาที่จ่ายและได้คุณภาพตามนั้นด้วย”

### 3) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับความหลากหลายของสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4: “เวลาไปเที่ยวอยากได้สถานที่พักเป็นแบบครอบครัวที่เราสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย เช่น มีสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก มีนวดสปาสำหรับคุณแม่ มีสนามกอล์ฟของคุณพ่อ อะไรประมาณนั้น เพื่อให้ทุกคนในครอบครัวได้มีกิจกรรมร่วมกัน”

## 1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการที่จะให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยสำหรับการจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต เพราะลูกค้าส่วนมากมักจะจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งบางครั้งอาจจะยังไม่มั่นใจเกี่ยวกับระบบการจ่ายเงินผ่านระบบบัตรเครดิต

## 2. การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการทางธุรกิจท่องเที่ยวส่วนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และยังไม่ค่อยมีความพร้อมในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5: “ถ้าพูดในแง่ของธุรกิจท่องเที่ยว ข้อดีและข้อเสีย ก็คือ ในส่วนของโรงแรมขนาดเล็ก ผมคิดว่าตัวนี้ยังน้อยไป ในเรื่องของการทำการตลาดของเรื่องออนไลน์ตัวนี้ เพราะว่าแต่ละหน่วยงานยังมีความรู้และความสามารถตรงนี้น้อยมาก ความพร้อมมีน้อยมาก แต่ถ้าเกิดเทียบกับโรงแรมใหญ่ๆ ผมคิดว่าสูง อันนี้คือเป็นอุปสรรคเลย แต่ถ้าเป็นเรื่องของในส่วนของโรงแรมที่อยู่ ที่โรงแรมวาญิกานี้ ผมบอกเลยว่าเราทำ เราค่อนข้างโตในเรื่องนี้ คือว่าเรามีจุดด้อยตรงนั้นคือในเรื่องของ เป็นเมืองที่ยังไม่เปิดมาก เพราะฉะนั้นในเรื่องของการที่จะสื่อให้ข้างนอกได้เห็นของ เราว่าเรามีอะไร เราก็ต้องมาใช้ในเรื่องของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เรื่องของ Social media ต่างๆ Social media ที่ใช้ตอนนี้คือ ที่แน่ๆ เลย ถ้าบอกว่าหลักเลย Social ก็ Facebook Twitter Line ต้องบอกว่าตอนนี้เป็นเทรนด์ที่มาใหม่มาก Instagram ที่นี้ Line บอกว่า Line ทำมาเก็ตติ้งตรงไหน ในเฟซบุ๊ก จะมีติดถ้าบอกว่าเราใช้ Ipad Iphone ถ้าเป็นของโรงแรม พอเปิดสมาชิกทั้งหมดส่วนมาก จะใช้ Line เราก็จะได้ฐาน Data เข้ามาโดยอัตโนมัติ การโต้ตอบส่วนมาก Line ค่อนข้างเป็นส่วนตัวมากกว่า เฟสบุ๊ก แล้วก็สามารถต่อรอง สอบถามราคาได้ การให้ราคาหรือการสรุปการขาย จบการขายง่ายกว่า ถ้าถามว่าตอนนี้มีเปอร์เซ็นต์การจองผ่าน Line แล้วก็เฟซบุ๊กเยอะไหม ค่อนข้างเยอะ ผมตอบเลยว่าเยอะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6: “ถ้าบอกถึงพฤติกรรม กลุ่มที่มาพักที่โรงแรม อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นเลยครับ 20 ปี ถึงอาวุโสเลยจริงๆ การขายการตลาดพวกนี้ คือเราไม่ได้ขายแค่กลุ่มเดียว เราขายทุกกลุ่มตั้งแต่คนไทย และชาวต่างประเทศ เรื่องของรักสุนัข อะไรต่างๆ คือเราขายทุกมุม เราไม่ปิดกันเลย วิวแชร์เราก็ขาย พอขายตรงนี้เรื่องของกลุ่ม อายุ เพศของกลุ่มเป้าหมายมันก็เลยเหมือนกับว่ามีช่องทางเลือกมากขึ้น แต่ที่นี้กลุ่มที่เกี่ยวกับเรื่อง Social media ค่อนข้างที่จะไวมาก เพราะฉะนั้นการที่จะเข้ามาเข้าพักอะไรต่างๆ ต้องมีการวัดผล ต้องมีการเช็คต่างๆ ว่า ตอนนี้ที่นี้โฆษณาอย่างนี้จริงหรือเปล่า อันนี้คือเป็นสื่อที่สองคมครับ ทั้งดีและไม่ได้ เพราะฉะนั้นเราก็ต้องหันกลับมาดูว่า เราจะต้องเน้นในเรื่องของการบริการเอาใจใส่มากขึ้น เพื่อรักษารฐานลูกค้าเก่าและต่อยอดไปทางลูกค้าใหม่”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7: ตอนนี้มี Paypal ซื้อได้ผ่าน Paypal เลยแต่ลูกค้าบางคนไม่ยอมพกเงินไปเยอะ เพราะว่าของเรายูบงดอย บนป่า ไม่ค่อยสะดวกรับเครดิตการ์ด ก็จะมีบอกว่า คุณต้องเตรียมเงินสดมานะ บางคนก็บอก เงินมันก็เยอะฉันทจ่ายผ่าน ไปเลยแล้วกัน เราก็เลยเริ่มทำ Paypal account แล้วก็สบายใจทั้งสองฝ่าย เราก็ลูกค้ามาแน่นอน ลูกค้าก็ฉันทจ่ายไปแล้ว ฉันทได้ทัวร์แน่นอนอะไรอย่างนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8: คนไทยยังเป็นแบบเดิมอยากจะมีการโต้ตอบ โทรศัพท์ จองทางโทรศัพท์มากกว่าถ้าเป็นต่างประเทศเขาก็จะจองผ่านอีเมลแล้วก็จองผ่านออนไลน์ไปเลย เพราะว่าคนไทยส่วนใหญ่คิดว่าจองทางออนไลน์ไม่ปลอดภัยอันนั้นคือปัญหาหลัก อาจะยุ่งยากแล้วก็มีปัญหาพวก Security อะไรพวกนี้อยู่ แต่ว่าเดี๋ยวนี้หลังๆ นี้ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องความปลอดภัยแล้ว

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 : ในความคิดของเนตรเนี่ยโลกปัจจุบันนี้สำคัญมากในการทำเว็บไซต์ เราอยู่ประเทศไทยเอาเป็นว่าประเทศไทยในกรุงเทพหรือว่าในต่างจังหวัดจะมาหาเราที่ Office เป็นไปได้ยากมากแต่ว่าเขาจะพบเราจากเว็บไซต์ ดังนั้นเว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญมากในประเทศต่างประเทศมาหาเราอยากเข้าไปใหญ่เขาก็ดูเราจากเว็บไซต์แต่เวลาที่เขาดูเว็บไซต์เป็นสื่อเนี่ย เนตรจะไม่ใช้สื่อผ่านการเงินเพราะ Security ยังน่ากลัวอยู่เราก็จะหยุดแค่อิมพอเม้นชั่นเราก็จะให้เฉพาะข้อมูลของลูกค้าที่จะรู้จักเรามากกว่าหรือแม่แต่รู้จักเรา บริษัทเรา ประเทศเราจากเว็บไซต์ แต่ถ้าเขาจะ Booking เขาก็จะส่งอีเมลล์เข้ามามากกว่า คือจริงๆ บริษัทเราก็ใช้นะ โอนเงินอินเตอร์เน็ตเหมือนกันแต่เฉพาะยอดเงินที่ไม่มาก เฉพาะที่เราลือคได้ปลอดภัยตรงนี้ถ้าเยอะๆ จริงๆเราก็ต้องไปแบงค์เหมือนกัน ถ้าสมมุติว่าจ่ายเงินออนไลน์ได้เลยมันจะสะดวกมากแต่แค่ตอนนี้ระบบมันยังไม่เวิร์ก ไม่ปลอดภัยเราก็ไม่อยากจะใช้มันเมื่อไรที่เรามั่นใจมันเราจะใช้มากกว่า

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 : เรื่องของระบบ IT ต่างๆ ผมว่าพวกฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ต่างๆ ค่อนข้างจะแพง บางท่านบอกว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ก็บอกแล้วก็เข้ามาเพราะฉะนั้นธุรกิจเล็กๆ ถ้าเอาไปลงไม่ไหว แค่ทำเวปอย่างเดียวบางที่ยังไม่มีปัญหาทำ ยังดีที่ว่าตอนนี้มีเฟสบุ๊ค มีพวกนี้เข้ามาช่วยแต่ผู้ประกอบการเหล่านี้ก็ยังไม่รู้จัก เพราะฉะนั้นถ้าเกิดเราให้พวกนี้เขาไปให้องค์ความรู้เขาหลายๆ ผมบอกว่า เป็นการช่วยเขาได้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11 : แนวโน้มของลูกค้าจะซื้อผ่าน E-Commerce เยอะขึ้น แต่ตอนช่วงเปิดใหม่ๆ ก็ปัญหาเยอะ เรื่องระบบจ่ายเงิน เพราะตอนนี้เราจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิตอย่างเดียว ซึ่งอนาคตก็จะ ที่จะพัฒนาเพิ่มอาจจะต้องมี Paypal แล้วก็ระบบโอนเงินผ่านแบงค์ หรือ Mpay พวกนั้นเข้ามาซึ่งตอนนี้เดี๋ยวก็ต้องรอนโยบายจากผู้บริหารว่าจะไปทางไหน