

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

###### 1.1 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 510 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 53.53 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 40.59 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 62.94 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 63.53 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37 กลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000 – 5,000 บาท มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 มีวิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 44.89 โดยสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 56.89 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 และ ร้านอาหารที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้านจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมา ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.79ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมาคือ การรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ( $\bar{X} = 3.98$ ) และแสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการในแต่ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความหลากหลายของสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมาคือ การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 4.03$ ) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

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

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ( $\bar{X} = 4.03$ ) และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ ( $\bar{X} = 3.94$ ) ตามลำดับ

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็น ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.14$ ) รองลงมาคือ ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.07$ ) และเป็นการกระตุ้นเกิดความสนใจ ในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ( $\bar{X} = 3.92$ ) ตามลำดับ

## 1.2 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มาจากประเทศอังกฤษ จำนวน 81คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาเป็นเยอรมนี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และแคนาดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 901 – 1,200 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75

2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) 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 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือราคาถูกกว่าที่อื่น จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 56.69 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50 – 100 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 มีวิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 และสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือ บริษัททัวร์/นำ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 33.07 และ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 54.58 รองลงมา ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.09 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ( $\bar{X}$  =4.13) รองลงมาคือ ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตรั่วไหล ( $\bar{X}$  =4.11) และเว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า ( $\bar{X}$  =4.10) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากที่สุดในประเด็นการ

แจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ( $\bar{X}=4.19$ ) รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}=4.13$ ) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ( $\bar{X}=4.06$ ) ตามลำดับ

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

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

4) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุดประเด็นเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ( $\bar{X}=4.10$ ) รองลงมาคือ ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ( $\bar{X}=4.09$ ) และเชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X}=4.07$ ) ตามลำดับ

### 1.3. ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 411 คน พบว่า ประเภทองค์กรของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 39.90 มีประเภทของสินค้าและบริการเป็นประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว และเป็นประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก โดยมีจำนวนเท่ากันคือ 103 คิดเป็นร้อยละ 25.06 มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 5 ปี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 64.23 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าคุณค่าเป้าหมายในประเทศมีสัดส่วนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.42) รองลงมาคือกลุ่มต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 44.59) และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.28

2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 94.16 มีกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 74.94 มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 55.96 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain name) แบบ .com จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 75.65 มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 50.43 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้าง

ของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 57.39 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าสาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก คือ เป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมา เพราะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 77.83 และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 69.57 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่ไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดว่า สาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก เป็นเพราะ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 64.09 รองลงมาเพราะไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงเกินไป จำนวน 86คน คิดเป็นร้อยละ 47.51 ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจากเป็น “ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย” ( $\bar{X}=4.14$ ) รองลงมาคือประเด็น “การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและดึงดูดความสนใจลูกค้า” ( $\bar{X}=4.11$ ) และประเด็น “การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า” ( $\bar{X}=4.07$ ) ตามลำดับ

4) ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุดคือประเด็น “ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}=4.13$ ) รองลงมาคือประเด็น “การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน” ( $\bar{X}=4.12$ ) และประเด็น “ภาพลักษณ์ของธุรกิจ/สินค้าและบริการ” ( $\bar{X}=4.11$ ) ตามลำดับ

และความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ” ( $\bar{X}=4.02$ ) รองลงมาคือประเด็น “ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}=4.01$ ) และประเด็น “ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว” ( $\bar{X}=3.96$ ) ตามลำดับ

5) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า

5.1) ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ท่านคิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือไม่ หน่วยงานของท่านมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(e-Commerce) หรือไม่ สาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.2) ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หน่วยงานของท่านมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หรือไม่ จำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงที่ผ่านมาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ธุรกิจของท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประมาณ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประมาณ สาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ธุรกิจ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.3) ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ การให้ความรู้ทางด้านบริหารจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย ความสะดวกในการค้นหาสินค้าและข้อมูลของสินค้าและบริการ บริการข่าวสารของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าอย่างเป็นปัจจุบัน บริการกระดานข่าวให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการ ข้อมูลของสินค้าและบริการ มีรูปภาพประกอบ การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า การให้ลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิกก่อนใช้บริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความต้องการในภาพรวม สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.4) ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ การตลาดและการส่งเสริมการขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การให้ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณการทำการค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย บริการกระดานข่าวให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการ การให้ลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิกก่อนใช้บริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การแสดงถึงการดำเนินไปของกระบวนการสั่งซื้อและผลของการสั่งซื้อสินค้าและบริการ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.5) ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีระดับความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เรื่องคุณภาพของการให้บริการผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ระบบรักษา

ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การทำตลาด โฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการขาย และในภาพรวม อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่อง สินค้าที่นำเสนอขายไม่สามารถจับต้องได้ ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.6) ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่องนโยบายสนับสนุนของภาครัฐ ระบบการขนส่งที่มีคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้าและบริการและในภาพรวม อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่อง ความมั่นใจของลูกค้าที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

#### 1.4 ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความคิดเห็นความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเด็นเว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตทั่วโลก และในภาพรวมด้านสินค้าและบริการในประเด็นการแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน การปรับปรุงและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง และในภาพรวม ด้านการสั่งซื้อ ในประเด็นสามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา การรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ และด้านอัตราประโยชน์ของผู้บริโภคในประเด็นสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความคิดเห็นระดับความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว เกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการ เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน เชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจนั้นๆ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ทำให้เกิดความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างด้วยการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และในภาพรวม สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

## 2. สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์และจัดสัมมนากลุ่ม (Focus group) โดยได้มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 5 ราย และจัดสัมมนากลุ่มผู้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 17 ราย ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสรุปได้ดังนี้

### 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นจะอยู่ในกลุ่มช่วงอายุประมาณ 20-50 ปี และมีการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยส่วนมากมักจะมีพื้นฐานของการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับพอสมควร

ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวค้นหาสำหรับการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ

#### 1) ราคา

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องของราคาของสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก โดยจะทำการเลือกสินค้า/บริการในราคาที่ต้องการ

#### 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์/การให้บริการ

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพและการให้บริการของสินค้า/บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาด้วย

#### 3) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับความหลากหลายของสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางด้านการท่องเที่ยว

### 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการที่จะให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยสำหรับการจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต เพราะลูกค้าส่วนมากมักจะจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งบางครั้งอาจจะยังไม่มั่นใจเกี่ยวกับระบบการจ่ายเงินผ่านระบบบัตรเครดิต

### 3) การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการทางธุรกิจท่องเที่ยวส่วนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และยังไม่ค่อยมีความพร้อมในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจท่องเที่ยว

## อภิปรายผล

### 1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นจะอยู่ในช่วงวัยทำงาน ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ในช่วงระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งพบว่าลักษณะความแตกต่างของประชากรมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารของ Berlo (1960) เกี่ยวกับความสำคัญของการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) ทศนคติ (Attitude) และระดับความรู้ (Knowledge levels) เป็นปัจจัยที่ทำนามประกอบการตัดสินใจของบุคคล บุคคลที่มีระดับความรู้ หมายถึง ระดับการศึกษาที่เท่าเทียมกัน หรือใกล้เคียงกัน การสื่อสารจึงจะประสบความสำเร็จ แต่ถ้าระดับความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีความแตกต่างกันมากจะต้องมีการปรับความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในด้านของภาษาถ้อยคำ และสำนวนที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุปราณี จรรย์พร (2541) เกี่ยวกับลักษณะประชากรด้านอายุที่แตกต่างมีผลกับการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 63.53 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมามีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.37 กลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) คิดเป็นร้อยละ 44.12 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ คิดเป็นร้อยละ 72.00 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.67 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.22 มีวิธีการที่ทานชำระค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM คิดเป็นร้อยละ 44.89 โดยสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 56.89 รองลงมา จอตั้งตัวเครื่องบิน/เช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 21.33 และ ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.56 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจาก ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมา ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 41.75 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 35.79 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาเป็นบริษัททัวร์/นำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.00 และบริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.50 และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) คิดเป็นร้อยละ 31.75 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือราคาถูกกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 61.42 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.69 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50 – 100 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 54.33 มีวิธีการที่ท่านชำระค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 61.42 และสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือ บริษัททัวร์/นำ คิดเป็นร้อยละ 33.07 และ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 15.75ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.58 รองลงมาไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 12.09 และไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ คน คิดเป็นร้อยละ 7.33ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เชนินญา ใจสมุทร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า ระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมในด้านผลิตภัณฑ์ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมในด้านผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติในระดับดี ด้านราคาสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายมีทัศนคติในระดับปานกลาง ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเดือนละครั้ง ซื้อผ่านเว็บไซต์ [www.weloveshopping.com](http://www.weloveshopping.com) ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่ซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้ Search engine เคยซื้อสินค้าเพื่อความบันเทิง ซื้อสินค้าใหม่ ใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท ชำระเงินค่าสินค้าโดยผ่านธนาคาร การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตกับอาชีพมีความสัมพันธ์ระดับต่ำแต่ไม่ขึ้นกับระดับการศึกษา พฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับปานกลาง ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรม

ซื้อสินค้าในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่สนใจด้านราคา การจัดทำนาย และที่สนใจด้านการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

## 2. การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการพบว่า ประเภทองค์กรของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 39.90 มีประเภทของสินค้าและบริการเป็นประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว และเป็นประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก โดยมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.06 มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.23 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศมีสัดส่วนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.42) รองลงมาคือกลุ่มต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 44.59) และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.28

พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 94.16 มีกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 74.94 มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จำนวนคิดเป็นร้อยละ 55.96 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain name) แบบ .com คิดเป็นร้อยละ 75.65 มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.43 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.39 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.70 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าสาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก คือ เป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น จำนวน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาเพราะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 77.83 และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 69.57 ตามลำดับ ผู้ประกอบการที่ไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดว่า สาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก เป็นเพราะ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 64.09 รองลงมาเพราะไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 51.38 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 47.51 ตามลำดับ ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจากเป็น ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทั่วถึงและปลอดภัย รองลงมาคือ การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและดึงดูดความสนใจลูกค้า และประเด็น การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือ ประเด็น ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ ประเด็น การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน และประเด็น ภาพลักษณ์ของธุรกิจ/สินค้าและบริการ ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือ ประเด็น ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ ประเด็น ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเด็น ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ ปิยาภา อินทนนท์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce) กับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25-30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบกิจการอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีธุรกิจรูปแบบผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิต (Credit card) ในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ และส่วนใหญ่ใช้ช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ คือ หน้าร้าน ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านการดำเนินงาน คือ ช่วยให้กิจการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับลูกค้า ก่อให้เกิดความผูกพัน มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างลูกค้าและกิจการ ส่วนใหญ่ช่วยสนับสนุนให้กิจการมีบทบาทในเชิงรุก เช่น กิจการสามารถเลือกหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดสินค้าหรือบริการ ได้ตามความพึงพอใจ ส่วนใหญ่สามารถปรับปรุงกิจการโดยการเตรียมข้อมูลของผลิตภัณฑ์หรือบริการไว้บริการได้ตรงความต้องการ ส่วนใหญ่มีผลการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การดำเนินงานตามเป้าหมายของกิจการที่ตั้งไว้ และส่วนใหญ่มีอุปสรรค คือ บุคลากรของกิจการขาดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ในงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขาดการฝึกอบรมและการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่สามารถนำข้อมูลของลูกค้าที่ได้มาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องตลอดเวลา ส่วนใหญ่ช่วยให้กิจการได้เปรียบคู่แข่งเพราะทำการตลาดผ่านตัวแทน หรือนายหน้าในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยการทำ Affiliate Marketing ส่วนใหญ่มีเทคโนโลยีเว็บไซต์ที่มีการปรับปรุงรูปแบบ สี สัน และข้อมูลสินค้าหรือบริการต่างๆ บนเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ส่วนใหญ่มีระบบรักษาความปลอดภัยสามารถปกป้องข้อมูลลูกค้าได้เป็นอย่างดี ส่วนใหญ่มีระบบรักษาความปลอดภัย และรับผิดชอบความเสียหายที่จะเกิดขึ้นระหว่างการรับ/ส่งสินค้า

หรือบริการ และส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐบาลออกกฎหมายควบคุมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเคร่งครัด ทำให้กิจการต้องมีการพัฒนาความสามารถให้สอดคล้องกับกฎหมายที่กำหนด

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาและศึกษาความรู้ ความชำนาญ และศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) อย่างสม่ำเสมอ ควรมีการฝึกฝน อบรม สนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีทักษะและเข้าใจงานตรงกัน ควรวิเคราะห์คู่แข่งอยู่เสมอ เพื่อให้รู้เท่าทันคู่แข่ง และควรปรับปรุงเว็บไซต์ของตนเองให้มีความน่าสนใจทั้งในด้านภาพ เสียงและกิจกรรมต่างๆ ที่นำเสนอออกไปควรมีให้เลือกหลากหลาย ไม่น่าเบื่อ ไม่ล่าช้า และควรมีหลายภาษาให้เลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น อีกทั้งควรมีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย น่าเชื่อถือ รวดเร็ว สามารถตรวจสอบได้ พร้อมรับผิดชอบความเสียหายที่จะเกิดขึ้นด้วย

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อลูกค้าสามารถซื้อสินค้าหรือบริการบนเว็บไซต์แล้วพอใจ อยากกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นการพัฒนาให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ต้องสร้างหน้าเว็บไซต์ e-Commerce ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านข้อมูล รายละเอียดต่างๆ รูปภาพ สี สัน กราฟิก รูปแบบการชำระเงินมีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย มีการอัปเดตข้อมูลทุกวัน มีโปรโมชั่นของสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้ลูกค้าเลือกสรร สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้อย่างเต็มที่ ก็สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีการบอกต่อและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

1.3 สิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงอีกประการหนึ่ง คือ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ลูกค้าได้รับการบริการทางการท่องเที่ยวดีเหมือนกับที่กิจการการได้โฆษณาเอาไว้ในเว็บไซต์ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของกิจการดี เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อด้วย

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับ Mobile Commerce หรือการพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ Mobile Commerce ในธุรกิจการท่องเที่ยว และความพร้อมของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการรองรับ Mobile Commerce