

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาความสำคัญและรูปแบบของการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน (ความคิดเห็นด้านการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ความคิดเห็นด้านผลการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปสรรค) ที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (3) เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอก (ด้านลักษณะสินค้า ด้านคู่แข่ง ด้านเทคโนโลยี ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ด้านการขนส่ง และด้านการสนับสนุนของรัฐบาล) ที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวน 400 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t test การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA)

และวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อนเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ในกรณีที่พบความแตกต่าง
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์การ-
อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้า และ บริการ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่
เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบกิจการอยู่ที่กรุงเทพและปริมณฑล
ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี
และส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานปัจจุบัน คือ พนักงาน

2. ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์การ-
อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้า และ บริการ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่
มีธุรกิจรูปแบบผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (Business to Consumer--B2C) ส่วนใหญ่ใช้
บัตรเครดิต (credit card) ในการชำระค่าสินค้า หรือบริการ และส่วนใหญ่ใช้ช่องทางหลัก
ในการจำหน่ายสินค้า หรือบริการ คือ หน้าร้าน

3. ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์-
อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้า และบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มี
ความคิดเห็นด้านการดำเนินงาน คือ ช่วยให้กิจการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่สามารถ
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับลูกค้า ก่อให้เกิดความผูกพัน มีการติดต่อแลกเปลี่ยน
ข้อมูลระหว่างลูกค้าและกิจการ ส่วนใหญ่ช่วยสนับสนุนให้กิจการมีบทบาทในเชิงรุก
เช่น กิจการสามารถเลือกหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการ ได้ตาม-
ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่สามารถปรับปรุงกิจการ โดยจัดเตรียมข้อมูลของผลิตภัณฑ์
หรือบริการไว้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ ส่วนใหญ่มีผลการดำเนินงานบรรลุ
วัตถุประสงค์การดำเนินงานตามเป้าหมายของกิจการที่ตั้งไว้ และส่วนใหญ่มีอุปสรรค
คือ บุคลากรของกิจการขาดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ในงานด้านพาณิชย์-
อิเล็กทรอนิกส์ ขาดการฝึกอบรมและการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

4. ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์-
อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้า และบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่

237722

สามารถนำข้อมูลของลูกค้าที่ได้ มาปรับปรุงคุณภาพสินค้า หรือบริการ ได้อย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องตลอดเวลา ส่วนใหญ่ช่วยให้กิจการได้เปรียบคู่แข่งเพราะทำการตลาดผ่านตัวแทน หรือนายหน้าในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยการทำ Affiliate Marketing ส่วนใหญ่มีเทคโนโลยีเว็บไซต์ที่มีการปรับปรุงรูปแบบ สี สัน และข้อมูลสินค้าหรือบริการต่าง ๆ บนเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ส่วนใหญ่มีระบบรักษาความปลอดภัยสามารถปกป้องข้อมูลลูกค้าได้เป็นอย่างดี ส่วนใหญ่มีระบบรักษาความปลอดภัย และรับผิดชอบความเสียหายที่จะเกิดขึ้นระหว่างการรับ/ส่งสินค้าหรือบริการ และส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐบาลออกกฎหมายควบคุมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเคร่งครัด ทำให้กิจการต้องมีการพัฒนาความสามารถให้สอดคล้องกับกฎหมายที่กำหนด

237722

In this thesis, the researcher investigates (1) the importance and patterns of electronic commerce (e-commerce) services provided by entrepreneurs in the Thai tourism industry. The researcher also considers (2) the internal factors—opinions regarding the operation of e-commerce in Thailand, opinions regarding the performance of e-commerce and obstacles to e-commerce—involved in the development of the Thai tourism industry. Finally, the researcher inquires into (3) external factors—characteristics of products, competition, technology, security systems, transportation, and government support—fostering the development of the Thai tourism industry.

The sample population consisted of 400 tourism industry entrepreneurs who maintained e-commerce websites allowing for payment for products and services via the Internet. The instrument of research was a questionnaire.

Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data obtained in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation. The techniques of *t* test and One-way analysis of variance (ANOVA) were also used for testing purposes. The method of least significant difference (LSD) was used when differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

1. The entrepreneurs under study were mostly males between the ages of twenty-five and thirty. Most maintained their businesses in Bangkok and its environs and were holders of a bachelor's degree with five to ten years of work experience employed in their present jobs.

2. The form of business conducted by these entrepreneurs falls under the rubric of "business-to-consumer" (B2C). Most of them accepted credit cards as a medium of payment for products or services. Most of them used their business establishment as the place serving as the main channel of product or service distribution.

3. Most of the entrepreneurs under study were of the opinion that conducting business operations through e-commerce methods helped augment income. Most of them created good relationships between their businesses and customers. This in turn fostered commitment and an exchange of information between customers and their businesses. It also fostered a

progressive role for these businesses, inasmuch as they could thereby select or participate in determining the prices for products or services that were mutually satisfactory. The businesses could be improved by preparing more adequate information regarding products or services for customers in direct response to their needs. Most of them found that their business operations were consonant with their set objectives. Most of them had obstacles in respect to uninformed personnel who were deficient in knowledge, were not capable, and who had a paucity of experience in e-commerce. Personnel are insufficiently trained and do not develop themselves on a regular and continuous basis.

4. Most of the entrepreneurs under study could make use of information given by customers to improve the quality of products or services in a speedy and continuous manner. E-commerce provides advantages for businesses in competing with competitors because marketing was conducted through representatives or agents allowing access to customers through affiliate marketing. Most of them had website technology that allowed for consistent improvement in patterns, colors, and information concerning products or services. Most of them had security systems that could effectively protect customer data. They were also responsible for damages that might occur during the sending or receiving of products or services. Most of them would like the government to issue laws strictly controlling the e-commerce business. This will lead to this type of e-business being universally and fully in compliance with the law with fewer risks involved for all concerned.