

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว
ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โดย นางสาวพัชรีนุช รัตนภิรมย์

อาจารย์ที่ปรึกษา อ.ศันสนีย์ ลิ้มพงษ์

กรรมการ นายจักรินทร์ เพิ่มสิน

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา

2549

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต มาใช้ในการดำเนินการด้านการตลาด
ทางการท่องเที่ยว นอกจากจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากแล้ว ยัง
ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพราะผู้บริโภคสามารถที่จะติดต่อซื้อขายกับ
ผู้ผลิตได้โดยตรง สำหรับสินค้าที่ค้าขายทางอินเทอร์เน็ตนั้น พบว่าสินค้าด้านการท่องเที่ยวเป็น
สินค้าที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มของผู้ที่ซื้อสินค้าออนไลน์ และตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์
กำลังได้รับความนิยมจากด้านผู้ประกอบการที่เข้าสู่ธุรกิจนี้มากขึ้น จึงเป็นที่มาของความสนใจใน
การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบ
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการใช้ระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่
มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ 2 ส่วนคือ ส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการ
ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย และข้อมูล
ทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ พบว่ามีระดับของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มากขึ้น กล่าวคือ ผู้
ให้บริการธุรกิจท่องเที่ยวมีการพัฒนาระบบการจองบริการ เช่น การจองที่พัก จองตั๋วเครื่องบิน หรือ
จองบริการนำเที่ยว ให้สามารถทำการจอง และชำระเงินผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทันที

ทำให้รูปแบบของการทำธุรกิจให้บริการการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แต่การพัฒนากฎหมายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเพื่อรองรับการค้าเงินธุรกรรม ยังอยู่ในช่วงการดำเนินการ ลูกค้าส่วนใหญ่จึงยังรู้สึกไม่ได้รับการคุ้มครองความปลอดภัยด้านข้อมูล ทำให้ยังไม่กล้าใช้จ่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่สอง เป็นการศึกษาพฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 184 คน ผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ www.trekkingthai.com www.tarutaospeedboat.com www.tourthai.com www.lonelyplanet.com และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากแหล่งท่องเที่ยว และย่านธุรกิจ ในช่วงเดือนกรกฎาคม และสิงหาคม พ.ศ. 2549 พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ของกลุ่มตัวอย่างชาวไทยและชาวต่างประเทศแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยส่วนใหญ่ ชอบหาข้อมูลท่องเที่ยวจากทางอินเทอร์เน็ต แต่ไม่ค่อยซื้อ ในขณะที่ผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศใช้เว็บไซต์ดังกล่าว นอกจากเพื่อหาข้อมูลท่องเที่ยวแล้ว ยังใช้เพื่อจองที่พัก และบริการการเดินทาง

ผู้ใช้บริการชาวไทยส่วนใหญ่คิดว่าปัญหาความไม่มั่นใจในความปลอดภัยของระบบการชำระเงิน และคุณภาพของบริการท่องเที่ยวที่จะได้รับ เป็นปัญหาสำคัญในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจท่องเที่ยวไทย ส่วนการที่ไม่สามารถหาเว็บไซต์ที่มีข้อมูลตรงกับความต้องการได้ เป็นปัญหาที่สำคัญของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ชาวต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศพบว่า กลุ่มที่มีระดับช่วงอายุที่มากขึ้น และระดับรายได้ที่สูงขึ้น มีโอกาสที่จะเป็นผู้ที่จะซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มักเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว หรือเลือกการใช้เครื่องบินในการเดินทาง และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เช่น กลุ่มชาวยุโรป หรือผู้ที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยโดยลำพังหรือกับครอบครัว รวมถึงกลุ่มคนไทยและคนต่างประเทศที่สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น การเดินป่า ดำน้ำ และเลือกพักแรมที่โรงแรม บังกะโล/รีสอร์ต หรือที่พักในเขตอุทยาน กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว มีโอกาสที่จะเป็นผู้ที่ซื้อบริการการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ และระยะเวลาในการทำงานอินเทอร์เน็ตมาก รวมทั้งเคยมีประสบการณ์สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และกลุ่มที่มีการใช้บริการจองทัวร์ จองโรงแรมที่พัก จองตั๋วเครื่องบิน จองรถไฟ และบริการเช่ารถ ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ล้วนเป็นกลุ่มที่มีโอกาสจะเป็นผู้ซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์นั้นๆ มาก