

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทั้งผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการออกสำรวจเพื่อแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการศึกษากายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้

#### 3.1 กรอบการวิเคราะห์

ในการศึกษาถึงพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถกำหนดกรอบการวิเคราะห์ของปัจจัยในการอธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว ดังนี้

##### ตัวแปรในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะเว็บไซต์การท่องเที่ยว และปัจจัยทางการตลาด

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ท่องเที่ยว

#### 3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 200 คน ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวไทย จำนวน 100 คน และชาวต่างประเทศจำนวน 100 คน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บได้ แบ่งเป็นคนไทย จำนวน 110 คน และคนต่างประเทศจำนวน 74 คน

### วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 วิธี คือ

1) การเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภท Non-probability แบบ Convenience/Accidental Sampling หมายถึง การเลือกตัวอย่างที่ไม่สามารถคาดการณ์หรือเดาได้ล่วงหน้าว่าแต่ละหน่วยประชากรจะถูกเลือกมาเป็นตัวอย่างหรือไม่ เป็นวิธีการเลือกหน่วยตัวอย่างที่เข้ามาในพื้นที่ที่ทำการศึกษา ดังนั้นจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย อันได้แก่ [www.trekkingthai.com](http://www.trekkingthai.com) [www.tarutaospeedboat.com](http://www.tarutaospeedboat.com) [www.tourthai.com](http://www.tourthai.com) และ [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com) ซึ่งเป็นคนกลุ่มใดก็ได้ เพื่อเป็นประชากรเป้าหมายของการศึกษาในครั้งนี้

2) การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลที่เป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมาย โดยการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ที่ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบริเวณถนนข้าวสาร วัดพระแก้ว ดอนเมือง และกลุ่มคนทำงานในย่านธุรกิจ และกลุ่มนักศึกษา โดยการสอบถามก่อนว่าเคยใช้เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่ แล้วจึงคัดมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการตอบแบบสอบถาม

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในส่วนของการศึกษาพฤติกรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ แบบสอบถาม ที่สร้างโดยอาศัยการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวถึงในบทที่ 2 เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษา ในรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และในรูปแบบกระดาษ ซึ่งจัดทำขึ้นเป็น

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษอย่างละ 1 ชุด ลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้ เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวดังกล่าว ได้แก่ เชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้ เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้คำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้และซื้อสินค้าและบริการต่างๆไป ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งใช้คำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ และซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งใช้คำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก ร่วมกับคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องคุณลักษณะของเว็บไซต์ท่องเที่ยวประเทศไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการ ซึ่งใช้คำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก ร่วมกับคำถามปลายเปิด

เกณฑ์ที่ใช้วัดระดับความคิดเห็น เป็นการให้คะแนนแบบประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยอ่านเรียงคะแนนจากมากไปหาน้อย ดังนี้

เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ค่าคะแนนเท่ากับ 5

เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมาก ค่าคะแนนเท่ากับ 4

เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง ค่าคะแนนเท่ากับ 3

เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจน้อย ค่าคะแนนเท่ากับ 2

เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจไม่มีผลเลย ค่าคะแนนเท่ากับ 1

ซึ่งรายละเอียดของแบบสอบถามดูได้จากภาคผนวก ก

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ดังนี้  
ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะทำการสำรวจข้อมูลด้านผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการสัมภาษณ์เว็บไซต์ดังต่อไปนี้

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียด
www.hotels2thailand.com	ให้บริการจองโรงแรมที่พักในประเทศไทย
www.thaifly.com	ให้บริการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ บริการจองโรงแรม และบริการจองการนำเที่ยวออนไลน์
www.noomsaotours.com หรือ www.nstravel.com	ธุรกิจจัดนำเที่ยวภายในและต่างประเทศ และบริการจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรมที่พัก บริการรถเช่า
www.trekkingthai.com	ข้อมูลการท่องเที่ยว และจัดนำเที่ยวสำหรับผู้ที่ชอบการเดินทางแบบเดินป่า ผจญภัย

สำหรับแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ครั้งในการศึกษานี้ ได้มาจากการใช้แบบสอบถามประเภทกรอกเอง กับกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยลงประชาสัมพันธ์การตอบแบบสอบถามที่เว็บบอร์ดของเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียด
www.trekkingthai.com	ข้อมูลการท่องเที่ยว และจัดนำเที่ยวสำหรับผู้ที่ชอบการเดินทางแบบเดินป่า ผจญภัย
www.tarutaospeedboat.com	บริการนำเที่ยวทะเลฝั่งอันดามันของประเทศไทย
www.tourthai.com	รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร เทศกาล ประเพณี ของฝากของที่ระลึก และอื่นๆ ของประเทศไทย
www.lonelyplanet.com	รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยวทั่วโลก

เพื่อให้ผู้ที่สนใจทำแบบสอบถามไปดาว์นโหลดแบบสอบถาม ในรูปเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ฝากเอกสารข้อมูลไว้ที่ [www.siamenews.com](http://www.siamenews.com) และส่งแบบสอบถามที่ตอบคำถามสมบูรณ์แล้วกลับมาอยู่ที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) ของผู้วิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ยังได้มาจากการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามแบบกระดาษด้วย แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวบริเวณถนนข้าวสาร วัดพระแก้ว ท่าอากาศยานดอนเมือง และนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มคนในย่านธุรกิจ ได้แก่ ถนนสีลม ถนนสาทร ตึกชินวัตร 3 (ถนนวิภาวดี) ย่านชอยอารีย์ (ถนนพหลโยธิน) และชอยนานาเหนือ (สถานีรถไฟฟ้านานา) กลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในสองส่วนนี้ มาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม - 7 กันยายน 2549 ซึ่งสามารถแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามแหล่งที่มาได้ดังนี้

แหล่งที่มา	จำนวนคนที่ตอบแบบสอบถาม	
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ
<a href="http://www.trekkingthai.com">www.trekkingthai.com</a>	30	-
<a href="http://www.tarutaospeedboat.com">www.tarutaospeedboat.com</a>	8	-
<a href="http://www.tourthai.com">www.tourthai.com</a>	6	-
<a href="http://www.lonelyplanet.com">www.lonelyplanet.com</a>	9	26
ถนนสีลม และถนนย่านสาทร	9	-
ตึกชินวัตร 3 ถนนวิภาวดี	9	-
ชอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน	2	-
ชอยนานาเหนือ	6	-
นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	25	-
นักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	6	-
ถนนข้าวสาร	-	13
วัดพระแก้ว	-	10
ท่าอากาศยานดอนเมือง	-	12
แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	-	13
รวม	110	74

เนื่องด้วยข้อจำกัดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเป็นชาวต่างประเทศที่ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้สามารถเก็บข้อมูลของชาวต่างประเทศได้เพียง 74 ชุดเท่านั้น ซึ่งน้อยกว่าจำนวนเป้าหมาย 100 ตัวอย่างที่กำหนดไว้ แต่เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ ต้องการเพียงจะอธิบายพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ไม่ได้เป็นการอธิบายพฤติกรรมของประชากร ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด

### ข้อมูลทุติยภูมิ

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ที่ใช้ในการศึกษาลักษณะและแนวโน้มการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้จากการรวบรวมบทความทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ที่หาได้จากห้องสมุดของมหาวิทยาลัย องค์กร และสถาบันต่างๆ รวมทั้งการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ([www.nectec.or.th](http://www.nectec.or.th)) Truehits.net สารบัญเว็บไทย ([www.truehits.net](http://www.truehits.net)) สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ([www.thaiecommerce.org](http://www.thaiecommerce.org)) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ([www.dbdmart.go.th](http://www.dbdmart.go.th)) ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ([www.ecommerce.or.th](http://www.ecommerce.or.th)) คณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ([www.etcommission.go.th](http://www.etcommission.go.th)) เป็นต้น

## 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

### ข้อมูลทุติยภูมิ

การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย หลังจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อ 1

### ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ด้านการท่องเที่ยว จะทำการวิเคราะห์และใช้วิธีการบรรยายในการอธิบายข้อมูลในส่วนของกรณีศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ครบถ้วน จะนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เชิงสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Packages for the Social Science: SPSS for window 12.0) ทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการซื้อสินค้า/บริการทั่วไป และพฤติกรรมการจองหรือสั่งซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยว โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลในการศึกษา ค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ โดยแสดงในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศไทย ที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านการตลาด คุณลักษณะของเว็บไซต์ โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับบรรยายระดับความคิดเห็น และใช้วิธีนำเสนอในรูปแบบตาราง

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดเกณฑ์ตามแนวของเบสท์ (ชวลิต สัมปทานรักษ์, 2548, น. 46) ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายความว่ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายความว่ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายความว่ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายความว่ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายความว่ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีทำตารางไขว้ (Cross Section Data) ที่อยู่ในรูปอัตราส่วนร้อยละ จากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนในการอธิบายพฤติกรรม