

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภค  
ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

A Study of the Attitude for e-Commerce Website of Tourist Industries Behavior in Sam Pran,  
Nakhon Pathom

อโนทัย บุญยะบุญ<sup>1</sup> ชมพูนุช เจริญปรีชา<sup>2</sup> พงศกร มาลา<sup>3</sup> จิรปิण्या ทิพประมวล<sup>4</sup> และ ปิตพิงษ์ ภิรมย์กิจ<sup>5</sup>

Anothai Bunyaboon<sup>1</sup>, Chompoonut Rianpreecha<sup>2</sup>, Pongsakorn Mala<sup>3</sup>, Jirapinya Thippramual<sup>4</sup> and Pitipong Phiromkij<sup>5</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>2</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>3,4</sup>สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>5</sup>สาขาวิชาการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>1</sup>Business Computer Program, Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

<sup>2</sup>Industrial Technology Department, Faculty of Science and Technology, Bangkok Thonburi University

<sup>3,4</sup>Management major, Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

<sup>5</sup>Logistics Department, Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

<sup>1</sup>Corresponding author e-mail: Anothai.bun@bkkthon.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2674-0413>

<sup>2</sup>E-mail: Chompoonut.ria@bkkthon.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0590-5816>

<sup>3</sup>E-mail: Pongsakorn.mal@bkkthon.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9141-3078>

<sup>4</sup>E-mail: Jirapinya.thi@bkkthon.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3470-698X>

<sup>5</sup>E-mail: Pitipong.phi@bkkthon.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6871-8161>

Received 21/09/2022

Revised 25/09/2022

Accepted 05/10/2022

## บทคัดย่อ

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นกลไกสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ธุรกิจประเภทการท่องเที่ยวก็เป็นธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลและเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงซึ่งผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้โดยอาจมีการสร้างเว็บไซต์ธุรกิจของตนเอง เพื่อเป็นช่องทางเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ต้องการติดต่อกับกิจการสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ผ่านทางเว็บไซต์ หรือสนใจข้อมูลก็สามารถค้นหารายละเอียดที่ต้องการโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย (1) เพื่อศึกษาระดับทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับสูง (2) ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ทัศนคติ; พฤติกรรม; พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## Abstract

E-Commerce is an important mechanism for the development of the country's competitiveness. The tourism business is a government-sponsored business and is a highly competitive business, entrepreneurs in the tourism business can apply the Internet by creating their own business website as an additional channel for tourists, or those who want to contact the business can communicate with each other through the website, or interested in information, they can search for the details they need without restrictions on time and place. Thus, the purposes of this research were to 1) study the levels of attitude and demand for e-commerce websites of tourist industries behavior in Sam Phran, Nakhon Pathom, and 2) to study the relationship between attitude and demand for e-commerce websites of tourist industries' behavior in Sam Phran, Nakhon Pathom. The samples were 385 people. Data were collected by questionnaire. The statistical tests used for analysis were Mean, Standard Deviation, and Pearson's product-moment correlation coefficient. The results are the followings. 1) The samples had high levels of both attitude and demand for e-commerce websites of tourist industries behavior in Sampran, Nakhon Pathom. 2) Attitude was significantly related to the demand for e-commerce websites of tourist industries behavior at a statistical level of 0.05.

**Keywords:** Attitude; Behavior; E-Commerce

## บทนำ

การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปในรูปของการนำสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์และมาตรการ ของยุทธศาสตร์ที่ 1 ของกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ (พ.ศ. 2554-2563) ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการมีการใช้ และการบริโภค ICT อย่างครบวงจร โดยมีกลยุทธ์และมาตรการให้สร้างระบบนิเวศดิจิทัล (Digital ecosystem) โดยเน้นมาตรการ เช่น การสร้างแรงจูงใจ การอุดหนุนทางการเงิน การช่วยให้ผู้ประกอบการ

[580]

### Citation:

อโนทัย บุญยะบุรณ์, ชมกฤษ เจริญบุรุษ, พงศกร มาลา, จิรภิญญา ทิพระมวล และ ปิติพงษ์ ภิมย์กิจ. (2565). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (5), 579-592.

Bunyaboon, A., Rianprecha, C., Mala, P., Thippamual, J., Phirornkij, P., (2022). A Study of the Attitude for e-Commerce Website of Tourist Industries Behavior in Sam Phran, Nakhon Pathom. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (5), 579-592; DOI: <https://doi.org/10.14456/iarj.2022.114>

เข้าถึงแหล่งเงินทุน การวิจัยพัฒนา ICT ของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรมประยุกต์ และดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital content) ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงการออกแบบ และใช้ระบบ โปรแกรม หรืออุปกรณ์ที่เป็นสากล(Universal design) เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของประชาชนทุกกลุ่ม รวมทั้ง ผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ และผู้พิการ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2554: 15-16)

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ถือเป็นกลไกสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งในระดับภายในประเทศและในเวทีโลกโดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2558: 43) ได้จัดประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ 3 ประเภท คือ การทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ ด้วยกันเอง (Business to Business: B2B) การทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) การทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับรัฐ (Business to Government: B2G)

นอกเหนือจากการจัดแบ่งประเภทการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 3 ประเภทดังกล่าวข้างต้นแล้ว ทางกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2548: 21) ยังแบ่งอุตสาหกรรมที่ดำเนินธุรกิจผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 15 ประเภท คือ ธุรกิจบริการ หัตถกรรม ของขวัญ ของแต่งบ้าน ทองเที่ยว ขนส่ง ซีดีและภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์ ผู้ให้บริการระบบและตลาดกลาง อาหาร เครื่องดื่ม การเงิน การประกัน เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์สื่อสาร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เสริม หนังสือพิมพ์ สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม สินค้าเกษตรกรรม ดอกไม้ เวิร์บฟอร์ทัล บ้านเทิง อัญมณีและเครื่องประดับ วัสดุก่อสร้างและเคหะภัณฑ์

ธุรกิจประเภทการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล มีโอกาสเจริญเติบโตอีกในอนาคต และเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ โดยอาจมีการสร้างเว็บไซต์ธุรกิจของตนเอง เพื่อเป็นช่องทางเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ต้องการติดต่อกับกิจการสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ผ่านทางเว็บไซต์ หรือสนใจข้อมูลก็สามารถค้นหารายละเอียดที่ต้องการโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเลือกประเภทของเว็บไซต์เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมขององค์กรที่ดำเนินการอยู่ สภาพการณ์อย่างหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ คือภาวะการแข่งขัน จะเห็นว่าการแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้โรงแรมและที่พักต่างๆ จำเป็นต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ (สุมิตร ศรีพิณ. 2557: 31) สิ่งหนึ่งที่ธุรกิจเลือกคือ การมีเว็บไซต์ของกิจการเองเพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการพักอาศัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการนำเว็บไซต์มาใช้กับอุตสาหกรรมประเภทโรงแรมและที่พักนี้ ก็เพราะต้องการตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด เพื่อในอนาคตจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

อย่างไรก็ตามปรากฏมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังเช่น นฤมล ชูชินปราการ (2559) พบว่า รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA) ซึ่งพัฒนาโดย Burgess, Cooper, and Alcock (2001) ซึ่งทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้เพื่อนำเสนอขั้นตอนต่างๆ ของการพัฒนาเว็บไซต์และ แบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่1 เป็น

การใช้เว็บไซต์เพื่อการส่งเสริมสินค้าและบริการของบริษัท ขั้นตอนที่สอง เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและการบริการ ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ระหว่างธุรกิจและลูกค้า และ/หรือระหว่างธุรกิจด้วยกัน และขั้นตอนที่สาม เป็นการประมวลผลด้านธุรกรรม ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ก้าวหน้าที่สุดในการทำธุรกรรมออนไลน์นอกจากนี้บทความนี้ยังได้นำเสนอปัจจัย สนับสนุนและอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง ธุรกิจ และวางแผนงานเพื่อพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของไทยในการพัฒนา ศักยภาพของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป งามอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย (2563) พบว่า สามารถแบ่งประเภทของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เป็น 6 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มตัวแปรด้านข้อมูลพื้นฐาน กลุ่มตัวแปรด้านการอำนวยความสะดวกในการค้นหาสินค้าที่ต้องการ กลุ่มตัวแปรด้านการอำนวยความสะดวกในการเลือกชมสินค้าและบริการ กลุ่มตัวแปรด้านการอำนวยความสะดวกในการมองเห็นภาพรวมของธุรกิจ กลุ่มตัวแปรด้านการอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อ และกลุ่ม ตัวแปรด้านการอำนวยความสะดวกเฉพาะบุคคล สันชัย ยงกุลวณิช (2561) พบว่า สภาพปัจจุบันของการใช้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของร้านขายของฝากส่วนใหญ่มีการใช้ สื่อพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์แบบที่เป็นของส่วนตัวหรือส่วนบุคคล การใช้สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมากที่สุดคือ Facebook และรองลงมาคือใช้ Line และใช้ Web site วัตถุประสงค์การใช้สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการโฆษณาหรือ ประชาสัมพันธ์สินค้ามากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดยังไม่มีเจตนาเปลี่ยนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความต้องการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการร้านขายของฝากส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อวัตถุประสงค์โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยต้องการรูปแบบการของการ พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วย Facebook ผลการสำรวจความต้องการคุณสมบัติของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 ลำดับแรก คือ มีระบบการติดต่อกับลูกค้าแบบทันทีได้ สามารถปรับปรุงข้อมูลสินค้าได้ด้วยตัวเอง และมีระบบฐานข้อมูลลูกค้า

ด้วยมูลเหตุดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสำคัญและศักยภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเลือกศึกษาเฉพาะประเภทโรงแรมหรือที่พัก โดยสนใจที่จะทำการศึกษาความต้องการต่อองค์ประกอบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พัก ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม/ที่พัก ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความประทับใจและส่งผลให้เกิดการซื้อขายผ่านทางเว็บไซต์มากยิ่งขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## การทบทวนวรรณกรรม

### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

กันยา สุวรรณแสง (2532: 81) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม คือ กริยาอาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติ ปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏ สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งใน 5 ทวาร คือ โสตสัมผัส จักขุสัมผัส ชิวหาสัมผัส ฆานสัมผัส และทางผิวหนัง หรือมิฉะนั้นก็สามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ พฤติกรรมปรากฏโดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ทาง ตา ปาก จมูก หู และผิวหนัง เป็นพฤติกรรมที่สามารถรับรู้ได้ง่ายจากรูป รส กลิ่น เสียง การสัมผัสอีกประเภทที่ไม่สามารถจะสังเกตได้อย่างชัดเจน เช่น ความรู้สึกนึกคิด จินตนาการ ต้องอาศัยเครื่องวัดเช่น เครื่องจับเท็จ แบบทดสอบ เครื่องวัดคลื่นหัวใจ

ซุดา จิตพิทักษ์ (2525: 59-66) ได้อธิบายถึงสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่ามี 2 ประเภท คือ 1. ลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์แต่ละคน ประกอบด้วย ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ หรือเจตคติ (Attitude) ทัศนคติเป็นแนวโน้มหรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรม นักจิตวิทยาบางท่านเรียกว่า ทัศนคติเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าทางจิต ซึ่งคล้ายกับการตอบสนองทางร่างกาย ต่างกันแต่ยังไม่ได้ออกกำลังทางกายเท่านั้นเอง

จิตยา สุวรรณชฎ (2527: 223) ทัศนะคติแม้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางของพฤติกรรม แต่ทัศนคติมิได้กำหนดเวลาที่ควรแสดงพฤติกรรมทั้งยังไม่ได้กำหนดว่าควรแสดงพฤติกรรมมากน้อยเพียงไร สิ่งที่กำหนดเวลาและปริมาณของพฤติกรรมนั้นเรียกว่า แรงจูงใจ (Motive) ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นตัววางแนวหรือทิศทางให้แรงจูงใจ และแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมอีกทอดหนึ่ง บุคลิกภาพ (Personality) เป็นสิ่งที่บอกว่าคุณลักษณะจะปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์หนึ่ง ๆ การอธิบายว่าบุคลิกภาพได้มาอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยา คือ ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory) มาอธิบาย

### แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของเว็บไซต์

การทำเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ และมีคนเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายประการที่จะทำให้เว็บไซต์นั้นน่าสนใจและน่าที่จะเข้ามาใช้บริการโดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2546: 77) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะของเว็บไซต์ที่ดีควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ หรือ 7C ไว้ดังนี้ (1) องค์ประกอบ (Content) (2) ส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา (Context) (3) เป็นที่สำหรับชุมชนหรือสังคมในเว็บไซต์ (Community) (4) การทำให้ตรงกับความต้องการเฉพาะลูกค้า

(Customization) (5) การสื่อสาร (Communication) (6) การเชื่อมโยง (Connection) และ (7) การค้า (Commerce)

### แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 73) กล่าวว่ามีความหมายถึง การทำธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่เพียงแต่การซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกิจกรรมการบริหารอื่น ๆ เช่น งานทางบัญชี การเงินการผลิต การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) ฯลฯ รวมทั้งการร่วมมือกับหุ้นส่วนธุรกิจ ซึ่งจะเห็นว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความหมายกว้างกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นส่วนหนึ่งในระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Business หรือ E-Business)

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2546: 27) กล่าวว่า คือการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และช่องทางการสื่อสารในการดำเนินการธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจได้รวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น ตลอดจนลดต้นทุนให้น้อยลงและสามารถปรับสิ่งที่เสนอขายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

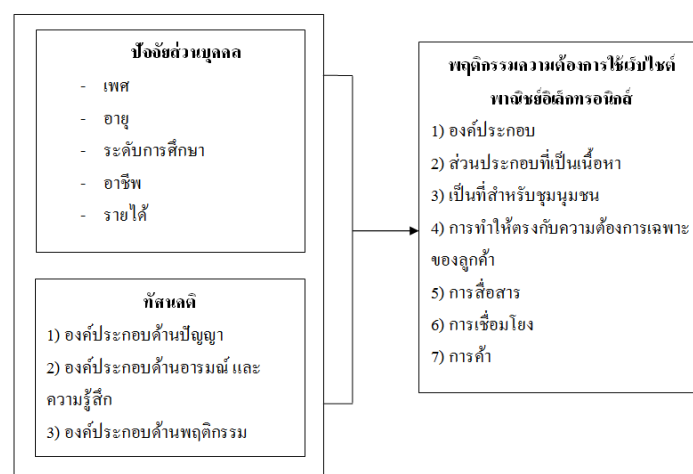
ยีน ภูววรรณ และสมชาย นำประเสริฐชัย (2543: 26) ได้กล่าวถึงธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ว่าเป็นการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการประมวลผล เพื่อสร้างการทำงานและความสัมพันธ์ของการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่างองค์กรธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนให้ต่ำลง

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นเนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2546: 91) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2}{4E^2}$$

โดยที่

$n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด (1.96)

$\alpha$  = ระดับความเชื่อมั่น (95%)

$E$  = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (5%)

คำนวณได้ดังนี้  $n = (1.96)^2 / 4(0.05)^2$

= 384.16 หรือ 385 คน

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน

**2. การสุ่มตัวอย่าง** การสุ่มตัวอย่าง ได้กำหนดขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) แจกแบบสอบถาม 400 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 385 ชุด

**3. เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล:** เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีองค์ประกอบต่อไปนี้ (1) ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยว ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยว

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล:** ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) (2) การวิเคราะห์ระดับระดับทัศนคติและพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

## ผลการวิจัย

การสรุปผลวิจัยได้แยกออกเป็นตอน ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 และเป็นเพศชาย 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 มีอายุไม่เกิน 25 ปีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ อายุ 26-30 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และอายุมากกว่า 30 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือรายได้ 10,501-20,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 168 คน ร้อยละ 45.2 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

2. ระดับระดับทัศนคติ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า (1) ทัศนคติต่อการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก (2) ทัศนคติต่อการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มตัวอย่าง รายด้าน พบว่าทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก องค์ประกอบด้านพฤติกรรม และองค์ประกอบด้านปัญญา ตามลำดับ (3) พฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก และ (4) พฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการทำให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา ด้านเป็นที่สำหรับชุมชน และด้านองค์ประกอบ

3. ผลจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในเขตทิววัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยภาพรวมทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .704 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยด้านที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรม ( $r = .690$ ) รองลงมาคือ ด้านอารมณ์และความรู้สึก ( $r = .637$ ) และ ด้านปัญญา ( $r = .605$ ) ตามลำดับ ดังข้อมูลปรากฏในตารางที่ 1



**ตารางที่ 1** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

(n=385)

| ทัศนคติ                           | พฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ |                          |                    |                                |      |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------------|------|
|                                   | องค์ประกอบ                                          | ส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา | เป็นที่สำหรับชุมชน | ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้ | รวม  |
| องค์ประกอบด้านปัญหา               | .663                                                | .578                     | .475               | .517                           | .605 |
| องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก | .668                                                | .609                     | .493               | .583                           | .637 |
| องค์ประกอบด้านพฤติกรรม            | .723                                                | .664                     | .543               | .617                           | .690 |
| ภาพรวม                            | .757                                                | .670                     | .540               | .634                           | .704 |

\*\*p ≤.01

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยการศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งผู้วิจัยนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ผลการศึกษาระดับทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ระดับทัศนคติการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุไม่เกิน 25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัท เนื่องจากค่าใช้จ่ายของการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีราคาลดลงเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ก็สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ประกอบกับการศึกษาในระดับปริญญาตรีในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลประกอบการเรียนเพิ่มเติม ส่งผลให้หลังจาก

[587]

การศึกษาและมึงานมาแล้ว ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มนี้ยังคงใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลเพื่อใช้ในการทำงานจะเห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีบทบาทในการที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ คือ วัยทำงาน

ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ แซ่จ้าว (2557) ซึ่งเป็นการศึกษาอิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่าน สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง ช่วงอายุระหว่าง 24-29 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน และรายได้ตั้งแต่ 15,001-20,000 บาท จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติต่อมีทัศนคติความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการเปิดรับรู้สื่อข่าวสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง สื่อสังคมออนไลน์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนิชา เจียมเจริญ (2558) ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักในเมืองพัทยา ผลจากงานวิจัยพบว่าในด้านพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาแหล่งข้อมูลที่พักจาก อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ คิดเป็น 84.7% มีการวางแผนในการสำรองที่พักคิดเป็น 92.4%สำรองห้องพักจาก อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ คิดเป็น 61.2% ทำให้เห็นได้ว่าการใช้ช่องทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จำเป็นในยุคปัจจุบันที่ต้องการเข้าถึงผู้บริโภคและเหนือกว่าคู่แข่ง อีกทั้งงานวิจัยของจเร เกื้อนพวงแก้วและคณะ (2565) เรื่องการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี โดยการศึกษาพบว่าการใช้สื่อออนไลน์ด้านการตลาดทางตรง (online Direct Marketing) โดยรวมอยู่ในระดับที่สูงสุด พบว่า การให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพและ ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงกับเว็บไซต์หลักของธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกให้กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูมิพัฒน์ แก้วตาธนวัดนา (2561) ศึกษาการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใช้การตลาดทางตรงออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ลูกค้าสมัครเป็น สมาชิกของธุรกิจผ่านทางเว็บไซต์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารจากธุรกิจ ซึ่งการตลาดทางตรงเป็นกระบวนการสื่อสาร การตลาดที่มีพื้นฐานมาจากการที่ธุรกิจมีฐานข้อมูลของลูกค้าที่สามารถใช้สื่อสารกันได้อย่างเป็นส่วนตัว อาทิที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ Face book Instagram Twitter LINE เว็บไซต์อีเมล อินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้บริโภคคือนักท่องเที่ยวสามารถตอบโต้กันได้โดยใช้สื่อออนไลน์ที่หลากหลายเพื่อจูงใจให้ลูกค้า และผู้บริโภคที่คาดหวังเกิดการตอบสนอง เป็นการสื่อสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพื่อส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการของธุรกิจไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งธุรกิจสามารถประเมิน และวัดผลการตอบสนอง ของลูกค้านักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ สอดคล้องกับแนวคิดของ ดารา ทีปะปาลและธนวัฒน์ ทีปะปาล (2553) กล่าวถึงรูปแบบการส่งข้อความ ข่าวสารที่สำคัญเพิ่มอีกทางหนึ่งคือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ซึ่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นการ รับส่งข้อมูล ข่าวสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ผู้ใช้สามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงผู้รับที่อยู่ภายใต้อินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายอื่นที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ทั่วโลก

[588]

Citation: โฉมทัย บุญยะบุรณ์, ชมกฤษ เจริญบุริชา, พงศกร มาลา, จิรวิญญา ทิพย์ระมวล และ ปิติพงษ์ ภิรมย์กิจ. (2565). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (5), 579-592.

Bunyaboon, A., Rianprecha, C., Mala, P., Thippamual, J., Phirornkij, P., (2022). A Study of the Attitude for e-Commerce Website of Tourist Industries Behavior in Sam Pran,

Nakhon Pathom. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (5), 579-592; DOI: <https://doi.org/10.14456/iarj.2022.114>

รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายในการรับส่งข้อมูล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของเมอร์เรย์ (อาร์รี่ พันธุ์ณี. 2538: 189-192) ซึ่งมีความคิดเห็นว่ามีมนุษย์มีความต้องการให้ตนเองแตกต่างจากคนอื่น (Need for Contrariness) เป็นความต้องการที่จะกระทำให้ตนเองไม่เหมือนกับบุคคลอื่น โดยความสามารถในการเลือกภาษาที่แสดงในเว็บไซต์ได้ เช่น ภาษาอังกฤษ เป็นต้น ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการมากที่สุด เนื่องจากการเลือกภาษาได้นั้นทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถใช้เว็บไซต์ได้อย่างเต็มที่ เพราะไม่มีข้อจำกัดทางด้านภาษามาเป็นอุปสรรค รองลงมาคือการแสดงคำตอบและคำถามที่มีการถามบ่อย ๆ (Frequency Ask Question –FAQ) เช่น มีข้อสงสัยที่ผู้ใช้เว็บไซต์นั้นพบบ่อย ๆ และมีการถามเข้ามายังผู้ดูแลเว็บไซต์ ทางผู้ดูแลจะนำคำถามและคำตอบมาแสดงไว้ให้คนอื่น ๆ ได้ทราบ เป็นต้น

### องค์ความรู้ใหม่

ทัศนคติต่อการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก ส่งผลให้เห็นว่าช่องทางผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่สำคัญสำหรับการได้มาซึ่งลูกค้าในอนาคต และสามารถทำให้ธุรกิจของตนเองเหนือกว่าคู่แข่งได้ รวมไปถึงมุมมองด้านการจัดทำจุดเดียวเบ็ดเสร็จในเว็บไซท์ในเรื่องของการชำระเงิน การสำรองห้องพัก การจองร้านอาหารในท้องถิ่นสำหรับลูกค้าของเว็บไซท์ หรือร้านของฝากของที่ระลึก การอำนวยความสะดวกสำหรับสิ่งเหล่านี้ในเว็บไซท์ของเราเพียงเว็บเดียวอาจเป็นทางเลือกใหม่สำหรับลูกค้าและลดการเดินทางและความยุ่งยากในการจองและการขนส่ง การพัฒนาเว็บไซท์ออกแบบให้อ่านง่าย สีสันสบายตา มีแผนผังเว็บไซท์สำหรับค้นหาข้อมูลโรงแรมและที่พักภายในเว็บไซท์พัฒนาภาษาให้เลือก เช่นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ซึ่งในอนาคตอาจจะเพิ่มภาษาจีน และภาษาอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้าในอนาคต

สรุปได้ว่าทัศนคติในการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมความต้องการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก ทำให้เห็นถึงความจำเป็นสำหรับธุรกิจในปัจจุบันที่ต้องเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์หรือบริการทางเว็บไซท์หรือช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าและอยู่เหนือคู่แข่ง แม้จะเป็นการจัดทำเว็บไซท์สำหรับการพักจองโรงแรมในระดับท้องถิ่นก็ตาม

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม/ที่พักควรออกแบบเว็บไซท์ให้สอดคล้องกับลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่เป็นหญิง โดยควรใช้ สีในการออกแบบเว็บไซท์ที่มีสีสดใส เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความสดชื่นและแจ่มใสขณะใช้เว็บไซท์ ควรมีการส่งเสริมการตลาดผ่านทางเว็บไซท์ด้วย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท และควรปรับปรุงโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับอาชีพพนักงานบริษัท เช่น การลดราคาของห้องพักให้กับผู้มีอาชีพพนักงานบริษัท เพื่อให้ตรง

[589]

กับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มากที่สุด และสร้างความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลให้มีการบอกต่อแก่เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ถือเป็นการทำการประชาสัมพันธ์ที่ทางโรงแรมและที่พักไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

2. จากผลการวิจัยด้านองค์ประกอบ ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตมีความต้องการความสบายตาในการอ่านข้อมูลในเว็บไซต์มากที่สุด ดังนั้น ผู้ออกแบบเว็บไซต์จึงควรเลือกใช้สีในส่วนของตัวอักษรที่นำเสนอในเว็บไซต์ไม่ทำให้สีสันทึบจนเกินไป และสีของตัวอักษรควรตัดกับฉากหลังของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้เห็นตัวอักษรชัดเจน และขนาดของตัวอักษรไม่ควรเล็กจนเกินไป เพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถอ่านข้อมูลได้อย่างสะดวก

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาถึงความต้องการของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่มีต่อองค์ประกอบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเว็บไซต์ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ

2. ทำการศึกษาความต้องการต่อองค์ประกอบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตชาวต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตชาวต่างประเทศมากที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

### เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2560). รายงานการวิจัยเรื่องข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานประจำปี 2559. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2548). รายงานประจำปี 2548 กระทรวงเทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2558). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ

สื่อสาร พ.ศ.2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). รายงานประจำปี 2554 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ

และการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กันยา สุวรรณแสง. (2532). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ:ศูนย์หนังสือจุฬา.

กัลยา วาณิชยบัญชา (2546). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จเร เกื้อนพวงแก้ว และคณะ.(2565).การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรม การ

ท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 5 (1), 23-32.

ชุตตา จิตพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.

ทิตยา สุวรรณชฎ. (2527). สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช

- ณัฐธิดา เจียมเจริญและคณะ. (2558). *ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักในเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ดารา ทีปะปาลและธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- นฤมล ชูชินปราการ. (2559). การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยรูปแบบ : การพัฒนาแบบเป็นขั้นตอน. *สุทธิปริทัศน์*. 30 (93), 17-32.
- ณัฐพัฒน์ แก้วตาธวัฒนา. (2561). *การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจไม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกริก.
- มิตร ศรีเพ็ญ. (2557). การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในปี ค.ศ. 2000. *วารสารนักบริหาร*. 17 (2), 31-34
- ยีน ภู่วรรณ และสมชาย นำประเสริฐชัย (2543). *บนเส้นทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วีรวรรณ แซ่จ้าว. (2557). *อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมทางการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว*. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ มหานคร : พัฒนาศึกษา
- สันชัย ยงกุลวณิช. (2561). *สภาพปัจจุบันและความต้องการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการรายย่อยของฝากในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี*. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*. 7 (14), 26-36.
- องอาจ ขาญประสิทธิ์ชัย. (2563). รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*. 5 (9), 1-21.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อารี พันธุ์มณี. (2538). *จิตวิทยาการเรียนรู้การสอน*. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ,
- Burgess, L., Cooper, J. & Alcock, C. (2001). The adoption of the Web as a marketing tool by Regional Tourism Associations (RTAs) in Australia. *ACIS2001 Proceedings*. Retrieved June 20, 2012, from: <http://aisel.aisnet.org/acis2001/9>

