

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับคุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว” เป็นการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลกับความความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวด้านเนื้อหาและด้านทั่วไป จำนวนทั้งสิ้น 50 คุณลักษณะ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ที่ลงประกาศแบบสอบถามจำนวน 5 แห่ง ภายในระยะเวลาหนึ่งเดือน ปรากฏว่าได้ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้ เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทยร้อยละ 98.3 อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 67.9 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.2 โภคกิจเกี่ยวกับเพศชายซึ่งมีร้อยละ 45.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.9 และ 35.8 ตามลำดับ ซึ่งโดยส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท เป็นคนทำงาน ร้อยละ 53.8 ซึ่งกว่าครึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัวระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท และ 30,001 - 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.7 และ 35.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวสูงคือ 7 ครั้งขึ้นไปภายในระยะเวลาสามปีคิดเป็นร้อยละ 42.1 เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์เป็นบางครั้ง ร้อยละ 56.3 แต่ปรากฏว่าในจำนวนผู้ที่ค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่ไม่เคยจองหรือซื้อสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์เลย โดยมีผู้ที่เคยจองหรือซื้อสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์เพียงร้อยละ 7.3 เท่านั้น และในการจองหรือซื้อสินค้า/บริการนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจปานกลาง โดยให้เหตุผลเชิงบวกได้แก่ สะดวกสบาย รวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง บริการดี ฯลฯ ส่วนเหตุผลเชิงลบได้แก่ เนื้อหาไม่เพียงพอ รายละเอียดสินค้าไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจ ไม่ได้ได้รับความสะดวกเพราะเว็บไซต์ที่รับจอง/ซื้อไม่ได้จัดทัวร์เอง เว็บไซต์ที่ให้บริการละเอียดลูกค้าคนไทย ต้องโทรสอบถามอีกครั้ง ราคาแพงกว่าความเป็นจริง ฯลฯ

สื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักและเลือกใช้บริการเว็บไซต์มากที่สุด 3 อันดับแรกคือเว็บไซต์ค้นหาหรือเว็บรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ การเชื่อมโยง (Link) มาจากเว็บไซต์อื่น และหนังสือรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่เคยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือค้นหาข้อมูลแต่ไม่ซื้อสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ ได้แก่เกรงว่าผู้ขายจะไม่จัดส่งสินค้าหรือไม่จัดบริการให้ภายหลังที่มีการชำระเงินแล้ว ไม่มีบัตรเครดิต

ไม่ไว้ใจที่จะให้ข้อมูลบัตรเครดิตผ่านทางอินเทอร์เน็ต ไม่เคยนึกถึงหรือไม่สนใจที่จะจองหรือซื้อสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เลย และขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก เป็นต้น

คุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวด้านเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามีความสำคัญระดับมากที่สุดถึงมาก ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง แผนที่ เงื่อนไขในการซื้อการชำระเงิน การคืนเงินและการรับประกัน ข้อมูลความปลอดภัยในธุรกรรมออนไลน์ คู่มือการท่องเที่ยว และข้อมูลกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนคุณลักษณะด้านทั่วไปที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามีความสำคัญระดับมากที่สุดถึงมาก ได้แก่ ข้อมูลทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ ใช้งานง่ายเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกรวดเร็ว มีระบบสืบค้นข้อมูลสินค้าและบริการ มี Links เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ มีใบรับรองเว็บไซต์หรือรับรองความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ และมีนโยบายเกี่ยวกับการรักษาสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคล จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามีความสำคัญในระดับมากที่สุดถึงมาก เป็นคุณลักษณะซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนั้นเป็นคุณลักษณะที่ช่วยสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจใช้บริการ

จากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานะปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัว มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ ปรากฏว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลด้านเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัว ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวด้านเนื้อหาทั้ง 21 คุณลักษณะ ส่วนคุณลักษณะด้านทั่วไปที่เพศมีผลต่อความคิดเห็น พบว่ามี 5 คุณลักษณะ คุณลักษณะด้านเนื้อหาที่อายุมีผลต่อความคิดเห็น มี 13 คุณลักษณะ และคุณลักษณะด้านทั่วไปที่อายุมีผลต่อความคิดเห็น มี 20 คุณลักษณะ นอกจากนั้น คุณลักษณะด้านเนื้อหาที่สถานะปัจจุบันมีผลต่อความคิดเห็นพบว่ามี 5 คุณลักษณะ และคุณลักษณะด้านทั่วไปที่สถานะปัจจุบันมีผลต่อความคิดเห็นมี 2 คุณลักษณะ ซึ่งเท่ากับกับคุณลักษณะด้านทั่วไปที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัวมีผลต่อความคิดเห็น

ผลจากการศึกษานี้ ทำให้ทราบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันไม่ว่าในด้านเพศ อายุ สถานะปัจจุบัน หรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัว มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวทั้ง 50 คุณลักษณะในงานวิจัยนี้แตกต่างกันในหลายคุณลักษณะ ดังนั้น ผู้ให้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวจึงสามารถวางแผนการตลาดโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และพิจารณาเลือกใช้คุณลักษณะทางการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้ตามความเหมาะสม ซึ่งหมายความว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์จะสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนผู้บริโภคก็จะได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการมากขึ้นในที่สุด