บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านบริษัทท่องเที่ยวทางอินเตอร์เน็ต กรณีศึกษา บริษัท ที.ทราเวลเลอร์ 2000" มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัท ที.ทราเวลเลอร์ 2000 พฤติกรรมการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey) ผู้ศึกษาได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างจากจดหมายอิเล็คทรอนิกส์ (E-mail Address) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านบริษัท ที.ทราเวลเลอร์ 2000 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidentiai Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 270 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถามในรูปแบบดิจิตอลโดยระบบออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 20–31 เดือนมีนาคม 2549

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งการประเมินผลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้สื่ออินเตอร์เน็ต พฤติกรรมการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหรือบริการผ่านบริษัท ที.ทราเวลเลอร์ 2000 และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferrential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยใช้สถิติ T-Test และ One Way Anowa เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และถ้าพบว่ามีความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Least Significant Difference: LSD)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.37 มีอายุอยู่ในช่วง 36–50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.37 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.93 มีอาชีพเป็นนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.08 และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 $US คิดเป็นร้อยละ 24.45 นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 56.67

พฤติกรรมการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตมานานกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 89.63 และใช้อินเตอร์เน็ตมากกว่า 15 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 67.04 กลุ่มตัวอย่างใช้อินเตอร์เน็ตแต่ละครั้ง 1–2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 42.59 นอกจากนั้นยัง

พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้อินเตอร์เน็ตที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.14 ประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.02 นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อรับ-ส่งข่าวสาร (E-Mail, Mailing, E-Card)

พฤติกรรมการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มเป้าหมายเดินทางประเทศไทยแบบส่วนตัวหรือมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 98.15 และพบว่าใน 3 ปีที่ผ่านมากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ 7 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.41 นอกจากนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนเคยใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ประเภทของข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างค้นหามากที่สุด ได้แก่ การค้นหาบริษัทขายบัตรโดยสารเครื่องบินและค้นหาข้อมูลโรงแรมที่พัก คิดเป็นร้อยละ 22.03 กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านบริษัท ที.ทราเวลเลอร์ 2000 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.70 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จัก www.traveller2000.com จากการค้นหารายชื่อเว็บไซต์จากเว็บค้นหา (Search Engine Website หรือเว็บรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ (Directory Website) คิดเป็นร้อยละ 50.67

ในส่วนของความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหรือบริการของกลุ่มตัวอย่างผ่านบริษัท ที.ทราเวลเลอร์ 2000 พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.70

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นทั้งที่เห็นด้วยและความคิดเห็นปานกลางโดยที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเห็นด้วยเกี่ยวกับความพึงพอใจในการจองสินค้าหรือบริการของบริษัท ที. ทราเวลเลอร์ 2000 อยู่ในอันดับที่ 1 ค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือการนัดหมายเพื่อรับ-ส่งสินค้าให้แก่ลูกค้ามีความสะดวก และการมีข้อมูลของพนักงานที่เกี่ยวข้อง เช่น รูปภาพอีเมล์ หรือหมายเลขโทรศัพท์เพื่ออำนวยความสะดวกในกรณีที่เกิดปัญหา ค่าเฉลี่ย 4.17 และ 4.07 ตามลำดับ

และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปานกลาง เกี่ยวกับการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านบริษัทท่องเที่ยวทางอินเตอร์เน็ต ในเรื่องรายละเอียดและวิธีการชำระเงินออนไลน์ เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนอยู่ในอันดับที่ 1 ค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาเป็นการมีข้อมูลทันสมัยทันต่อเหตุการณ์และมีการอัพเดทข้อมูลอยู่เป็นประจำ ค่าเฉลี่ย 3.66 และระบบชำระเงินแบบออนไลน์มีความสะดวก และบริการข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สถานฑูต ด่ารวจท่องเที่ยว โรงพยาบาล) อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.64 เท่ากัน