



มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะศิลปศาสตร์

เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติ
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประจำปี
2561

The 2nd National Conference on Humanities and Social Sciences:
Learning Diversity for Quality of Life

เรื่อง
“การเรียนรู้ที่หลากหลาย
เพื่อคุณภาพชีวิต”



9 กรกฎาคม 2561

อาคารสิริวิทยา คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ 164/2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย
สำหรับการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต”
(Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เพื่อให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย ในการนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถึ
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เรืองพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทร์ส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิติสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทร์อยู่
- 1.7 อาจารย์ ดร.เขมฤทัย บุญวรรณ
- 1.8 อาจารย์ ดร.พิมพ์นิต คอนดี
- 1.9 อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ช้องเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ถิรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณน งามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ญาณัชพิมพ์ ภาสรวเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเถลิงศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบุรณ์ พจน์ประสาท
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูษะกา
- 1.18 อาจารย์เก้ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธนัท ปริยานนท

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
 - 1.22 อาจารย์สิรินิธี ชนะวงศ์
 - 1.23 อาจารย์ศศิษา วิทยาศรัย
 - 1.24 อาจารย์ธนวัฒน์ นุตยางกุล
 - 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
 - 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
 - 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
 - 1.28 อาจารย์ศศิพินท์ ดิษฐานนท์
 - 1.29 ดร.กิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบุรณ์ ศิริสรหรือรัญ
 - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์
 - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ
 - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยุธยา
 3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บูรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวนิช
 4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
 - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา วรรณสุต
 5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
 6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรรณิซศักดิ์
 7. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 7.1 อาจารย์ ดร.สุภลักษณ์ ลวดลาย
 8. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังศรา ประเสริฐสิน
 9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพัทธ์ โศตรจรัส
 10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 10.1 อาจารย์ ดร.จิตติ ญาณปริษาเศรษฐ
 - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนนท์
 11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
 - 11.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

12. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

12.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ

13. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

13.1 ดร.ปฐมพร อินทรานุกร ณ อยุธยา

14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

14.1 อาจารย์ศุภินันท์กรัย ระวิงวงศา

15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒินี้มีหน้าที่ประเมินบทความย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมินแล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนายุส ธนธิติ)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

อิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค

The Influence of Website Quality and E-Trust on Customer's Intention Online Hotel Booking

กัญญาลักษณ์ ชนะภักย์¹ และ ธาดาธิเบศร์ ภูทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม และการตรวจสอบความเที่ยงโดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค แบบสอบถามได้กระจายต่อกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสำรองห้องพักโรงแรมออนไลน์จำนวน 161 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

ผลการวิจัยจากแบบสอบถามจำนวน 161 ชุด ได้นำมาตรวจสอบความตรงของตัวชี้วัด ก่อนการทำการตรวจสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS โดยผลที่ได้พบว่า ปัจจัยด้านความเพลิดเพลินในการใช้งาน และการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ยังส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์อธิบายความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค ได้ร้อยละ 62.40

คำสำคัญ: คุณภาพเว็บไซต์, ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์, ความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์

ABSTRACT

The main purpose of this study is to investigate the impact of website quality and e-trust on customer online hotel booking intention. the study instrument was a questionnaire which was based on the lit review cronbach alpha was inputed to verify its reliable. The questionnaire was distributed to 161 samples that have experience of using online hotel booking by convenience sampling method.

Data werw analyzed by Structural Equation Modeling (SEM) on Partial Least Square approach with SmartPLS software. It was founded that theentertainment and complementarity factors had a significantly positive impact with the e-trust In addition, the e-trust had a positive impact with the

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

online booking intention overall, the antecedents explain a substantial amount of variance (62.40%) to the dependent variable.

Keywords: Website Quality, e-Trust, Online Hotel Booking Intention

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้น โดยเป็นการขยายตัวอย่างมากของอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว รวมทั้งหากมีแรงขับเคลื่อนขยายตัวการลงทุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นเติบโตขึ้นไปอีก (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2557) และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและยุคดิจิทัลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะหาข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆผ่านทางออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย จากผลการสำรวจ ร้อยละ 71 ของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาข้อเสนอต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบหาสิ่งที่ดีที่สุดก่อนการเดินทาง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ออนไลน์กันมากขึ้น เห็นได้ชัดว่าการขยายตัวของธุรกิจห้องพักแบบออนไลน์มีการเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมากจากในอดีตที่ผ่านมา เทคโนโลยีต่างๆเข้ามามีหน้าที่ในการจัดการกระบวนการดำเนินชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต การทำงาน ล้วนมีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นก็ผ่านการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นยังเข้ามามีบทบาทอย่างมากในเชิงธุรกิจ โดยธุรกิจสมัยใหม่ได้นำอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าออนไลน์ รวมถึงการขยายตัวในเรื่องของธุรกิจการจองห้องพักแบบออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆเหล่านี้ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งทางธุรกิจห้องพัก ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ประสงค์จะเข้าใช้บริการได้ทราบข้อมูลของห้องพัก และรายละเอียดต่างๆที่ลูกค้าต้องการโดยที่ไม่จำเป็นต้องเสียเวลายังสถานที่จริง ทั้งนี้ทำให้เป็นการเพิ่มความสะดวกอย่างยิ่งแก่กลุ่มลูกค้า เหตุนี้เองไม่ว่าจะอยู่ที่ใดลูกค้าก็สามารถทราบ รูปแบบ ราคา ของห้องพักที่ต้องการได้ อีกทั้งทางโรงแรมยังสามารถเสนอโปรโมชั่นต่างๆผ่านทางหน้าเว็บไซต์ได้ทันที (ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ, 2553) โดยรูปแบบของเว็บไซต์ก็เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจในการเข้าชมห้องพักของนักท่องเที่ยว คุณภาพของเว็บไซต์จะเป็นตัวบ่งบอกข้อมูลที่สำคัญต่างๆแก่นักท่องเที่ยว นี่อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาคุณภาพของเว็บไซต์ของโรงแรมที่จะส่งเสริมการจองห้องพักแบบออนไลน์ (ศิริมงคล ราชสันเทียะ, 2557)

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในเชิงธุรกิจและการทำการตลาด อีกทั้งยังเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการต่างๆของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะเป็นการให้ข้อมูลของผู้ขายและยังเป็นการให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ที่เคยใช้สินค้าและบริการอีกด้วย

แม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทเพียงใดในยุคปัจจุบันแต่หนึ่งสิ่งที่เป็นปัจจัยที่สำคัญ นั่นคือ ความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งเป็นความมั่นใจในการใช้บริการ หรือการเลือกจองห้องพักผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคที่จะได้รับจากสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งธุรกิจเองต้องสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของธุรกิจเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณค่าของธุรกิจที่จะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูล คุณภาพตามที่อ้างไว้ในเว็บไซต์ และเหมาะสมกับราคาที่เสียไป (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) นอกจากความไว้วางใจในสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังแล้ว เรื่องของคุณภาพก็

มีส่วนสำคัญยิ่ง (Service Quality) คุณภาพของสินค้าและบริการเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่เหนือคู่แข่ง (Kotler, 2003) การสร้างคุณภาพการบริการให้มากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ทั้งนี้เกิดจากการที่ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในการให้สินค้าและบริการอย่างแท้จริง (ศุภณิศร เต็มสงวนวงศ์, 2552) ดังนั้นในธุรกิจออนไลน์ภาพลักษณ์ถือเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจห้องพักและโรงแรมโดยความประทับใจแรกก่อนการเข้าพักคือการที่ผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมหน้าเว็บไซต์ การมีเว็บไซต์ที่มีคุณภาพ มีความสวยงาม และน่าเชื่อถือ มีการตอบสนองจากผู้บริโภคที่เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ว่าจะเป็นการรีวิวการให้บริการที่ดี หรือการให้คะแนนห้องพักต่างๆที่เคยเข้าพัก ให้ผู้บริโภคคนอื่นๆเกิดความสนใจและไวใจ ทั้งนี้เป็นการก่อให้เกิดการใช้บริการตามมา (Achmad, Djumilah & Siti, 2014)

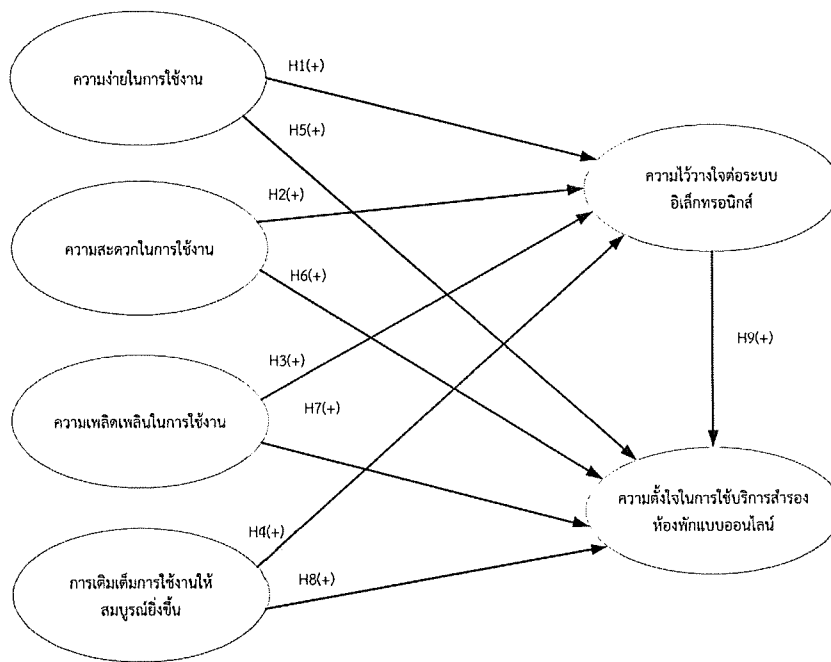
ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของเว็บไซต์โรงแรมให้เหมาะกับการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความเพลิดเพลินในการใช้งาน และการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นที่มีต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความเพลิดเพลินในการใช้งาน และการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์

สมมุติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องคุณภาพของเว็บไซต์ ผสมผสานกับแนวคิดด้านความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ มาทำการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความเพลิดเพลินในการใช้งาน การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์
H2	ความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์
H3	ความเพลิดเพลินในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์
H4	การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์
H5	ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์
H6	ความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์
H7	ความเพลิดเพลินในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์
H8	การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์
H9	ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์และเคยใช้บริการการจองห้องพักแบบออนไลน์ การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 40 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเที่ยงเพียงพอ (Cronbach and Shavelson, 2004) และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้งเพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 161 คน โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค จำนวน 31 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และเคยใช้บริการการจองห้องพักแบบออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 161 ตัวอย่าง และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษานี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์สำรองห้องพักแบบออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล และส่งแบบสอบถามผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และ ชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2560 ถึง มกราคม 2561

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Comparative Design) ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (A Partial Least Square Structural Equation

Modeling) ด้วยโปรแกรม SmartPLS 3.0 (Ringle et al, 2005) ซึ่งมีความยืดหยุ่นทางด้านการยอมรับเชิงโครงสร้างมากกว่า รวมถึงเหมาะกับการวิจัยที่มีการพัฒนากรอบการวิจัยใหม่ๆ ที่อาจยังไม่มีทฤษฎีหรืองานวิจัยเชิงประจักษ์รองรับ (Lin, Ku, & Huang, 2014) และมีความยืดหยุ่นสำหรับการกระจายของข้อมูลที่ไม่ต้องเป็นการแจกแจงแบบปกติ (Blome, Hollos & Paulraj, 2014) รวมถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่จำเป็นต้องมีจำนวนมาก ซึ่งงานวิจัยนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มากนัก คือ 161 ตัวอย่าง (Peng and Lai, 2012) โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างมี 2 รูปแบบคือ

1. การวิเคราะห์โมเดลการวัด

1.1 การประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรโดยการคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Indicator Loadings) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Hair et al., 2014)

1.2 การประเมินความสอดคล้องภายในของตัวแปรสังเกตได้ (Internal Consistency) โดยการคำนวณค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2014)

1.3 การประเมินความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการคำนวณค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งควรมีค่าอย่างน้อย 0.50 (Hair et al., 2014)

1.4 การประเมินความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อแสดงว่าตัวแปรในแต่ละโมเดลการวัดสามารถชี้วัดองค์ประกอบได้เฉพาะโมเดลการวัดของตัวเอง พิจารณาจากค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ \sqrt{AVE} ควรมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (Fornell and Larcker, 1981)

2. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2.1 การวิเคราะห์คุณภาพรวมของโมเดล โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination: R^2) และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ซึ่งหากมีค่าต่ำกว่า 0.25 แสดงว่าโมเดลมีคุณภาพต่ำ หากมีค่าตกอยู่ประมาณ 0.50 แสดงว่ามีคุณภาพปานกลางและหากมีค่าตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป แสดงว่ามีคุณภาพสูง (Hair et al., 2014)

2.2 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient: β) ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค โดยได้นำแนวคิดเรื่องของคุณภาพของเว็บไซต์ (Website quality) คุณภาพของเว็บไซต์และความตั้งใจในการจองห้องพัก (Website quality and online booking intentions) มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดเพื่อทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยและอิทธิพลต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความง่ายในการใช้ ความเพลิดเพลินในการใช้งาน การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ โดยการทดสอบแบบตัวแบบเส้นทางการกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial least square: PLS)

โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการการจองห้องพักแบบออนไลน์และบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการการจองห้องพักในรูปแบบต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม

G*Power (Version 3) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และสร้างแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 200 ชุด และได้ตัดข้อมูลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงออก เหลือแบบสอบถามทั้งสิ้น 161 ชุด จึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติตัวแบบเส้นทางการกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS)

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.80 ช่วงอายุระหว่าง 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.70 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.30 ในภาพรวมมีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ส่วนมากเคยใช้บริการการจองห้องพักแบบออนไลน์ของโรงแรม 2 - 3 ครั้ง ในรอบปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 42.30 และส่วนใหญ่ใช้ช่องทางในการจองห้องพักแบบออนไลน์ของโรงแรมผ่านทางบริการตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ เป็นร้อยละ 49.10

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ค่าน้ำหนักทุกตัวแปร โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักต้องมิต่ำกว่า 0.70 จากตารางที่ 2 พบค่าน้ำหนักระหว่าง 0.716 - 0.852 และความสามารถในการอธิบายของแต่ละตัวแปรพิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ควรมีค่าสูงกว่า 0.50 หรือหมายถึงตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้มากกว่าร้อยละ 50 พบว่าตัวแปรทุกตัวผ่านเกณฑ์ดังกล่าวโดยสามารถอธิบายได้สูงสุดร้อยละ 86.3 และอธิบายได้ต่ำสุดร้อยละ 75.3 เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) พบว่าแต่ละองค์ประกอบมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.70 มีค่าระหว่าง 0.877 - 0.897 ขณะเดียวกันการประเมินความตรงเชิงเหมือน (Average Variance Extracted: AVE) ของแต่ละองค์ประกอบที่ต้องผ่านเกณฑ์ 0.50 พบว่ามีค่าระหว่าง 0.546 - 0.673 สามารถสะท้อนว่า ตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันภายในเป็นอย่างดีและสามารถอธิบายรูปแบบการวัดในองค์ประกอบของตนได้เป็นอย่างดีดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และความตรงเชิงเหมือน

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ค่าความเชื่อมั่น	ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ	ความตรงเชิงเหมือน
ความง่ายในการใช้งาน	USA1	0.666	0.832	0.878	0.546
	USA2	0.815			
	USA3	0.720			
	USA4	0.778			
	USA5	0.678			
	USA6	0.763			

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ค่าความ เชื่อมั่น	ค่าความ เชื่อมั่นของ องค์ประกอบ	ความตรง เชิงเหมือน
ความสะดวกในการใช้งาน	EOU1	0.790	0.825	0.877	0.589
	EOU2	0.776			
	EOU3	0.727			
	EOU4	0.727			
	EOU5	0.813			
ความเพลิดเพลินในการใช้งาน	ENT1	0.771	0.850	0.893	0.626
	ENT2	0.792			
	ENT3	0.824			
	ENT4	0.799			
	ENT5	0.768			
การเติมเต็มการใช้งานให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น	COM1	0.748	0.863	0.897	0.593
	COM2	0.832			
	COM3	0.775			
	COM4	0.716			
	COM5	0.777			
	COM6	0.768			
ความไว้วางใจต่อระบบ อิเล็กทรอนิกส์	TRU1	0.744	0.840	0.882	0.555
	TRU2	0.786			
	TRU3	0.727			
	TRU4	0.702			
	TRU5	0.742			
	TRU6	0.768			
ความตั้งใจในการใช้บริการ สำรองห้องพักแบบออนไลน์	ITB1	0.852	0.758	0.861	0.673
	ITB2	0.797			
	ITB3	0.811			

ตารางที่ 3 ค่าราคาที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้

องค์ประกอบ	เมทริกซ์ความสัมพันธ์					
	COM	ENT	EOU	ITB	TRU	USA
การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น (COM)	0.770					
ความเพลิดเพลินในการใช้งาน (ENT)	0.772	0.791				
ความสะดวกในการใช้งาน (EOU)	0.717	0.768	0.767			
ความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ (ITB)	0.691	0.663	0.584	0.821		
ความไว้วางใจในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (TRU)	0.782	0.744	0.684	0.773	0.745	
ความง่ายในการใช้งาน (USA)	0.657	0.741	0.734	0.579	0.638	0.739

จากตารางที่ 3 ค่าราคาที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้สูงกว่าค่าความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นมีค่าราคาที่สองของ AVE เท่ากับ 0.782 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.657 -0.772 และองค์ประกอบความเพลิดเพลินในการใช้งานมีค่าราคาที่สองของ AVE เท่ากับ 0.791 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.633-0.768 เป็นต้น ดังนั้นโมเดลดังกล่าวจึงมีความตรงเชิงจำแนก และสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ต้องมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุขององค์ประกอบทำนายที่จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพิจารณาจากค่าความคงทนของการยอมรับ (Tolerance) ควรมีค่าสูงกว่า 0.20 และค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 5.00 (Hair et al., 2011) ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 3 พบว่า องค์ประกอบทำนายมีค่าความคงทนของการยอมรับระหว่าง 0.265 – 1.000 และค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวนระหว่าง 1.000 – 3.767 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่าโมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอกดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอก

องค์ประกอบทำนาย	ความคลาดเคลื่อน	VIF
ความง่ายในการใช้งาน (USA)	0.381	2.623
ความสะดวกในการใช้งาน (EOU)	0.326	3.064
ความเพลิดเพลินในการใช้งาน (ENT)	0.265	3.767
การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น (COM)	0.298	3.359
ความไว้วางใจในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (TRU)	0.340	2.941
ความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์(ITB)	1.000	1.000

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 3 สมมติฐานที่ 4 และสมมติฐานที่ 9 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความง่ายในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความสะดวกในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความเพลิดเพลินในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ความง่ายในการใช้งานไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจต่อการจองห้องพักแบบออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 ความสะดวกในการใช้งานไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ความเพลิดเพลินในการใช้งานไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 ส่วนประกอบของเว็บไซต์ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สามารถสรุปผลได้ดังรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

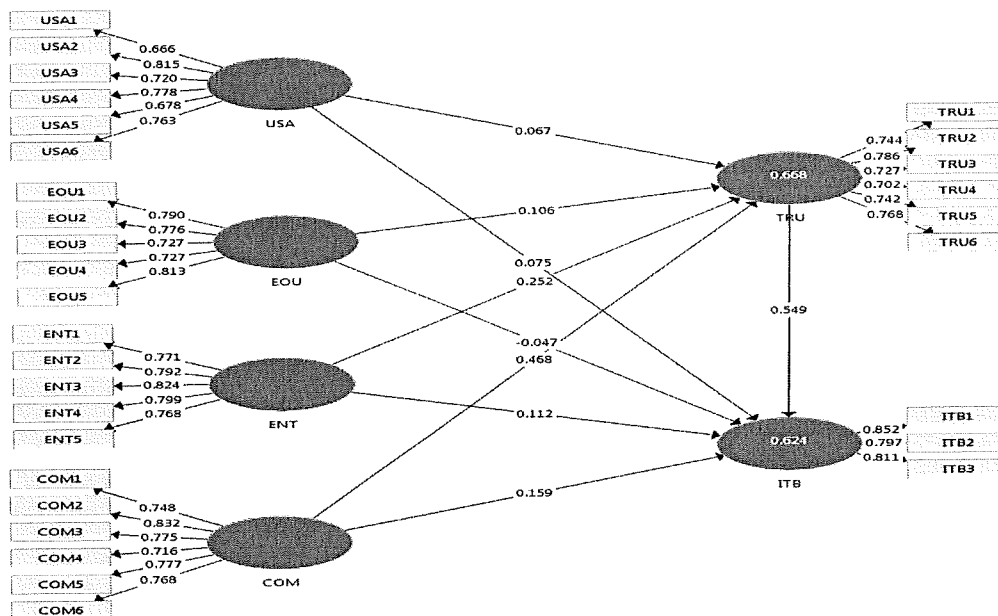
ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Path	Coefficient (β)	t-Value	p-Value	ผลการทดสอบ
H1	ความง่ายในการใช้งาน --> ความไว้วางใจต่อระบบ อิเล็กทรอนิกส์	0.067	1.015	0.311	ปฏิเสธ
H2	ความสะดวกในการใช้งาน --> ความไว้วางใจต่อระบบ อิเล็กทรอนิกส์	0.106	1.249	0.212	ปฏิเสธ

สมมติฐาน	Path	Coefficient (β)	t-Value	p-Value	ผลการทดสอบ
H3	ความเพลิดเพลินในการใช้งาน -->ความไว้วางใจต่อระบบ อิเล็กทรอนิกส์	0.252	2.583	0.010*	ยอมรับ
H4	การเติมเต็มการใช้งานให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น -->ความ ไว้วางใจต่อระบบ อิเล็กทรอนิกส์	0.468	5.666	0.000*	ยอมรับ
H5	ความง่ายในการใช้งาน --> ความตั้งใจในการใช้บริการ สำรองห้องพักแบบออนไลน์	0.075	0.876	0.382	ปฏิเสธ
H6	ความสะดวกในการใช้งาน --> ความตั้งใจในการใช้บริการ สำรองห้องพักแบบออนไลน์	-0.047	0.560	0.575	ปฏิเสธ
H7	ความเพลิดเพลินในการใช้งาน -->ความตั้งใจในการใช้บริการ สำรองห้องพักแบบออนไลน์	0.112	0.955	0.340	ปฏิเสธ
H8	การเติมเต็มการใช้งานให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น --> ความตั้งใจในการใช้บริการ สำรองห้องพักแบบออนไลน์	0.159	1.761	0.079	ปฏิเสธ
H9	ความไว้วางใจในระบบ อิเล็กทรอนิกส์ -->ความตั้งใจ ในการใช้บริการสำรองห้องพัก แบบออนไลน์	0.549	5.551	0.000*	ยอมรับ

*p-value < 0.05

รายละเอียดของผลการวิจัยแสดงดังภาพที่ 2 แสดงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Path Coefficient



ภาพที่ 2 แสดงโมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน แสดงอิทธิพลของคุณภาพเว็บไซต์ และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความเพลิดเพลินในการใช้งาน และการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (R^2) ได้ร้อยละ 66.80 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 66.60 อยู่ในระดับปานกลาง ความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความเพลิดเพลินในการใช้งาน การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ อธิบายความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ (R^2) ได้ร้อยละ 62.40 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 61.20 อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลพบว่า การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ($\beta=0.468$, $t=5.666$, $p=0.000$) ความเพลิดเพลินในการใช้งานในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ($\beta=0.252$, $t=2.583$, $p=0.010$) ความไว้วางใจในระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ ($\beta=0.549$, $t=5.551$, $p=0.000$) ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) ของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ค่าความผันแปร (R ²)	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)				
			COM	ENT	EOU	TRU	USA
ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (TRU)	0.668	ทางตรง	0.468	0.252	0.106	N/A	0.067
		ทางอ้อม	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		รวม	0.468	0.252	0.106	N/A	0.067
ความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ (ITB)	0.624	ทางตรง	0.159	0.112	-0.047	0.549	0.075
		ทางอ้อม	0.257	0.138	0.058	N/A	0.037
		รวม	0.416	0.251	0.011	0.549	0.112

การอภิปรายผล

ผลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ ให้ความสำคัญกับความเพลิดเพลินในการใช้งาน และการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเป็นสำคัญ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดความไว้วางใจและความต้องการในการใช้งานมากขึ้น กล่าวคือหากผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนตามต้องการ และเกิดความเพลิดเพลินในการใช้งานจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้ซ้ำขึ้น หากผู้ประกอบการทราบถึงวิธีการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 3 ด้านความเพลิดเพลินในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็น 0.252 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($\beta=0.252$ $t=2.583$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schlosser (1999) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกความสนุกสนานบันเทิงใจ ความสามารถในการเติมเต็มความต้องการด้านจิตนาการ ที่ชี้ให้เห็นว่าความเพลิดเพลิน เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการใช้งานในระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเป็นสิ่งที่ส่งผลให้การจองห้องพักแบบออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค Mothe et al., (2015) ได้ทำการศึกษาความบันเทิงจากการใช้บริการโรงแรมในเชิงบวก ชี้ให้เห็นว่าความบันเทิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจจองห้องพักออนไลน์ของผู้บริโภคเป็นการเสริมประสิทธิภาพที่มีผลเชิงบวกต่อระบบและกิจกรรมในการจองห้องพักแบบออนไลน์ของผู้บริโภค Zeng et al. (2012) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ใช้เว็บไซต์ออนไลน์ ชี้ให้เห็นว่าระบบต้องมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีคุณภาพและเกินความคาดหวังของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์เชิงบวกมากกว่าอารมณ์เชิงลบในการใช้งานและ Hsu and Tsou (2011) ได้ศึกษาความรู้สึกทางอารมณ์ ชี้ให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากความรู้สึกทางอารมณ์จะสามารถจดจำได้ดี เมื่อผู้บริโภคเกิดความสนุกสนานขณะใช้งานจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการใช้ซ้ำขึ้นได้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า การเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็น 0.468 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($\beta=0.468$ $t=5.666$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeng. (2012) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นที่ชี้ให้เห็นว่า สุนทรียภาพในการใช้งานเกิดขึ้นจากการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งน่าดึงดูดน่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ Loiacon. (2002) ที่ได้

ทำการศึกษเกี่ยวกับขอบเขตการเติมเต็มการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ที่ชี้ให้เห็นว่าความสมบูรณ์ของการใช้งานสำหรับผู้บริโภคเป็นตัวที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับระบบของโรงแรม Dutta-bergman (2006) และ Wang. (2015) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายและคุณภาพของเว็บไซต์ ชี้ให้เห็นว่า ความหลากหลายและคุณภาพของเว็บไซต์ เป็นความสมบูรณ์แบบที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการมากกว่าช่องทางอื่น ที่มีระบบทำงานเหมือนกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 ความไว้วางใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ เป็น 0.549 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($\beta=0.549$ $t=5.551$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Debei. (2015) ที่ได้ทำการศึกษเกี่ยวกับความไว้วางใจต่อการใช้งานระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่ชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความไว้วางใจจากลูกค้าในการซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องสำคัญ และ Hassanzadeh (2013) ที่ได้ทำการศึกษเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความไว้วางใจที่ได้รับ ชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจเป็นเรื่องของสังคมวิทยาที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับจากการดำเนินงานของธุรกิจ Kumar. (1995) ได้ทำการศึกษเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้บริโภค ชี้ให้เห็นว่าการเสี่ยงในการทำธุรกรรมความไว้วางใจมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจระยะยาว Morgan and hunt (1994) ได้ทำการศึกษความคาดหวังต่อเว็บไซต์ของโรงแรม ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ความไว้วางใจจากผู้บริโภคเป็นความสัมพันธ์ที่ช่วยส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการสำรองห้องพัก

ดังนั้น จากที่ได้ทำการศึกษครั้งนี้พบว่า หากต้องการเพิ่มการใช้งานในการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ของผู้บริโภคควรมีการเพื่อประสิทธิภาพคุณภาพของเว็บไซต์ในเรื่องของการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มความไว้วางใจในการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน ความเพลิดเพลินในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน และการสร้างความไว้วางใจในการใช้งานในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ หากผู้ประกอบการทราบถึงช่องทางในการทำการตลาดและการส่งเสริมการบริการแบบดิจิทัลจะทำให้การเข้าถึงความต้องการสูงสุดของผู้บริโภคเป็นไปได้

ประโยชน์ของงานวิจัย

ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

จากผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่ออิทธิพลในการสำรองห้องพักแบบออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภค โดยสามารถนำแนวคิดเรื่องของคุณภาพของเว็บไซต์ (Website quality) คุณภาพของเว็บไซต์และความตั้งใจในการจองห้องพัก (Website quality and online booking intentions) และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความเพลิดเพลิน (Entertainment) ความไว้วางใจ (Online Trust) มาเป็นกรอบแนวคิดทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมอื่นๆที่มีประโยชน์ต่องานวิจัย

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

1. ผู้พัฒนาเว็บไซต์ สามารถนำผลการวิจัยนี้มาเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาคุณภาพของเว็บไซต์ การจองห้องพักแบบออนไลน์โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ อาทิเช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการใช้งาน โดยการ พัฒนาเว็บไซต์ให้มีความดึงดูดใจเมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าเว็บไซต์มีการออกแบบเว็บไซต์ด้วยนวัตกรรมที่มีความทันสมัยเพื่อให้ ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกมีความสุขเมื่อใช้เว็บไซต์

2. ผู้ประกอบการ สามารถใช้ประโยชน์จากการศึกษานี้เพื่อสร้างประโยชน์และพัฒนาคุณภาพของ เว็บไซต์ให้เพิ่มขึ้นได้โดยการ เพิ่มส่วนประกอบของเว็บไซต์ให้ตรงตามความต้องการและความเหมาะสมที่ผู้บริโภคจะ ได้รับ เช่น พัฒนาคุณภาพของเว็บไซต์ให้เหมาะกับภาพลักษณ์ขององค์กรโดยมีข้อมูลในเว็บไซต์ที่ครบถ้วน ถูกต้อง มี การอนุญาตในการทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถที่จะจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ได้โดยตรง และง่ายกว่าการทำธุรกรรมผ่านทาง โทรศัพท์หรือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

3. องค์กร สามารถใช้ประโยชน์จากการศึกษานี้ในด้านของการสร้างความไว้วางใจในการใช้งานเว็บไซต์ โดยการพัฒนาระบบที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างปลอดภัย และได้รับความครบถ้วน ในเรื่องของหลักฐานที่จำเป็นต่างๆ ในการจองห้องพักแบบออนไลน์ ที่ผู้บริโภคจะต้องได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน และมีการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์ล่วงหน้าได้เป็นเวลานาน

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือบุคคลช่วยไปที่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการจองห้องพักเท่านั้น แต่ไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจองห้องพักของกลุ่มผู้ใช้งาน เช่น ปัจจัยด้าน ราคา การส่งเสริมการขาย และอื่นๆ เป็นต้น ทำให้ผู้วิจัยขาดข้อมูลในการศึกษาในส่วนนั้นไป

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมความคิดเห็นของผู้บริโภคในการจองห้องพักแบบออนไลน์ในด้านของความพึงพอใจในการใช้บริการ

2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการใช้บริการ ปัจจัยด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น โดยปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลต่อการใช้บริการการจองห้องพักแบบออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ. (2558). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์. มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ.

ศิริมงคล ราชสันเทียะ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร(การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.

ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์. (2552). กลยุทธ์การตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเทศบาลตำบลสันทรายหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพ.

- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2557). *สถิติการท่องเที่ยวไทย*. เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://intelligencecenter.tat.or.th/>
- แสงรพี ภัทรกิจกุลธร. (2543). *ทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์*. (วิทยานิพนธ์ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Achmad, Djumilah & Siti. (2014). "Impact of employees participation in communities of practice on individual, community, and organisational performance." *Journal of Business Information Systems (JBIS)*, 25(1), 2017).
- Al-Debei, M., Akroush, M.N., Ashouri, M.I., 2015. *Consumer attitudes towards online shopping*. *Internet Res.* 25 (5), 707–733.
- Blome, C., Hollos, D., and Paulraj, A. (2014). "Green procurement and green supplier development: antecedents and effects on supplier performance." *International Journal of Production Research* 52(1): 32-49.
- Dutta-bergman, M. J. , 2006. Community participation and Internet use after September 11: *complementarity in channel consumption*. *J. Comput.-Mediated Commun.* 11 (2), 469–484.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. and Buchner, A. (2007). "G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences." *Behavior Research Methods* 39(2): 175–191.
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error." *Journal of Marketing Research* 34(2): 161-188.
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., and Newell, S. J. (2000). "The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands." *Journal of Advertising* 29(3): 43-54.
- Hair, J. F. (Jr.), Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California, CA: Sage Publications.
- Hsu, H.Y., Tsou, H.T., 2011. *Effect of website quality on consumer emotional states and repurchases intention*. *Afr. J. Bus. Manage.* 5 (15), 6195–6200.
- Katz, E., Blumler, J. G., and Gurevitch, M. (1974). "Uses and gratification research." *The public Opinion Quarterly* 37(4): 509-523.
- Kotter, John P. (2003). *The Power of Feelings, An Interview with John P. Kotter, Leader to Leader*, No. 27, Winter 2003
- Kumar, N., Scheer, L.K., Steenkamp, J.B.E., 1995. *The effects of perceived interdependence on dealer attitudes?* *J. Mark. Res.* 32 (3), 348–356
- Lin, T.C., Ku, Y.C., and Huang, Y.S. (2014). "Exploring top managers' innovate IT (IT) championing behavior: *Integrating the personal and technical contexts*." *Information and Management* 51(1): 1-12.

- Loiacono, E.T., Watson, R., Goodhue, D.L., 2002. WEBQUAL: a measure of web site quality. *Mark. Theor. Appl.* 13 (3), 432–438.
- Morgan, R.M., Hunt, S.D., 1994. *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *J. Mark.* 58 (3), 20–38
- Mothe, C., Nguye-Thi, U.T., Nguyen-Van, P., 2015. Assessing complementarity in organizational innovations for technological innovation: *the role of knowledge management practices*. *Appl. Econ.* 47 (29), 3040–3058.
- Peng, D. X. and Lai, F. (2012). “ Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research.” *Journal of Operations Management* 30(2012): 467–480
- Ringle, C. M., Wende, S., and Will, S. (2005). *SmartPLS 2.0 (M3) Beta*. Accessed September 12, 2014. Available from <http://www.smartpls.de>
- Wang, L., Law, R., Guillet, B.D., Hung, K., Fong, D.K.C., 2015. *Impact of hotel website quality on online booking intentions: eTrust as a mediator*. *Int. J. Hospitality Manage.* 47, 108–115.
- Zeng, L., Proctor, R., Salvendy, w., 2012. *User-based assessment of website creativity: a review and appraisal*. *Behav. Inform. Technol.* 31 (4), 383–400
- Zeng, L., Salvendy, G., Zhang, M., 2009. *Factor structure of web site creativity*. *Comput. Hum. Behav.* 25, 568–577