

ปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์
ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย

THE CAUSAL FACTORS OF THE SATISFACTION WITH THE ELECTRONIC SYSTEM
OF ROOM RESERVATION THROUGH ONLINE BOOKING BUSINESS
AGENCIES IN THAILAND

มัลลิกา ธรรมณรงค์¹ และวิชิต อุ๋อัน²

Mallika Thamnarong¹ and Vichit Uon²

^{1,2}วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

^{1,2}Graduate School of Management, Sripatum University

Received: May 31, 2021 / Revised: September 1, 2021 / Accepted: September 6, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย 2) อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย และ 3) สร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักที่เป็นเจ้าของโรงแรมที่เลือกการขายห้องพักเว็บไซต์ออนไลน์ในประเทศไทยจำนวน 12 ราย และเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ใช้บริการจองห้องพักจำนวน 500 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์ทางสถิติด้วยสมการโครงสร้าง และดำเนินการสร้างแบบจำลองโดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ 2) การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ 3) คุณภาพของเว็บไซต์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ 4) ความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 5) คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนี $\chi^2 = 91.11$, $df = 78$, $\chi^2/df = 1.168$, $p\text{-value} = 0.147$, $RMSEA = 0.018$, $SRMR = 0.025$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.99$ และ $AGFI = 0.94$ ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจองห้องพักออนไลน์ ธุรกิจตัวแทนการขายห้องพัก

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the causal factors of the satisfaction with the electronic system of room reservation through online booking business agencies in Thailand; (2) to study the influence of the causal factors of the satisfaction with the electronic system of room reservation through online booking business agencies in Thailand; and (3) to create the causal factors of the satisfaction with the electronic system of room reservation through online booking business agencies in Thailand.

This research was a mixed-method research involving quantitative and qualitative research methodologies. The researcher collected research data by interviewing 12 entrepreneurs who were hotel business operators choosing to sell rooms via online websites in Thailand, and using an online questionnaire to collect data from 500 booking service users. Statistical procedure for data analysis was the structural equation modeling; while the creation of the causal factors model was conducted as a qualitative research by using in-depth interviews.

The research results showed that (1) the quality of provided electronic system services directly and positively affected the satisfaction with the electronic system; (2) the handling of complaints about the electronic system directly and positively affected the satisfaction with the electronic system; (3) the quality of the websites directly and positively affected the satisfaction with the electronic system; (4) the satisfaction with the electronic system directly and positively affected the loyalty to the electronic system; and (5) the electronic service quality, the handling of complaints about the electronic system, and quality of the websites had indirectly and positively influences on the loyalty to the electronic system via the satisfaction with the electronic system. In addition, the created model was harmoniously consistent with the empirical data, as shown by the following index values: $\chi^2 = 91.11$, $df = 78$, $\chi^2/df = 1.168$, $p\text{-value} = 0.147$, $RMSEA = 0.018$, $SRMR = 0.025$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.99$ and $AGFI = 0.94$. Therefore, the structural equation model was harmonious with the empirical data.

Keyword: Satisfaction with the Electronic System, Online Booking for Hotel Room, Online Travel Business Agency

บทนำ

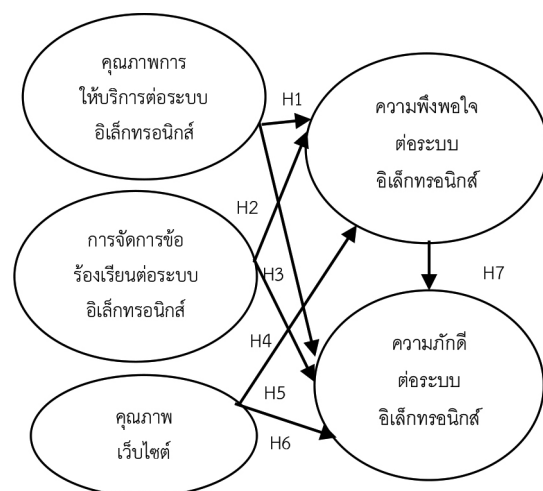
ปัจจุบันการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลมีการนำระบบออนไลน์ (Online Travel Agency: OTA) มาใช้ในธุรกิจทำให้ง่ายต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญ ส่วนหนึ่งในชีวิตโดยเฉพาะธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) เป็นเว็บไซต์เกิดขึ้นจำนวนมากกระจายทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการในประเทศนั้น ๆ เป็นบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการ หรือตัวกลางให้บริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และการจองที่พักโรงแรมให้โดยมีข้อเสนอสุดพิเศษให้กับสมาชิกหรือผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ระดับโลกอย่าง อโกด้าดอทคอม (Agoda.com) บুকกิ้งดอทคอม (Booking.com) และทริปแอดไวเซอร์ดอทคอม (TripAdvisor.com) รวมถึงเว็บไซต์ตัวกลางอื่น ๆ ความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม การให้บริการ การให้บริการต่าง ๆ หันมาพัฒนาการให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ธุรกิจตัวแทนการขายห้องพักจึงจำเป็นต้องมีคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ และจำเป็นต้องมีแผนพัฒนาศักยภาพเพื่อการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นี้ว่าการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Recovery) และคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality) ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญสำหรับการให้บริการต่าง ๆ ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์บนสื่อออนไลน์หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สร้างความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ (Chansakul, 2015) จากปัญหาจากการใช้บริการผ่านธุรกิจตัวแทนการขายห้องพัก (OTA) ผ่านแพลตฟอร์มเพื่อให้การบริการเกิดประสิทธิภาพที่ดีเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าแต่ยังคงพบปัญหาในงานบนเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านการให้บริการ เช่น การจองห้องพักเกิดความซับซ้อน การใช้งาน การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ ความ

ยากง่ายของการใช้งานบนเว็บไซต์ ความผิดพลาดในการจองห้องพัก ความปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน และการติดต่อกับพนักงานได้ค่อนข้างยากก่อให้เกิดความล่าช้า เป็นต้น ยังคงรวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นต่าง ๆ สำหรับการจองผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ ด้วยปัญหาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจากที่กล่าวมาข้างต้น หากได้รับการแก้ปัญหาดังกล่าวหรือพัฒนาระบบการให้บริการให้ดีขึ้นประสิทธิภาพมีความเสถียรที่มากขึ้นจะลดปัญหาในการจองหรือการให้บริการการจองผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 4 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพของเว็บไซต์ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพของเว็บไซต์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Satisfaction: E-Satisfaction)

โดยมีนักวิจัย และนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิด ดังนี้ Gounaris et al. (2010) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจสามารถกำหนดเป็นประสบการณ์ที่รู้สึกหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์ และเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณภาพจากความคาดหวังการให้บริการ

Kotler (2016) ได้กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ระบุว่า ความพึงพอใจโดยทั่วไปเป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังเนื่องจากการเปรียบเทียบระหว่างการแสดงของผลิตภัณฑ์ และบริการที่ลูกค้าคาดหวังในบริบทของออนไลน์ความพึงพอใจมักเรียกว่า ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

เมื่อได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญทั้งหมด 4 ด้าน (Szymanski & Hise, 2000; Bressolles et al., 2014) ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ranjbarian et al. (2012) ได้แก่ ความสะดวกสบาย คือ การสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ คือ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อหา ราคา รายละเอียดที่เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการเลือกดู การนำเสนอผลิตภัณฑ์ คือ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์บนระบบแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลาย และความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยทางการเงิน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality: E-S-QUAL)

โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิดดังนี้ Parasuraman et al. (2005) ได้กล่าวว่าการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพ (E-S-QUAL) ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับความสำเร็จในสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบันการรับรู้คุณภาพการบริการเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคพิจารณาว่าบริการควรจะเป็นและการรับรู้เกี่ยวกับประสิทธิภาพที่แท้จริงที่เสนอโดยผู้ให้บริการในรูปแบบของการรับรู้คุณภาพการบริการทั้งการบริการที่คาดหวัง รวมถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ

Durmus et al. (2013) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดของคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นการให้บริการออนไลน์ในปัจจุบันมีความสำคัญยิ่งกว่าการรักษาผู้ใช้บริการไว้

เมื่อผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 4 ด้าน (Parasuraman et al., 2005) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alanezi และ Sellami (2019) ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพของการใช้งาน คือ การใช้งานง่าย 2) ความพร้อมของระบบ คือ การใช้งานที่มีเสถียรภาพในการใช้งาน 3) การปฏิบัติตาม คือ ความสามารถในการทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ตกลงไว้ และ

4) ความเป็นส่วนตัว คือ การปกป้องข้อมูลพฤติกรรม
การใช้งานของลูกค้าบนระบบแพลตฟอร์ม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Recovery: E-Rec-Qual)

โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิด
ดังนี้ Parasuraman et al. (2005) ได้กล่าวว่า การจัดการ
ข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต่อการ
แก้ไขปัญหาของคุณภาพการให้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการ
ประสบปัญหาเพื่อพัฒนาเครื่องมือการให้บริการให้มี
มาตรฐานมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างการวัดออนไลน์หลายมิติ

Wang (2011) ได้อธิบายว่า ผู้ใช้บริการร้องเรียน
ถึงความล้มเหลวในการให้บริการ ดังนั้นการจัดการ
ข้อร้องเรียนที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างรายได้
และสร้างความภักดีให้ธุรกิจ หรือองค์กรต่าง ๆ ความ
พยายามในการกู้คืนบริการที่สูงสามารถเพิ่มลูกค้า
ได้อย่างมาก และเสริมสร้างแรงจูงใจของลูกค้าเพื่อ
กระจายคำพูดในเชิงบวกจากปากต่อปากของผู้ใช้
บริการ

เมื่อผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็น
ได้ว่า ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 3 ด้าน
ได้แก่ 1) การตอบสนอง คือ การสามารถตอบสนอง
ต่อปัญหาในการใช้บริการและสามารถแก้ปัญหา
ได้อย่างรวดเร็ว 2) การชดเชย คือ การหาสิ่งทดแทน
เมื่อเกิดความผิดพลาด และ 3) การติดต่อ คือ การ
ติดต่อเพื่อปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการ
(Parasuraman et al., 2005; Wolfinbarger &
Gilly, 2003; Gidh, 2020)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality)

โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอ
แนวคิด ดังนี้ Liu และ Arnett (2000) ได้อธิบายว่า
คุณภาพของเว็บไซต์เป็นแพลตฟอร์มของเทคโนโลยี
สารสนเทศที่บรรลุประสิทธิภาพของเว็บไซต์ให้
กระบวนการจัดซื้อและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการ
บริการที่มีประสิทธิภาพแก่ลูกค้า ดังนั้นด้วยคุณภาพ

ของเว็บไซต์ที่ดีทำให้ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ
ไว้วางใจในร้านค้า

Afshardost (2013) ได้อธิบายว่า แนวคิด
คุณภาพของเว็บไซต์การรับรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
คุณภาพของเว็บไซต์นั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ เว็บไซต์
ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้าง
ความประทับใจให้กับความเป็นเลิศของเว็บไซต์นั้น ๆ

เมื่อได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า
ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 11 ด้าน ได้แก่ 1)
ข้อมูลเหมาะสมกับการใช้งาน คือ ข้อมูลมีความพอดีกับ
ผลิตภัณฑ์ 2) ความเหมาะสมของการสื่อสาร คือ การ
สื่อสารสามารถปรับให้เหมาะสมตอบสนองความต้องการ
ของผู้ใช้บริการ 3) ความไว้วางใจ คือ การสื่อสาร
ที่มีความปลอดภัย 4) ระยะเวลาในการตอบสนอง คือ
เวลาที่จะได้รับคำตอบหลังจากการร้องขอ 5) ความ
เข้าใจง่าย คือ ความง่ายต่อการอ่าน 6) การรับรู้ คือ
มีการนำทางในการใช้งานที่ง่าย 7) การดึงดูดสายตา
นวัตกรรม คือ ความสวยงาม 8) การรับรู้ทางอารมณ์ คือ
ความรู้สึกทางอารมณ์ 9) ภาพที่สอดคล้องกัน คือ ภาพ
บนเว็บไซต์ 10) ความสมบูรณ์ทางออนไลน์ คือ การ
ที่เว็บไซต์อนุญาตให้ทำธุรกรรมทั้งหมด และ 11) ข้อ
ได้เปรียบที่เกี่ยวข้อง คือ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจาก
บริษัท

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Loyalty: E-Loyalty)

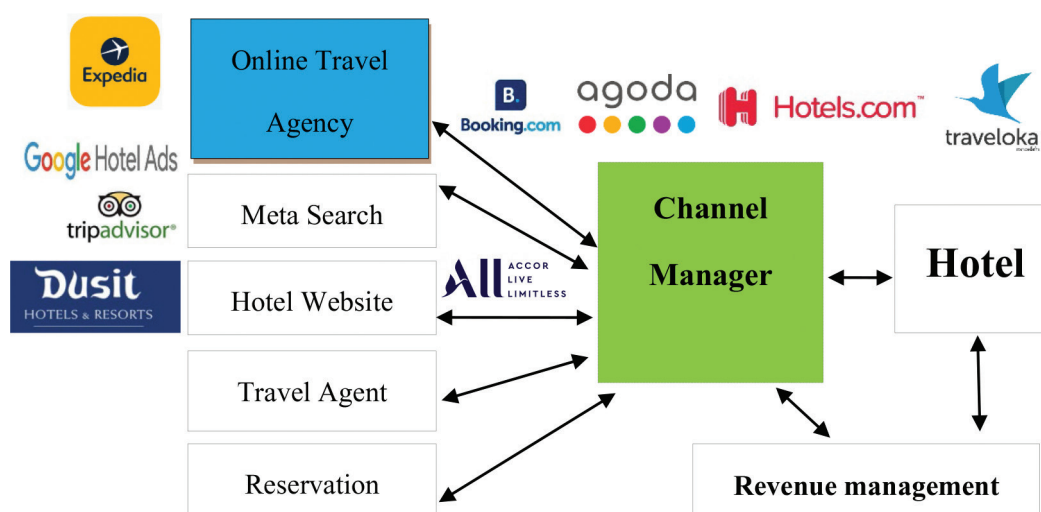
โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอ
แนวคิด ดังนี้ Anderson และ Srinivasan (2003)
ได้กล่าวว่า ความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่คนคิด
ที่ดีของผู้ใช้บริการต่ออิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจส่งผลให้เกิด
พฤติกรรมการซื้อซ้ำ การศึกษาได้กำหนดความภักดี
ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่จะทบทวนคุณภาพ
ของเว็บไซต์ของแบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อซื้อขาย
บนเว็บไซต์นั้นโดยไม่ต้องเปลี่ยนไปใช้เว็บไซต์อื่น

เมื่อทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า
ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่

1) ความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ คือ การกลับมาใช้บริการอีก และ 2) การบอกต่อ คือ การนำคำพูดเชิงบวกบอกต่อกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (Online Travel Agency: OTA)
ธุรกิจที่พักในปัจจุบันต้องมีการบริหารการ

จัดการ และพัฒนาช่องทางการขายหรือเรียกว่า การบริหารการจัดการรายได้ (Revenue Management) ที่เป็นทฤษฎีหลักในการปรับปรุงพัฒนารายได้ของช่องทางการขายห้องพักที่มีความหลากหลายรวมถึงการบริหารห้องพักให้เป็นระบบโดยช่องทางการขายหลาย ๆ ช่องทาง เช่น ช่องทางการขายสมัยใหม่ที่ขายห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพัก (OTA)



ภาพที่ 2 ระบบช่องทางการขาย

ที่มา: ปรับโมเดลมาจาก Chansakul (2015)

การบริหารจัดการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) ผู้ให้บริการด้านการจองที่พักโรงแรมรวมถึงบริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านตัวกลางเป็นแพลตฟอร์มในการให้บริการออนไลน์บนพื้นที่การให้บริการบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการ เช่น การจองที่พัก ตัวเครื่องบิน บริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น (Chansakul, 2015)

วิธีการวิจัย

การวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพแบบเชิงอธิบาย ใช้กลุ่มประชากรเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักที่เป็นเจ้าของโรงแรมที่เลือกการขายห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจอง

ห้องพักออนไลน์ (OTA) จำนวน 12 ราย โดยวิธีการสัมภาษณ์ และกลุ่มประชากรเชิงปริมาณ คือ ผู้ใช้บริการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) โดยการเก็บกลุ่มซึ่งมีหลายวิธีที่ใช้พิจารณาในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้ ใช้เทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) จากการออกแบบคิดในการวิจัย มีตัวแปรแฝง (Latent Variables) จำนวน 5 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 25 ตัวแปร เนื่องด้วยนักสถิติแนะนำว่าในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair, 2006) จึงจะถือว่าเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ดังนั้นขนาดของ

กลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 25 = 375$ ถึง $20 \times 25 = 500$ (Uon, 2010)

โดยผู้วิจัยเลือกใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีที่ 2 ที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 500 ตัวอย่างเพื่อให้แน่ใจว่าจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่สามารถใช้เป็นค่าสถิติที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้ (Hair, 2006) จำนวน 500 ราย (Ministry of Tourism and Sports, 2019)

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยนี้ใช้การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การกำหนดกรอบคำถามสำหรับการสัมภาษณ์มาจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นนิยามเฉพาะที่กำหนดตามกรอบแนวคิด รวมทั้งปัญหาของคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาตามที่ต้องการเพื่อนำมาพัฒนาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์แบบเนื้อหา (Content Analysis) และนำมาสังเคราะห์เพื่อหาตัวแปร

เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยในกระบวนการพัฒนาแบบสอบถาม ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยการนำมาปรับให้สอดคล้องกับบริบทของงานวิจัย และจากการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านพบว่า ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องรายข้อ (IOC) ได้เท่ากับ 0.988 (อยู่ระหว่าง 0.953-1.00) แสดงว่าข้อคำถามรายข้อตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสามารถนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นเพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป และผลจากการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามพบว่า ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.993 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้นข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและ

สามารถนำไปใช้ในการศึกษา โดยพัฒนาตัวอย่างออกเป็น 6 ส่วน

แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและข้อมูลลักษณะทั่วไปขององค์การของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามตอนที่ 2-6 โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้แบบ 5 ระดับ Likert's Scale

แบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวข้องกับข้อมูลคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

แบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Recs-Qual)

แบบสอบถามตอนที่ 4 เกี่ยวข้องกับคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality)

แบบสอบถามตอนที่ 5 เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Satisfaction)

แบบสอบถามตอนที่ 6 เกี่ยวข้องกับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Loyalty)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์หาค่าสถิติ (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 25 องค์ประกอบ เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันในระดับหนึ่งเพื่อให้สามารถวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้โปรแกรม LISREL (Suksawang, 2014) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมมติฐาน แบบจำลองการวัดและแบบจำลองโครงสร้าง รวมทั้งดัชนีอื่น ๆ เพื่อใช้พิจารณาปรับแบบจำลองโดยพิจารณาผลการทดสอบผลการวิเคราะห์เส้นทาง ความกลมกลืนของแบบจำลองโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนและหลังการปรับตัวแบบจำลองเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวแบบจำลองที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยมีประสบการณ์การจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 47.20 รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ก/คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 27.00 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.60 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.40 อายุ 21-30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.40 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.20 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.80 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 59.60 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 37.80 รายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.40 จองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์กับ Agoda.com คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ Booking.com คิดเป็นร้อยละ 20.20 ใช้บริการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.40 ประสบการณ์การจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ 1,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.20 และเข้าพักกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.80

2. ค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพของเว็บไซต์ ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.60) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนี้ ประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.64) รองลงมาคือ การปฏิบัติตาม ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.66) ความพร้อมของระบบ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.69) และความเป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.66) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ การตอบสนอง ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ การติดต่อ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.73) และการชดเชย ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.56) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์ รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ ข้อมูลเหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.71) รองลงมาคือ นวัตกรรม ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.73) การดึงดูดสายตา ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.73) ความสมบูรณ์ทางออนไลน์ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.81) ความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.76) ระยะเวลาในการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.66) ข้อได้เปรียบที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.75)

ภาพประกอบที่สอดคล้องกัน ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.75) การรับรู้ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.73) ความเหมาะสมของการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.71) การรับรู้ทางอารมณ์ ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.75) และความเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.63) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.69) รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.70) ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.75) และความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.74) ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.70) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ ความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.73) รองลงมาคือ การบอกต่อ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

3. ดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์

ผลการวิเคราะห์โมเดลครั้งแรกพบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) ด้วยการปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลาย

ข้อตกลงเบื้องต้นโดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ (Suksawang, 2014) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี $\chi^2 = 91.11$, $df = 78$, $\chi^2/df = 1.168$, $p\text{-value} = 0.147$, $RMSEA = 0.018$, $SRMR = 0.025$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.99$ และ $AGFI = 0.94$ โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 ดัชนี $RMSEA$ และ $SRMR$ มีค่าน้อยกว่า 0.05 และดัชนี CFI , GFI , $AGFI$ มีค่ามากกว่า 0.95 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

1. คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.32 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.20 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.21 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

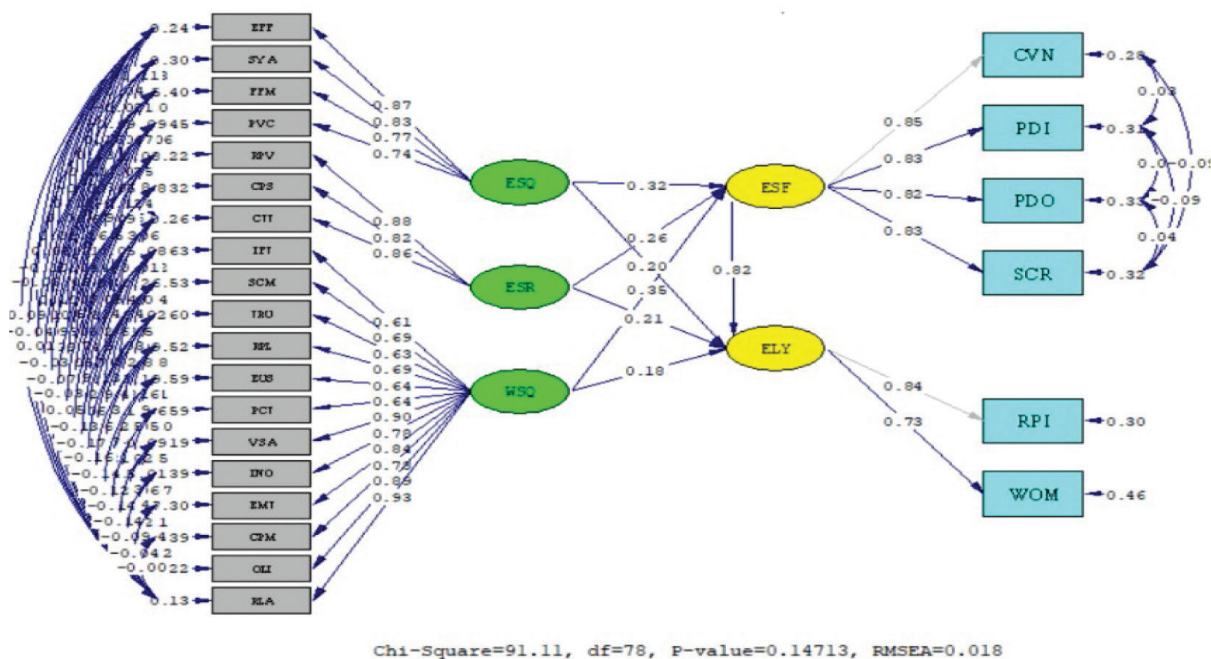
5. คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.35 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.18 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรง

เท่ากับ 0.82 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8. คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) และคุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยผ่านความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.26, 0.21 และ 0.29 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล

ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.24 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพล

ทางตรงเท่ากับ 0.11 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.31 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความ

ภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.40 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.14 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

(ESF) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.98 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

แบบจำลองใหม่ที่ได้จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

จากการศึกษาแบบจำลองความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อแบบจำลองว่า “OBRS Model” ซึ่งย่อมาจากคำว่า Online Booking and Reservation Satisfaction Model เพื่อใช้แบบจำลองนี้พัฒนาศักยภาพของการให้บริการบนระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณภาพ และศักยภาพมากขึ้น โดยแสดงไว้ในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 OBRS Model

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Sahadev และ Purani (2008) ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางบวกทั้งความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีโดยตรง

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นส่งผลต่อระดับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Asgari (2014) พบว่า คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลกระทบเชิงบวกและมีความสำคัญกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญของผู้ใช้บริการ ธนาคารบนมือถือที่ธนาคารบาท

สมมติฐานที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า หากทำการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาได้ส่วนมากจะทำให้

เพิ่มระดับความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Maxham (2001) การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งหนึ่งของปัจจัยที่สำคัญของผู้ใช้บริการความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 4 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า หากทำการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาได้ส่วนมากจะทำให้เพิ่มระดับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ Blasco (2010) พบว่า คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการรับรู้คุณค่าในการวัดการสร้างความพึงพอใจอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่าระดับคุณภาพของเว็บไซต์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเข้าถึงสำหรับการจองที่พักซึ่งสามารถเกิดความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Khanh Giao et al. (2020) พบว่า มีผลในเชิงบวกคุณภาพของเว็บไซต์เกี่ยวกับความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสื่อกลางบางส่วนผ่านความไว้วางใจทางอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้บริโภค ยิ่งไปกว่านั้นความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์และการบอกต่อ

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับคุณภาพของเว็บไซต์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเข้าถึงสำหรับการจองที่พัก ซึ่งสามารถเกิดความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Alkhoul (2018) พบว่า คุณภาพเว็บไซต์และความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของเว็บไซต์กับความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำให้ลูกค้ามั่นใจในผู้ประกอบการและสินค้า ทำให้ลูกค้ายังซื้อสินค้าของผู้ประกอบการไปตลอด สอดคล้องกับการศึกษาของ Terblanche และ Boshoff (2010) พบว่า ความภักดีได้รับผลกระทบทางบวกจากความพึงพอใจของลูกค้า

สรุปผล

จากผลการวิจัยจึงสรุปได้ว่า ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งในการปรับโมเดลมีการเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น

การทดสอบโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลลัพธ์แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า ส่งผลทางตรงเชิงบวกและทางอ้อมต่อความพึงพอใจทางอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ และธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาพัฒนาความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ และนำธุรกิจเข้าสู่ระบบแพลตฟอร์มได้อย่างเต็มรูปแบบและมีเสถียรภาพสูงทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสของความสำเร็จนี้ได้

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

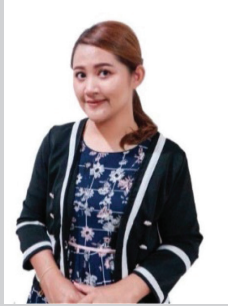
2.1 ควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่สำคัญตัวอื่นเพิ่มเติมที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย เช่น การรับรู้ถึงคุณภาพ การรับรู้ถึงคุณค่า และภาพลักษณ์ เป็นต้น

References

- Afshardost, M. (2013). Linking trust, perceived website quality, privacy protection, gender and online purchase intentions. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 4(13), 63-72.
- Alanezi, M. A., & Sellami, A. (2019). A unified framework for measuring e-service quality. *Engineering Technology & Applied Science Research*, 3(9), 4249-4254.
- Alkhoul, S. (2018). The effect of banks website service quality and e-satisfaction on e-loyalty: An empirical study on Swedish banks. *International Journal of Business and Management*, 1(13), 1-12.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & Marketing*, 2(20), 123-138.
- Asgari, N. (2014). Studying the impact of e-service quality on e-loyalty of customers in the area of e-banking services. *Journal of Management and Sustainability*, 2(4), 126-133.
- Blasco, M. F. (2010). Measuring the antecedents of e-loyalty and the effect of switching costs on website. *Service Industries Journal*, 11(30), 1837-1852. <https://doi.org/10.1080/02642060802626774>
- Bressolles, G., Durrieu, F., & Senecal, S. (2014). A consumer typology based on e-service quality and e-satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 6(21), 889-896.
- Chansakul, A. (2015). *The tourism industry manages accommodation business in the online*. Bank of Thailand. [in Thai]
- Durmus, B., Ulusu, Y., & Erdema, S. (2013). Which dimensions affect private shopping e-customer loyalty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (99), 420-427.
- Gidh, P. G. (2020). A multi-dimensional research study in e-commerce to capture consumer expectations. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET)*, (8), 411-415.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Sergios, S. (2010). An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e-shopping. *Journal of Services Marketing*, 2(24), 142-156. <https://doi.org/10.1108/08876041011031118>
- Hair, J. (2006). Multivariate data analysis. *Psychology*, 6(1), 1-5.
- Khanh Giao, H. N., Vuong, B. N., & Nh, T. (2020). The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust and e-satisfaction: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, (8), 351-370. http://growingscience.com/uscm/Vol8/uscm_2019_42.pdf
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.

- Liu, C., & Arnett, K. (2000). Exploring the factors associated with website success in the context of electronic commerce. *Information Management*, 1(38), 23-33. [http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00049-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00049-5)
- Maxham, J. G. (2001). Service recovery's influence on consumer satisfaction, word-of-mouth, and purchase intentions. *Journal of Business Research*, (54), 11-24.
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). *Ministry of tourism and sports*. www.mots.go.th [in Thai]
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). E-s-qual a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 3(7), 213-233.
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Zey, R. (2012). Factors influencing on customers' e-satisfaction: A case study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 9(3), 1497-1511.
- Sahadev, S., & Purani, K. (2008). Modeling the consequences of e-service quality. *Marketing intelligence and planning*, 6(26), 605-620. <https://doi.org/10.1108/02634500810902857>
- Suksawang, P. (2014). Principles of structural equation model analysis. *Journal Narathiwat Rajanagarindra University*, 2(6), 136-145. [in Thai]
- Szymanski, D., & Hise, R. (2000). E-satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*, (76), 309-322.
- Terblanche, N. S., & Boshof, C. (2010). Quality, value, satisfaction and loyalty amongst race groups: A study of customers in the South African fast food industry. *The South African Journal of Business Management*, 1(41), 1-9.
- Uon, V. (2010). *Research and business information retrieval*. Sripatum University. [in Thai]
- Wang, Y. S. (2011). The relationship of service failure severity, service recovery justice and perceived switching costs with customer loyalty in the context of e-tailing. *International Journal of Information Management*, 4(31), 350-359.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. (2003). ETAILQ: Dimensionalizing, measuring and predicting e-tail quality. *Journal of Retailing*, 3(79), 183-198. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00034-4](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00034-4)



Name and Surname: Mallika Thamnarong

Highest Education: Ph.D. in Doctor of Business Administration Program, Sripatum University

Affiliation: Sripatum University

Field of Expertise: Marketing Strategy



Name and Surname: Vichit Uon

Highest Education: Ph.D. in D.I.B.A. (International Management), Nova Southeastern University, U.S.A. and Ph.D. in D.B.A. (Marketing), The University of Sarasota, U.S.A.

Affiliation: Sripatum University

Field of Expertise: International Management and Marketing