

**แนวทางในการสร้างความพึงพอใจต่อการใช้  
โมบายแอปพลิเคชันจองที่พัก  
และการเดินทางกรณีศึกษาแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย**

**THE GUIDELINES ON BUILDING SATISFACTION TOWARD  
THE USE OF A MOBILE APPLICATION TO RESERVE  
A HOTEL AND A TRIP A CASE STUDY OF  
THE EXPEDIA PLATFORM**

---

**ฐิติรชานันท์ อิศรางกูร ณ อยุธยา  
(Thitirachanan Israngkura Na Ayutthaya)  
วศินี หุ่นภักดี (Wasinee Noonpakdee)**

---



# แนวทางในการสร้างความพึงพอใจต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันจองที่พัก และการเดินทางกรณีศึกษาแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย

## The Guidelines on Building Satisfaction toward the use of a Mobile Application to Reserve a Hotel and a Trip a Case Study of the Expedia Platform

ฐิติรชานันท์ อิศรางกูร ณ อยุธยา (Thitirachanan Israngkura Na Ayutthaya)

วสินี หนูหนักดี (Wasinee Noonpakdee)

วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: Thitirat.fon29@gmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างความพึงพอใจต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการจองที่พักและการเดินทาง กรณีศึกษาแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย ผลของการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการจองที่พักและการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ได้แก่ 1) การออกแบบโมบายแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ระบบมีความเสถียรปลอดภัยและผู้ใช้งานมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน 2) การนำเสนอราคาที่ดีที่สุดและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 3) มีช่องทางการติดต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์ได้ง่ายและรวดเร็ว

ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงโมบายแอปพลิเคชันและการให้บริการของบริษัทเอ็กซ์พีเดีย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

**คำสำคัญ** โมบายแอปพลิเคชัน, ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน, แพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย

### Abstract

The objective of this research was to study the factors affecting the use of a mobile application to reserve a hotel and a trip through the Expedia platform. The findings found that the factors affecting the use of the mobile application to reserve a hotel and a trip were 1) designing mobile applications to be easy to use, simple, stable, secured, and creating good user experiences, 2) offering

the best price and variety of products, and 3) providing the fast and accessible channels for customer services.

In addition, the results could be the guidelines for improvement of Expedia's mobile application and services to provide user experience and satisfaction with accuracy and efficiency.

**Keywords** Mobile application, User Satisfaction, Expedia platform

### 1. บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมใช้โทรศัพท์มือถือมากขึ้นและมีจำนวนการใช้โมบายแอปพลิเคชันเพื่อจองที่พักและการเดินทางสูงขึ้น อีกทั้งยังมีผู้ให้บริการ Online Travel Agent หลากหลายแบรนด์แต่ละแพลตฟอร์มให้บริการผ่านช่องทางคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ [1]

จากข้อมูลทางสถิติที่ Hotel.com ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการจองที่พักของคนไทยผ่าน Online Travel Agent ในปี 2564 สำหรับประเทศไทย ผู้ตอบแบบสำรวจ 52% ยอมรับว่าตนจองที่พักและการเดินทางต่าง ๆ มากขึ้นกว่าเมื่อก่อน เนื่องจากสมาร์ตโฟนมีฟังก์ชันที่อำนวยความสะดวกมากขึ้น โดยข้อมูลจากสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) เปิดเผยว่าจากข้อมูลในไตรมาสแรกของปี 2558 มีผู้ลงทะเบียนใช้มือถือในไทยถึง 91.9 ล้านราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่า 135% เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด 68 ล้านคน [2]

เมื่ออ้างอิงจากผลสำรวจดังกล่าว จึงไม่น่าแปลกใจว่าคนไทยโดยเฉลี่ยกว่า 67% เคยใช้โทรศัพท์มือถือจองโรงแรม โดยเฉพาะกลุ่มคนอายุ 30-39 ปีที่ร้อยละ 76 เคยจองที่พักผ่านมือถือมาแล้ว นอกจากนี้คนไทยที่เข้าร่วมการสำรวจยังตอบว่าส่วนใหญ่จะจองที่พักผ่านมือถือ สำหรับการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ในประเทศ 60% การเดินทางติดต่อธุรกิจ 54% และการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ในต่างประเทศ 36%

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจองที่พักและการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย โดยมีจุดประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและประสบการณ์ในการใช้โมบายแอปพลิเคชัน

ในการจองที่พักและการเดินทาง ซึ่งการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience : UX) จัดว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเชื่อมโยงผู้บริโภคกับสินค้าและบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและเกิดความเชื่อมั่นในการใช้โมบายแอปพลิเคชัน จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย ปลอดภัย และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า ผลของงานวิจัยนี้จึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านโมบายแอปพลิเคชันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้

## 2. ขอบเขตงานวิจัย

### 2.1 ขอบเขตที่เกี่ยวกับเนื้อหาที่ศึกษา

ขอบเขตเนื้อหาคือการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทาง เพื่อศึกษาพฤติกรรมประสบการณ์การใช้งานและนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทาง กรณีศึกษาแพลตฟอร์มของบริษัทเอ็กซ์พีเดีย

### 2.2 ขอบเขตด้านประชากร

กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) เจาะจงกลุ่มตัวอย่างผู้ที่นิยมทำการจองที่พักและการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เนื่องจากต้องการผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานเพื่อให้คำแนะนำ เป็นกลุ่มที่หลากหลายอาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทาง

### 2.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้อยู่ในช่วงเดือนมีนาคม 2565 ถึง เดือนธันวาคม 2565

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลการศึกษาและนำไปตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริง ดังนั้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 ท่าน

เพราะต้องการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้โมบายแอปพลิเคชันจองที่พักและการเดินทาง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เดี่ยว โดยตั้งคำถามเพื่อสอบถามถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้โมบายแอปพลิเคชัน มุ่งเน้นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อแอปพลิเคชันของบริษัทเอ็กซ์พีเดีย และขอคำแนะนำในการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูล que ผู้ศึกษาได้จากการเก็บรวบรวม คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เดี่ยว โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันประเภทการจองที่พักและการเดินทาง เป็นการสัมภาษณ์และสนทนาแบบเจาะประเด็นด้วย เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นกันอย่างกว้าง ๆ ในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและปัจจัยที่ทำให้เกิดการจองที่พักผ่านโมบายแอปพลิเคชัน โดยมุ่งเน้นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อโมบายแอปพลิเคชันของบริษัท Expedia

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาข้อมูลจากหนังสือบทความทางวิชาการ เอกสาร วารสาร สารนิพนธ์และผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทาง

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการ Coding และนำข้อมูลมาอ้างอิงกับทฤษฎีงานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีผลให้เกิดพฤติกรรมและสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้งาน

## 4. กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผู้วิจัยสรุปกรอบแนวคิดงานวิจัยที่จะนำมาใช้เป็นขอบเขตของการศึกษา ดังตารางที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน พฤติกรรมในการจองที่พักผ่านโมบายแอปพลิเคชัน และความพึงพอใจในการจองที่พักผ่านโมบายแอปพลิเคชัน โดยผู้วิจัยจะศึกษาในขอบเขตขององค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนดังกล่าวเพื่อศึกษาแนวทางในการ

สร้างความพึงพอใจต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันจอฟที่พักและการเดินทาง

### ตารางที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน	พฤติกรรม การจอฟที่พักผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	ความพึงพอใจในการจอฟที่พักผ่านโมบายแอปพลิเคชัน
- ความน่าเชื่อถือ - ระบบใช้งานง่ายและเข้าถึงง่าย - ราคาและโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย - ผลិតภณฑัความหลากหลายของสินค้า - ความปลอดภัย - การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ - การรับรู้ประโยชน์	- วัตถุประสงค์ในการจอฟที่พักและการเดินทาง - แอปพลิเคชันที่เลือกใช้ - เหตุผลที่เลือกจอฟที่พักและการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน - ราคาที่พักโดยเฉลี่ย - ความถี่ในการจอฟผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	- ด้านราคา - ด้านการบริการ - การออกแบบความง่ายในการใช้งาน User Experience/User interface - การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ - ความเสถียรของระบบ - ความปลอดภัย
แนวทางในการสร้างความพึงพอใจต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันจอฟที่พักและการเดินทาง กรณีศึกษาแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดีย		

## 5. ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการจอฟที่พักและการเดินทาง ได้นำข้อมูลมาทำการสรุปผลได้ดังนี้

### 5.1 ผลจากการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย

5.1.1 ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ข้อมูลจากหนังสือบทความทางวิชาการ เอกสาร วารสาร สารนิพนธ์ และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยสืบค้นข้อมูลจาก Google เกี่ยวกับข่าวสารงานวิจัยของบริษัท Online Travel Agent (OTA) ต่าง ๆ [3] เพื่อศึกษาความเป็นมาและข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันในการจอฟที่พักและการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน

5.1.2 ผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการจอฟที่พักและการเดินทาง ใช้หลักการวิเคราะห์ประเด็นด้านการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการจอฟที่พักและการเดินทาง ดังนี้

1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นจำนวนผู้หญิง 4 คน ผู้ชาย 3 คน ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัทและธุรกิจส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-50 ปีซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้โมบายแอปพลิเคชันจอฟที่พักและการเดินทางบนแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่งภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2564-2565)

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการจอฟที่พักและการเดินทาง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สามารถอธิบายได้ว่าความถี่ในการจอฟที่พักผ่านโมบายแอปพลิเคชันในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่ประมาณ 4 ครั้งต่อปีซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว รองลงมาคือเพื่อการทำงาน ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนตัดสินใจเลือกแพลตฟอร์มและเลือกจอฟที่พักและการเดินทางด้วยตนเอง แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ Agoda เนื่องจากมีความคุ้นเคย รั้บรู้เชื่อมั่นในแบรนด์และใช้งานง่าย รองลงมาคือแพลตฟอร์มของ Traveloka เนื่องจากราคาถูกและระบบใช้งานง่าย

3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการจอฟที่พักและการเดินทาง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก โดยต้องการราคาที่ถูกที่สุด รองลงมาคือการบริหารลูกค้าสัมพันธ์การรับรู้ประโยชน์และระบบง่ายต่อการใช้งานตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภณฑัราคา ระบบการใช้งาน ความสะดวก และความน่าเชื่อถือของโมบายแอปพลิเคชัน รวมไปถึงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

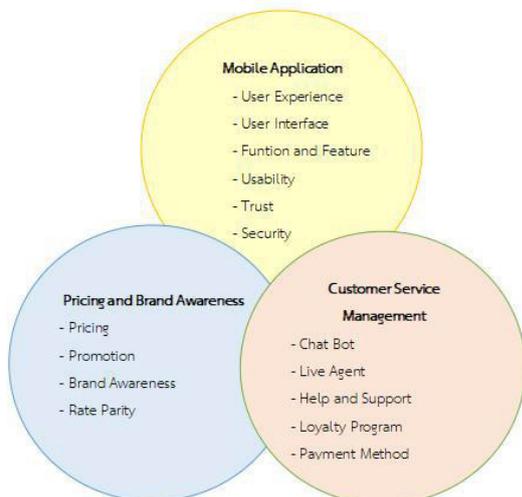
4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการความพึงพอใจในการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของแพลตฟอร์ม Expedia และคำแนะนำในการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขโมบายแอปพลิเคชันแพลตฟอร์ม Expedia สรุปได้ว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความรับรู้ต่อแบรนด์ Expedia น้อยกว่าแบรนด์ อื่น ๆ ทำให้ไม่คุ้นเคยและไม่ค่อยได้ใช้โมบาย แอปพลิเคชันของแบรนด์ Expedia แต่มั่นใจว่าแบรนด์มีความน่าเชื่อถือและระบบการจอฟและการชำระเงินมีความปลอดภัยสูง ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ต้องการให้ Expedia นำเสนอโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจมากขึ้น โดยการใช้สิทธิ เช่น สิ้แดงหรือสิ้ส้ม ให้สังเกตได้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านประสบการณ์ของผู้ใช้งานและการออกแบบผลิตภณฑั (UX/UI) [4] และงานวิจัยของ Hu, Yang and Wang (2020) [5] ได้ค้นพบปัจจัยที่ส่งผลต่อความความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจอฟที่พักผ่านออนไลน์ เช่น โพรโมชั่นจูงใจในการส่งเสริมการขาย นโยบายการยกเลิกฟรีและการนำเสนอที่พักที่หลากหลายบนแพลตฟอร์มออนไลน์การวิจัยก่อนหน้านี้

ยังพบว่าส่วนลดส่งเสริมการขายมีความสำคัญต่อนักเดินทาง และมีอิทธิพลในขั้นตอนของการพิจารณาและตัดสินใจซื้อ ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับแพลตฟอร์มเอ็กซ์พีเดียในด้านการใช้งานง่าย มีความเชื่อมั่นว่าระบบมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ สิ่งที่สามารถพัฒนาให้ดีขึ้นคือ ปัจจัยด้านราคาและการรองรับประกอบของ User Interface การใช้ตัวอักษรที่โดดเด่นในการนำเสนอส่วนลดโปรโมชั่นต่าง ๆ รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้หลากหลายมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 7 ท่าน มีดังนี้

1. ควรมีการใช้โปรโมชั่นแท้ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจอง เช่น โปรโมชั่นจะหมดอายุภายในกี่นาทีตัวอย่างจาก Agoda
2. ควรมีโปรโมชั่นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น มีคูปองส่วนลด และใช้สีสดใส เช่น สีแดง สีส้ม เพื่อให้มองเห็นชัดเจน ดังตัวอย่าง คูปองส่วนลดและการใช้สีแดงเพื่อแสดงโปรโมชั่นของ Agoda
3. ควรเพิ่มนโยบายการยกเลิกในตัวกรอง
4. ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินมากขึ้น เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร จ่ายที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส และ QR code, โฆษณาแบบกึ่งกึ่ง เป็นต้น
5. ไม่ควรซ่อนรีวิวเพราะมองไม่เห็น
6. ควรใช้สัญลักษณ์ในการแสดงเรตติ้งของโรงแรมเพื่อเข้าใจง่ายขึ้น เช่น ใช้สัญลักษณ์รูปดาว
7. มีข้อมูลที่พิกอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียงแนะนำตัวอย่างจาก Agoda
8. ฟังก์ชันการจองสายการบิน การใช้สีพื้นหลังสีน้ำเงินและการวางตัวอักษรที่เยอะเกินไป ทำให้อ่านยาก ควรใช้สีพื้นเรียบ ๆ สีสว่าง เพื่อให้ดูข้อมูลง่ายขึ้น

จากกรณีศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันของบริษัท Expedia ได้มีการสรุปแนวทางการพัฒนา โฆษณาแอปพลิเคชันของบริษัท Expedia 3 กลุ่ม ดังนี้



รูปที่ 1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการจองที่พักและการเดินทางผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชัน

กลุ่มที่ 1 Mobile Application

1) User Interface

โฆษณาแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทางโดยทั่วไปมีการพัฒนาระบบให้ใช้งานง่ายขึ้น และมีหลายแบรนด์ให้เลือกใช้บริการ โดยความยากง่ายในการใช้งานไม่แตกต่างกันมากนัก

2) Usability

ผู้ใช้งานส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน เช่น ในส่วนของฟังก์ชันหรือฟีเจอร์ การแสดงผล หรือความยากง่ายในการใช้งาน โฆษณาแอปพลิเคชัน

3) User Experience

ผู้ใช้งานนิยมใช้โฆษณาแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน เมื่อมีความคุ้นเคยกับระบบ จะทำให้ผู้ใช้กลับมาใช้งานซ้ำอีกครั้ง

4) Software bug

ผู้ใช้งานให้ความเห็นว่าบางครั้งแอปพลิเคชันผิดพลาด หรือมีอุปสรรคในการใช้งาน เช่น หน้าจอหายไปขณะทำการจอง ทำให้ทำการจองซ้ำซ้อน จึงควรให้ความสำคัญและแก้ไขปัญหา มีการทดสอบระบบอย่างสม่ำเสมอ ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับระบบที่มีความเสถียรใช้งานได้อย่างราบรื่น ไม่ติดขัดหรือมีความผิดพลาด

5) Security

ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของระบบ โดยเฉพาะระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย และคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มที่ 2 Pricing and Brand Awareness

(1) Pricing

ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาอันดับแรก จะเลือกจองแอปพลิเคชันของแบรนด์ที่ให้ราคาถูกที่สุดมากกว่าให้ความสำคัญกับระบบการใช้งานง่ายหรือยาก ดังนั้นบริษัท Expedia จึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา เช่น มีข้อตกลงร่วมกันกับโรงแรมคู่ค้าว่าต้องนำเสนอราคาที่เท่ากันในทุกช่องทางหรือนำเสนอส่วนลดพิเศษให้แก่กลุ่มลูกค้าสมาชิกของ Expedia เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มสมาชิกทำการจองผ่าน โฆษณา แอปพลิเคชันมากขึ้น

(2) Promotion

ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่การนำเสนอส่วนลด เช่น คูปอง หรือรหัสเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลด ในการจองที่พัก บริษัท Expedia จึงควรนำเสนอส่วนลดที่หลากหลายสำหรับผู้ใช้งานที่จองผ่าน โฆษณา แอปพลิเคชัน เช่น การมอบรหัสส่วนลดให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้ในการจองที่พักและการเดินทาง และควรออกแบบให้มีรูปแบบที่น่าสนใจดึงดูดให้ผู้ใช้งานเลือกจอง นอกจากนี้ควรมีการนำเสนอส่วนลดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน เช่น งานวิจัยพบว่าผู้ใช้งานจองที่พัก

และการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชันมักจองที่พักในกรณีเร่งด่วน จึงควรนำเสนอโปรโมชันที่ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการจองแบบเร่งด่วน (Last minute) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจองมากขึ้น

### (3) Brand Awareness

ผู้ใช้งานตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทาง โดยคำนึงจากแบรนด์ที่คุ้นเคยและรู้จักเป็นหลัก เพราะมีความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มองว่าแอปพลิเคชันของ Expedia ได้รับความนิยมน้อยเนื่องจากแบรนด์ Expedia ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนไทยและคนเอเชีย จึงทำให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เลือกใช้ออปพลิเคชันของบริษัทที่รู้จักดีมากกว่า เช่น Agoda, Booking.com เป็นต้น ดังนั้นบริษัทควรมุ่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชีย

## กลุ่มที่ 3 Customer Service Management

ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ต้องการการบริการหลังการขายที่เข้าถึงได้ง่าย พนักงานบริการได้อย่างรวดเร็ว และช่วยแก้ปัญหาให้ได้ทันที บริษัท Expedia จึงควรคำนึงถึงระบบลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้ง่าย มีหลายช่องทางในการติดต่อ เช่น มีเบอร์โทรศัพท์แผนกลูกค้าสัมพันธ์ระบบไว้ในโมบายแอปพลิเคชัน มีช่องทางให้ส่งอีเมล หรือพัฒนาระบบ Virtual Chat ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ตอบสนองอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ควรมีการทดสอบระบบเพื่อแก้ปัญหา bug ต่าง ๆ อยู่สม่ำเสมอ

## 6. สรุป

ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 7 ท่าน เกี่ยวกับปัจจัยและพฤติกรรมการจองที่พักและการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการจองที่พักและการเดินทางเฉลี่ยปีละ 3-4 ครั้ง โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยว และนิยมใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจองที่พักและการเดินทางเนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ใช้งานได้ทุกที่ ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างทำการจองผ่านแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่งคือปัจจัยด้านราคาที่ถูกลงมาคือการบริการลูกค้าสัมพันธ์ และการรับรู้ประโยชน์ตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัจจัยด้านราคา การใช้งานง่าย ความปลอดภัย และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น

ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการจองที่พักและการเดินทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งจัดหมวดหมู่กลุ่มได้ 3 กลุ่ม คือ 1) Mobile Application 2) Pricing and Brand Awareness และ 3) Customer Service Management

## 7. ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นการสัมภาษณ์เฉพาะผู้มีประสบการณ์ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของเอ็กซ์พีเดียเท่านั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาระบบ UX/UI และครอบคลุมผู้เชี่ยวชาญด้านโมบายแอปพลิเคชัน
2. การทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรเพิ่มการทำวิจัยในเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น
3. งานวิจัยนี้สามารถนำมาเป็นรากฐานสำหรับต่อยอดงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบ และ UX/UI ได้ในอนาคต

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ทุกท่านที่สละเวลาในการให้ความคิดเห็นและอนุญาตให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยเป็นอย่างมากและทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาใช้เพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณบริษัท Expedia Group (Inc) และหัวหน้างานทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนอย่างเต็มที่ ทำให้โอกาสพนักงานพัฒนาความรู้และความสามารถของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้จากการทำงานจริงทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

## เอกสารอ้างอิง

- [1] สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิลป์. (2554). แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน. วารสารนักบริหาร. 31(4), 110-115.
- [2] marketingoops. (2558). DAAT เผยตัวเลขผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั่วไทย ของไตรมาส 1 ปี 2558. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2565, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/infographic-reports/daat-thailandmobile-landscape-2015/>
- [3] Barthel, J., & Perret, S. (2015). OTAs-A hotel's friend or foe: How reliant are hotels on OTAs?. Retrieved January 31, 2022, from <http://www.hospitalitynet.org/file/152005663.pdf>
- [4] UIBLOGAZINER. (2559). ทฤษฎีเกสทอลต์สำหรับการออกแบบ UI (Gestalt Theory for UI Design). สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2565, จาก <http://www.uiblogazine.com/gestalt-for-uid/>
- [5] Hu S., Yang X., Wang Q. (2020). Research review on sharing accommodation at home and abroad. Tourism Science. 34(2), 41-57