

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

Factors Affecting Mobile Application Usage of Thai Tourists in Rattanakosin Island

สาวิตรี คุปต์วิวัฒน์¹

Savitree Khupviwat

Received 13 November 2022 Revised 14 December 2022 Accepted 30 December 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ (2) เปรียบเทียบการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ที่ใช้อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา สุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบแบบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า (1) การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับมาก (2) การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ (3) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงและทัศนคติ

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวไทย แอปพลิเคชันมือถือ การท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ กลุ่มวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการขนส่งทางอากาศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Master's student, School of Management science, Business Administration, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand,
Email:khunsatg@yahoo.com

Abstract

The objective of this study was to (1) study the level of mobile application use among Thai tourists in Rattanakosin Island (2) Compare the use of mobile applications of Thai tourists in Rattanakosin Island, classified by personal factor, and (3) analyze the factors affecting the use of mobile applications of Thai tourists in Rattanakosin Island. This independent study was a survey research. The population was Thai tourists in Rattanakosin Island who used digital portable communication devices, and collected data by convenience sampling. Used questionnaire as a tool to collect information. Data analysis used descriptive statistics including mean, percentage values, and standard deviations, and inferential statistics include T-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The study found that (1) the use of mobile applications by Thai tourists in Rattanakosin Island was high (2) the usage of mobile applications by Thai tourists in Rattanakosin island of different gender had statistically significantly difference at the level of 0.01, and (3) the technological and behavioral factors affecting the use of mobile applications, including risk perception, perceived ability to control, perceived benefits, influences from reference groups, and attitudes.

Keywords: Thai Tourist, Mobile Application, Tourism in Rattanakosin Island

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักให้แก่ประเทศไทย แต่ในช่วงโรคระบาดโควิด-19 ที่สถานการณ์ท่องเที่ยวตกต่ำถึงขั้นวิกฤติ จนกระทั่งปี 2565 ทั่วโลกได้มีการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคลง ธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถเปิดกิจการได้ตามปกติ มีรายงานว่า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึง 6 กรกฎาคม 2565 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมี 3.05 ล้านบาท ซึ่งมากกว่าจากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 1.8 ล้านบาท (รัฐบาลไทย, 2565) ศูนย์วิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2565) ได้รายงานได้ว่าไตรมาสแรกใน พ.ศ. 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

มากเป็นอันดับแรก เป็นจำนวนร้อยละ 7.38 เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น โดยแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจะกระจุกตัวอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์ (สีหพันธ์ สันติชัยกุล, 2558)

แต่จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร ระหว่างปี 2561-2563 พบว่านักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นจากปัญหาการจราจรติดขัด การเดินทางไม่สะดวก มีความแออัด รวมทั้งราคาสินค้าบริการมีราคาแพง (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2562,2563,2565) อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว สถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวได้จากช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะจากแอปพลิเคชันซึ่งติดตั้งบนอุปกรณ์สื่อสารพกพาของนักท่องเที่ยว ได้แก่ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์พกพา

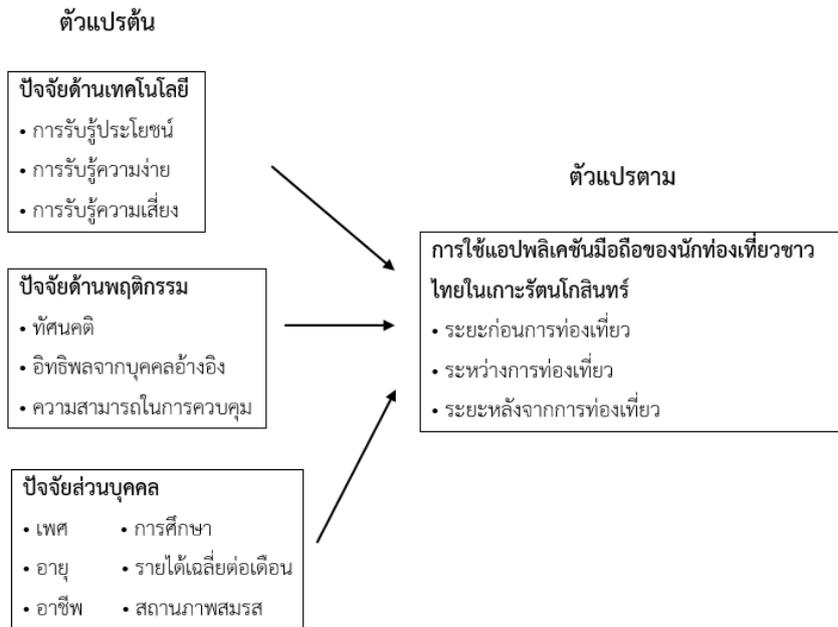
แนวคิดที่ใช้อธิบายการใช้แอปพลิเคชันมือถือซึ่งเป็นการกระทำพฤติกรรม จากทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) คือ การที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ ขึ้นกับความตั้งใจจะกระทำพฤติกรรม ซึ่งได้รับผลจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ และอิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และตามตัวแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่อธิบายว่าทัศนคติได้รับผลจากปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Davis et al., 1989) ต่อมา Ajzen (1991) ได้พัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) มาจากทฤษฎี TRA และ TAM ซึ่งเพิ่มการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกระทำพฤติกรรมในด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมการกระทำพฤติกรรม และในปัจจุบันมีภัยทางไซเบอร์ที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้อุปกรณ์สื่อสารได้อย่างง่ายดาย มีจำนวนและสร้างความเสียหายมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (BOT Magazine, 2562) จึงนับว่าการรับรู้ความเสี่ยงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้พัฒนาและจัดการแอปพลิเคชันมือถือให้มีการใช้งานได้เหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยการออกแบบให้มีคุณลักษณะของแอปพลิเคชันตามปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการใช้ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยว

1. การใช้แอปพลิเคชันมือถือ

แอปพลิเคชันมือถือ คือ โปรแกรมประยุกต์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (พิมพ์กา ประเสริฐศิลป์, 2564) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานอย่างสะดวกและง่ายมากขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Advanced iService, 2565) Kennedy-Eden and Gretzel (2012) กล่าวว่า แอปพลิเคชันที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่นิยมใช้อาจไม่ใช่แอปพลิเคชันท่องเที่ยว แต่เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานในแต่ ละหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม ได้แก่ แอปพลิเคชันนำทาง แอปพลิเคชันโซเชียล แอปพลิเคชันสำหรับการตลาด แอปพลิเคชันความปลอดภัยและเหตุฉุกเฉิน แอปพลิเคชันธุรกรรมการเงิน แอปพลิเคชันความบันเทิง และแอปพลิเคชันข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจของศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562, 2563, 2565) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในเส้นทางท่องเที่ยวดังนี้

1) ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวจะมีการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร รวบรวมความคิดเห็นจากแหล่งต่าง ๆ และเมื่อนักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแล้ว จะวางแผนท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธีการเดินทาง จองที่พัก ระยะเวลาที่ใช้ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลที่ค้นหาได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทาง ไปจุดหมายปลายทาง ตัวเดินทาง ที่พักแรม ร้านอาหารเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางในการเดินทางในพื้นที่ และกิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยว

2) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีการสืบค้นข้อมูลร้านอาหารเป็นอันดับสูงสุด รองลงมาคือ เส้นทางเดินทางในพื้นที่ และกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งนั้น นอกจากนั้นยังใช้แอปพลิเคชันมือถือเพื่อการทำกิจกรรมในการท่องเที่ยว ที่นิยมคือ การถ่ายรูป ซอปปิง นักท่องเที่ยวสามารถบันทึกและถ่ายทอดประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

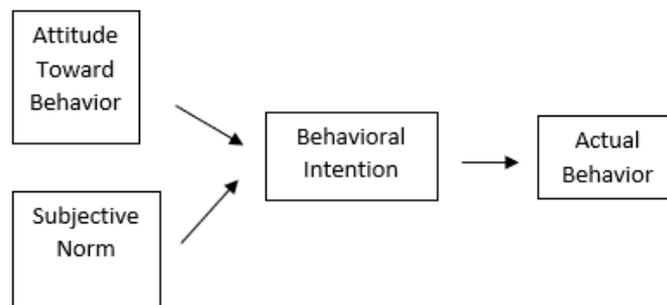
3) หลังจากการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะมีการถ่ายทอดประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น การถ่ายทอดนี้ทำได้อย่างรวดเร็ว จึงมักกระทำไปด้วยในขณะท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังประเมินผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

ช่องทางที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูลนิยมใช้ Google, Facebook, YouTube, Google Maps, Traveloka,

Agoda, Booking.com และ Wongnai ในด้านการแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยว จะบอกเล่าผ่านช่องทาง Facebook, Line และ Instagram ด้วยการพูดคุย แชร์รูป และรีวิว ซึ่งจะเห็นว่าแอปพลิเคชันที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้เป็นแอปพลิเคชันที่มีการทำงานในลักษณะเดียว

2. ทฤษฎีการกระทำพฤติกรรม

2.1 ทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (Theory of Reason Action: TRA) เป็นทฤษฎีที่ใช้ศึกษาการกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความตั้งใจกระทำพฤติกรรมนั้น

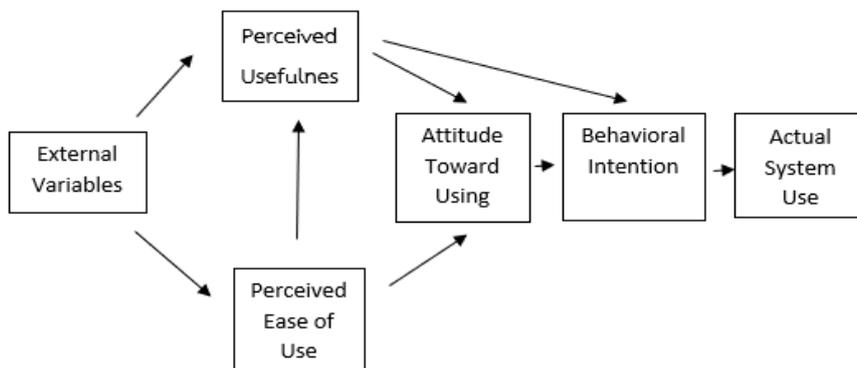


ภาพที่ 2 : ตัวแบบของทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (TRA)
ที่มา: ดัดแปลงจาก David, Bagozzi, and Warshaw (1989)

ระดับของความตั้งใจกระทำพฤติกรรมขึ้นอยู่กับทัศนคติส่วนบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม รวมกับการคล้อยตามบุคคลอ้างอิง ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น Ajzen and Fishbein (1980); Fishbein and Ajzen (1975) อ้างถึงใน Davis .et al (1989)

2.2 ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Davis, Bagozzi, & Warshaw (1989) ได้พัฒนา TAM มาจากทฤษฎี TRA เป็นการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อทัศนคติ ซึ่งได้แก่การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายของการใช้เทคโนโลยี



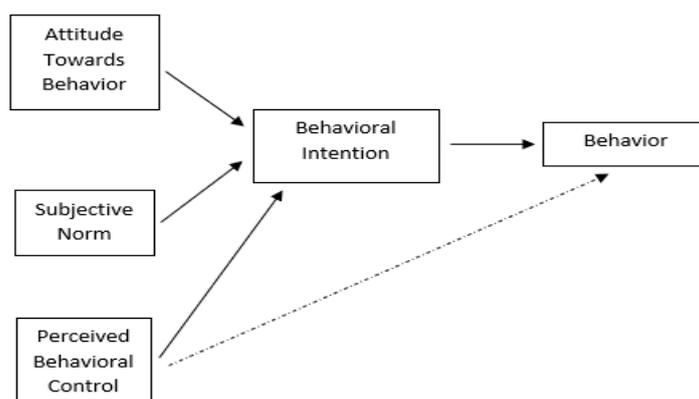
ภาพที่ 3 : ตัวแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (TAM)

ที่มา: Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989)

จากภาพที่ 2.2 การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายของการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวแปรภายนอก และจะเห็นว่าตัวแปรที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจกระทำพฤติกรรม คือทัศนคติและการรับรู้ประโยชน์ แต่ความตั้งใจกระทำพฤติกรรมได้รับผลทางอ้อมจากการรับรู้ความง่ายผ่านทัศนคติและการรับรู้ประโยชน์

2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

Ajzen (2002) พัฒนาทฤษฎีนี้มาจากทฤษฎี TRA ที่นำการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมารวมเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระทำพฤติกรรม



ภาพที่ 4 : ตัวแบบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB)

ที่มา: Ajzen, 1991

ตัวแปรที่ศึกษาเพิ่มเติมคือความสามารถในการควบคุมการกระทำพฤติกรรม Ajzen (2002) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนี้ประกอบด้วยประสิทธิภาพของตนเองซึ่งเป็นปัจจัยภายใน

และความสามารถในการควบคุมการกระทำซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จากภาพที่ 2.3 จะเห็นว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม นอกจากจะส่งผลต่อความตั้งใจกระทำพฤติกรรมแล้ว ยังส่งผลโดยตรงต่อการกระทำพฤติกรรมเมื่อไม่มีตัวแปรของทัศนคติและอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงมาเกี่ยวข้อง

2.4 ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk Theory)

ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงได้รับการศึกษามาเป็นเวลานานแล้ว Mitchell (1992) กล่าวว่า ความเสี่ยงมีองค์ประกอบใน 2 มิติ ได้แก่ โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หนึ่งๆ และระดับของผลลัพธ์จากเหตุการณ์นั้นในด้านลบ การรับรู้ความเสี่ยงแบ่งเป็น 6 ประเภทดังนี้ ความเสี่ยงทางสังคม ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านกระบวนการ ความเสี่ยงด้านเวลา และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

3. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดท่องเที่ยวดิจิทัล

การตลาดในยุคปัจจุบันเป็นการตลาด 5.0 เป็นรูปแบบการบูรณาการความสามารถของมนุษย์เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัล สร้างคุณค่า สื่อสาร และส่งมอบคุณค่านั้นแก่ลูกค้า ใช้ช่องทางทั้งแบบดั้งเดิมและใช้การตลาดดิจิทัล เพื่อตอบสนองลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและทันเวลาตามต้องการ (Kotler, Kartajaya, and Setiawan, 2021) และนักการตลาดจะต้องปรับเปลี่ยนการสื่อสารกับผู้บริโภคให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Ngamvichaikit, 2021)

Kotler and Keller (2016) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมี 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม มีอิทธิพลแสดงออกในแนวกว้างและลึกที่สุด ปัจจัยทางด้านสังคม เป็นอิทธิพลจากบุคคลอื่นในสังคมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุและช่วงของวงจรชีวิต การศึกษา อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ บุคลิก รูปแบบการดำรงชีวิตและคุณค่า

4. การท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์

เกาะรัตนโกสินทร์ตั้งอยู่ในเขตพระนคร อาณาเขตล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาทางทิศตะวันตก และคลองรอบกรุง(คลองบางลำพู-คลองโอ่งอ่าง)ทางทิศตะวันออก แบ่งเขตเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นนอกและชั้นในด้วยคลองคูเมืองเดิม(คลองหลอด)เป็นที่ตั้งของพระบรมมหาราชวัง วัดและศาสนสถาน ชุมชนเก่าแก่ ย่านการค้า พิพิธภัณฑ์ และสถานที่สำคัญที่เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยว (Thapha Library, Silpakorn University, 2015) ซึ่งจะเห็นว่านักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ พิพิธภัณฑ์ เทศกาล ประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรมกลางแจ้ง ช้อปปิ้ง และความบันเทิง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Chuaikrut et al (2020) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 พบว่าเยาวชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานะการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ไม่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

Moorthy et al (2020) ศึกษาการใช้ Social Media ในการวางแผนท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวมาเลเซีย Gen Y โดยแนวคิดตามตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี และทฤษฎีการกระทำตามแผน พบว่าตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ทศนคติ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการใช้ Social Media ทุกตัวแปร

Yi et al (2021) ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้ Sharing Economy ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว : กรณีศึกษา Airbnb พบว่าความเสี่ยงด้านการเงินมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจพักใน Airbnb แต่ความเสี่ยงในด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งผลที่พบนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการบริการที่พักประเภทอื่น เนื่องจากที่พัก Airbnb มีลักษณะเฉพาะ และใช้เทคโนโลยีที่แตกต่าง Airbnb ใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่ไม่สูงจึงมีความเสี่ยงต่ำ แต่จะมีความเสี่ยงด้านกระบวนการซึ่งนักท่องเที่ยวก็ยังนิยมใช้บริการ เนื่องจากจะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด และนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก Airbnb มักชื่นชอบประสบการณ์แปลกใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ และใช้อุปกรณ์สื่อสารพกพาแบบดิจิทัล กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 385 คน จากการคำนวณตามสูตรของ Khazanie (อ้างถึงในละเอียด ศิลาน้อย, 2560) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือในการท่องเที่ยว ในระยะก่อนการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยว โดยแต่ละขั้นตอนมีข้อความ 3 ข้อ โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) แบ่งมาตรวัดเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อุปกรณ์มือถือในด้านเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้อุปกรณ์

มือถือ และด้านพฤติกรรม ประกอบด้วยตัวแปรทัศนคติ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมการใช้แอปพลิเคชันมือถือ มีข้อความคำถามตัวแปรละ 3 ข้อ โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) แบ่งมาตรวัดเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล 6 ข้อ เกี่ยวกับเพศของนักท่องเที่ยว อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส เป็นคำถามปลายปิดมีตัวเลือก ให้เลือกคำตอบเดียว

เมื่อนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างข้อความคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของทุกข้อความคำถามจากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน (กัลย์ ปิ่นเกษร, 2563 , น.37) ได้คะแนนในภาพรวม 0.64 และหาค่าความเชื่อถือ (Reliability) โดยแจกแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จำนวน 37 ชุด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) พบว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.97 (Giem, & Gliem, 2003)

การเก็บข้อมูลทำโดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามซึ่งเป็น Google Form ที่จัดทำคิวอาร์โค้ด แต่พบว่านักท่องเที่ยวหลายคนปฏิเสธการสแกนคิวอาร์โค้ด จึงเพิ่มการใช้แบบสอบถามชนิดกระดาษสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการสแกนคิวอาร์โค้ด หลังจากรวบรวมข้อมูลและตัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก ได้ข้อมูลเพื่อใช้วิเคราะห์ทั้งสิ้น 398 ชุด เกินกว่าจำนวนที่กำหนด 13 ชุด และนำข้อมูลทั้ง 398 ชุดนี้มาวิเคราะห์

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การวิเคราะห์ระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือ ระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) มีการแปลผลข้อมูลจากระดับของค่าเฉลี่ยในแต่ละช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

และทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติต่าง ๆ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับมาก ทดสอบด้วยสถิติ One Sample t-Test (Silpjaru,2012)

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือแตกต่างกัน ทดสอบด้วยสถิติ Independent Sample t-Test และ One-way ANOVA

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ ทดสอบด้วยสถิติ Stepwise Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21-30 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท และสถานะการสมรสโสดซึ่งใกล้เคียงกับสถานะสมรส

2. ผลการทดสอบระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

ตารางที่ 1 : ผลการทดสอบระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ว่าอยู่ในระดับมาก

	Test Value = 4.00			
	\bar{X}	SD	t	Sig (2-tailed)
การใช้ก่อนการท่องเที่ยว	4.18	0.55	6.40	0.00**
การใช้ระหว่างการท่องเที่ยว	4.15	0.58	5.16	0.00**
การใช้หลังจากการท่องเที่ยว	4.13	0.60	4.48	0.00**
การใช้รวมทุกระยะการท่องเที่ยว	4.15	0.50	6.06	0.00**

จากตารางที่ 1 การศึกษาระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่ามีระดับมากทุกระยะการท่องเที่ยว และเมื่อนำข้อมูลทดสอบสมมติฐานว่ามีระดับมากโดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอ้างอิงกับค่า 4.00 ซึ่งเป็นค่าคะแนนความคิดเห็นระดับมาก ผลการเปรียบเทียบได้ค่า sig.(2-tailed) 0.00 ในทุกระยะของการท่องเที่ยว เป็นการยอมรับสมมติฐาน

3. ผลการเปรียบเทียบการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 : ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

ตัวแปรต้น	สถิติที่ใช้วิเคราะห์	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	Independent sample t-Test	.000	ยอมรับสมมติฐาน โดยมี
อายุ	One-way ANOVA	.245	ปฏิเสธสมมติฐาน โดยมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
อาชีพ		.566	
การศึกษา		.658	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		.119	
สถานภาพสมรส		.163	

ผลการทดสอบสมมติฐานจากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศของนักท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือแตกต่างกัน

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมที่ต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นบันได (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยง ด้านพฤติกรรม ได้แก่ ทัศนคติ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และความสามารถในการควบคุม ต่อระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 3 : ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์

ปัจจัย	การใช้แอปพลิเคชันมือถือ				
	B	S.E.	Beta	t	Sig.
Constant	.37	.15		2.38*	.018
การรับรู้ความสามารถในการควบคุม : X ₂	.27	.04	.30	7.08**	.000
การรับรู้ความเสี่ยง : X ₁	.18	.02	.31	9.64**	.000
การรับรู้ประโยชน์ : X ₃	.21	.04	.21	5.28**	.000
อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง : X ₄	.16	.04	.20	4.61**	.000
ทัศนคติ : X ₅	.09	.04	.10	2.12*	.035

หมายเหตุ : R = 0.79 R² = 0.63 Adjusted R² = 0.63

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือ เป็นการยอมรับสมมติฐาน จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์ความถดถอยพหุทั้ง 5 ตัวแปรดังที่แสดงในตาราง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R) = 0.79 มีประสิทธิภาพในการทำนาย (R²) = 0.63 ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และทัศนคติ ส่วนตัวแปรด้านการรับรู้ความง่ายได้ถูกตัดออกไปเนื่องจากโปรแกรมการวิเคราะห์แบบ Stepwise Multiple Regression Analysis ได้ทำการทดสอบแล้วพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อนำมาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ แสดงว่าตัวแปรทั้ง 5 นี้มีความสามารถในการพยากรณ์การใช้แอปพลิเคชันมือถือได้ร้อยละ 63 ส่วนที่เหลือร้อยละ 37หรือค่า constant เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ความถดถอยพหุนี้ และการวิเคราะห์สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรในรูปคะแนนดิบมาสร้างสมการทำนายระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือได้ดังนี้

$$Y = .37 + .27 X_2 + .18 X_1 + .21 X_3 + .16 X_4 + .09 X_5$$

อภิปรายผลและสรุป

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

1. การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ Shen, Sitiriadis, and Zhang., (2020) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวจึงใช้แอปพลิเคชันมือถือในการท่องเที่ยวในระดับมาก อย่างไรก็ตาม การใช้แอปพลิเคชันมือถือยังไม่อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยข้อจำกัดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเอง และโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้บางท้องที่ห่างไกลยังไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต และสอดคล้องกับ Venkatesh, Morris, Davis G.B, Davis F.D. (2003) ที่กล่าวว่า สมรรถนะของบุคคล และความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานของระบบส่งผลโดยตรงต่อระดับการใช้เทคโนโลยี

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านเทคโนโลยีต่อการใช้อุปกรณ์มือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยง ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ ทัศนคติ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมการใช้อุปกรณ์มือถือ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อุปกรณ์มือถือมากที่สุดคือ การรับรู้ความเสี่ยง สอดคล้องกับข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT Magazine, 2562) ซึ่งรายงานถึงภัยจากการโจรกรรมทางไซเบอร์ นอกจากนี้ Yi, Yuan, and Yoo (2020) พบว่านักท่องเที่ยวจะมีความเสี่ยงในระดับการได้รับบริการการเข้าพัก Airbnb ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ และมีความเสี่ยงทางด้านกระบวนการ งานวิจัยของ Pradhan, Oh, and Lee (2018) พบว่ากระบวนการใช้งานอาจไม่ได้รับความสะดวก Yang, Liu, LI, and YU (2015) ที่กล่าวว่าระบบมีความไม่แน่นอน ข้อมูลต่างๆไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีกฎระเบียบที่ไม่แน่ชัด สำหรับความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยสอดคล้องกับ Tongdee (2018); Demirdogen, Yapraki, Yilmaz, and Husain (2010) ; และ Yi, Yuan, and Yoo (2020) ที่พบว่ามีความเสี่ยงจากการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ และการสูญเสียเงินจากความผิดพลาดจากการใช้หรือจากระบบ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ ความสามารถในการควบคุมการใช้อุปกรณ์มือถือ สอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำตามแผน Ajzen (1991) ซึ่งมีความเห็นว่าความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลสูงเนื่องจากส่งผลต่อทั้งความตั้งใจกระทำพฤติกรรมและสามารถส่งผลโดยตรงต่อการกระทำพฤติกรรมเมื่อไม่มีตัวแปรทัศนคติและอิทธิพลจากบุคคลอื่นมาเกี่ยวข้อง

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และทัศนคติ จากตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, Bagozzi, and Warshaw, 1989) ที่อธิบายว่า ความตั้งใจกระทำได้รับผลมาจากการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ ซึ่งการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจกระทำพฤติกรรมและทัศนคติด้วย ดังนั้นการรับรู้ประโยชน์จึงมีอิทธิพลสูงกว่าทัศนคติ

การที่ทัศนคติมีอิทธิพลน้อยที่สุด อธิบายตามตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยีว่า ทัศนคติได้รับผลจากการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่าย ดังนั้นส่วนหนึ่งของอิทธิพลของทัศนคติที่มีจึงมาจากผลของการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่าย และอธิบายจากทฤษฎีการกระทำตามแผน เปรียบเทียบทัศนคติกับอิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิงส่งผลต่อความตั้งใจกระทำโดยที่ไม่มีตัวแปรอื่นมาควบคุม

ตัวแปรที่ศึกษา และได้วิเคราะห์การถดถอยแล้วพบว่า ไม่สามารถนำมาทำนายระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือ คือ การรับรู้ความง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Panjatawee (2017) และอธิบายตามตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยีว่า ความตั้งใจกระทำพฤติกรรมได้รับผลมาจากตัวแปร 3 ตัวแปร คือการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และทัศนคติ ซึ่งได้รับผลโดยตรงจากการรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติเท่านั้น ส่วนการรับรู้ความง่ายจะส่งผลต่อความตั้งใจทางอ้อมกระทำผ่านการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ จึงมีอิทธิพลน้อยมาก

3. ผลการเปรียบเทียบการใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านเพศเท่านั้น ซึ่ง Marangunic and Granic (2015) ได้สรุปจากการศึกษาตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยีของนักวิชาการหลายคนว่า ปัจจัยด้านเพศมีผลต่อการใช้เทคโนโลยีตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้ง Venkatech et al (2003) ซึ่งนำเสนอทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีกล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศทำให้มีความแตกต่างในการใช้เทคโนโลยี จากการที่เพศชายได้รับความคาดหวังว่า จะต้องมีความสามารถในการใช้ ส่วนเพศหญิงจะมีการใช้งานเมื่อมีความจำเป็น หรือมีความสามารถเมื่อมีประสบการณ์การใช้งานมาก่อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ และสถานะภาพสมรสที่ต่างกัน ไม่มีระดับการใช้แอปพลิเคชันมือถือที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chuaikrut et al (2020) ส่วน Tongdee (2018) และ Demirdogen et al, (2010) พบว่าความแตกต่างของการใช้เทคโนโลยีในปัจจัยด้านรายได้ของผู้บริโภคเท่านั้น เนื่องจากเป็นการใช้เพื่อการทำธุรกรรมการเงินซึ่งผู้ที่มีรายได้สูงจะรับรู้ความเสี่ยงได้มาก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลสูงที่สุดต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือในการศึกษาคั้งนี้

สรุป

การศึกษาคั้งนี้สรุป ได้ว่า การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับมาก โดยที่มีระดับการใช้แตกต่างกันในนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมือถือ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงซึ่งมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ

การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลจากบุคคลอ้างอิง และทัศนคติ ตามลำดับ ปัจจัยดังกล่าวนี้สามารถพยากรณ์การใช้แอปพลิเคชันมือถือของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะรัตนโกสินทร์ได้ ร้อยละ 63

การนำไปใช้เชิงปฏิบัติ

ผลที่ได้จากการศึกษานี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้

1. ลดความเสี่ยงจากการใช้แอปพลิเคชันมือถือด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว โดยระบบต้องมีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดยิ่งขึ้น ทั้งด้านผู้ประกอบการซึ่งต้องติดตั้งระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลและด้านของนักท่องเที่ยว จะต้องยืนยันตนในรูปแบบที่ผู้อื่นไม่สามารถลักลอบเข้าใช้ได้ง่าย และลดความเสี่ยงด้านกระบวนการโดยมีขั้นตอนที่ชัดเจนในกรณีนักท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกการซื้อสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่ได้กระทำโดยใช้แอปพลิเคชันมือถือ
2. เพิ่มความสามารถในการควบคุมการใช้แอปพลิเคชันมือถือ โดยลดข้อจำกัดของการใช้อินเทอร์เน็ต ควรจัดให้มี WIFI ให้ใช้โดยไม่เสียเงินในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ โดยความร่วมมือของผู้ประกอบการกับภาครัฐในการจัดการ
3. ควรเพิ่มประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันมือถือ ทั้งข้อมูลที่มีอยู่ให้ครบถ้วน และทันสมัย มีขั้นตอนการใช้งานที่ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน สามารถใช้งานหลายหน้าที่ด้วยการเชื่อมต่อกันระหว่างแอปพลิเคชัน โดยมีการประสานความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
4. ส่งเสริมบุคคลอ้างอิง ซึ่งได้แก่ผู้ที่สามารถจุดใจและชักจูงนักท่องเที่ยว ในการแนะนำให้มีการใช้แอปพลิเคชันมือถือในการเดินทางท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์
5. สร้างทัศนคติที่ดี โดยสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวในการใช้แอปพลิเคชันมือถือว่าสามารถใช้ได้อย่างไม่มีความเสี่ยง และยังได้ประโยชน์ในหลายๆด้านในการใช้

ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งการใช้แบบสอบถาม Google Form โดยสแกนคิวอาร์โค้ด

ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากปฏิเสธการตอบ และแบบสอบถามชนิดกระดาษที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งหลายคนมีความระมัดระวังต่อคนแปลกหน้า หรือป้องกันการติดโรค ผู้ที่ตอบแบบสอบถามบางคนไม่เข้าใจคำศัพท์เฉพาะบางคำ รวมทั้งการที่ต้องเก็บคำตอบในขณะนั้นเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา ทำให้ผู้ตอบทำแบบสอบถามด้วยความเร่งรีบ จึงให้ได้คำตอบที่ไม่สอดคล้องกันกับคำถามข้ออื่นที่เกี่ยวข้องกัน

เอกสารอ้างอิง

- Advanced iService. (2022). What is the different between Mobile Application and Web Application?, available at: <https://www.advancedis.co.th/en/blog/mobile-application>.
- BOT Magazine. (2020). Financial Wisdom, available at: <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256203FinancialWisdom.aspx>.
- Chuaikrut, C., Dejmanee, O., & Phusanam, O. (2020). Factors Affect to Tourist Behavior of Thai Teenagers after Invasion. *Neu Academic and Research Journal*, 10(3),187-201.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Demirdogen, O., Yaprakli, S., Yilmaz, M. K., & Husain, J. (2010). Customer Risk Perceptiions of Internet Banking – A study In Turkey. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 26(6),57-67.
- Gliem, J. A., & Gliem, R. R. (2003). Calculating, interpreting, and reporting Cronbach’s alpha reliability coefficient for Likert-type scales. *Midwest Research-to-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education*.
- Kennedy-Eden, H., & Gretzel, U. (2012). A taxonomy of mobile applications in tourism. *E-review of Tourism Research*, 10(2), 47-50
- Kotler,P., Kartajaya, H., & Setiawan, I., (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*, Thai edition. (Charuwath, N., translator). Bangkok: Nation Books.

- Kotler, P., Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15 th ed). Essex: Pearson Education, Ltd.
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal access in the information society*, 14(1), 81-95.
- Mitchell, V. W. (1992). Understanding consumers' behavior: can perceived risk theory help? *Management decision*, 30(3), 26-34.
- Moorthy, K., Salleh, N. M. Z. N., Jie, A. X., Yi, C. S., Wei, L. S., Bing, L. Y., & Ying, Y. Z. (2021). Use of social media in planning domestic holidays: A study on Malaysian millennials. *Millennial Asia*, 12(1), 35-56.
- Ngamvichaikit, A. (2021). *Seminar in Tourism and Air Transportation Management*. Nonthaburi; Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Panjatawee, S. (2017). *Factors Affecting the Adoption of Information System. A Case Study of the Institute of Physical Education Chiang Mai Campus, Unpublished Master's Independent Study of Business Administration*. Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai.
- Pradhan, M. K., Oh, J., & Lee, H. (2018). Understanding travelers' behavior for sustainable smart tourism: A technology readiness perspective. *Sustainability*, 10(11), 4259.
- Pinkesorn, K. (2020). *Business Research and Operation Management*. Nonthaburi; Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Royal Thai Government. (2022). *Image File and the Prime Minister' Speech*, Available at: <https://www.thaigov.go.th/infographic/contents/details/5731>.
- Shen, S., Sotiriadis, M., & Zhang, Y. (2020). The influence of smart technologies on customer journey in tourist attractions within the smart tourism management framework. *Sustainability*, 12(10), 4157.

- Silanoi, L. (2017). How to use the appropriate Statistical Formulas for determining the Sample Size for Quantitative Research Designs in the Humanities and Social Science Study. *Journal of Research and Development Buriram Rajabhat University*. 12(2), 50-61.
- Siljaru, T. (2012). *Statistic research and data analysis with SPSS and AMOS (18th ed)*. Bangkok, Thailand: Business R&D Partnership.
- TAT Intelligence Center, Tourism Authority of Thailand, Inforesearch. (2019). 2019 Annual Report, available at <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/8612>.
- TAT Intelligence Center, Tourism Authority of Thailand, In-Touch Research & Consultancy. (2020). 2020 Annual Report, available at <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/8738>.
- TAT Intelligence Center, Tourism Authority of Thailand, In-Touch Research & Consultancy. (2022). 2021 Progress Report 1, available at <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/15719>.
- TAT Intelligence Center, Tourism Authority of Thailand, In-Touch Research & Consultancy. (2022). 2022 Progress Report 1, available at <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/41852>.
- Thapha Library, Silpakorn University. (2558). Rattanakosin Island information, available at <http://www.resource.lib.su.ac.th/rattanakosin/index.php/overview/2014-10-29-03-31-01>
- Tongdee, N. (2018). *The Influence of Perceived Corporate Image, Acceptance of Technology, and Risk Awareness Affecting E- Wallet User's Decision Making in Bangkok*. Unpublished Master Degree's Thesis of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathumyhani.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.

Yi, J., Yuan, G., & Yoo, C. (2020). The effect of the perceived risk on the adoption of the sharing economy in the tourism industry: The case of Airbnb. *Information Processing & Management*, 57(1), 102108.

Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. *Industrial Management & Data Systems*, 115(2),253-269