



มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะศิลปศาสตร์

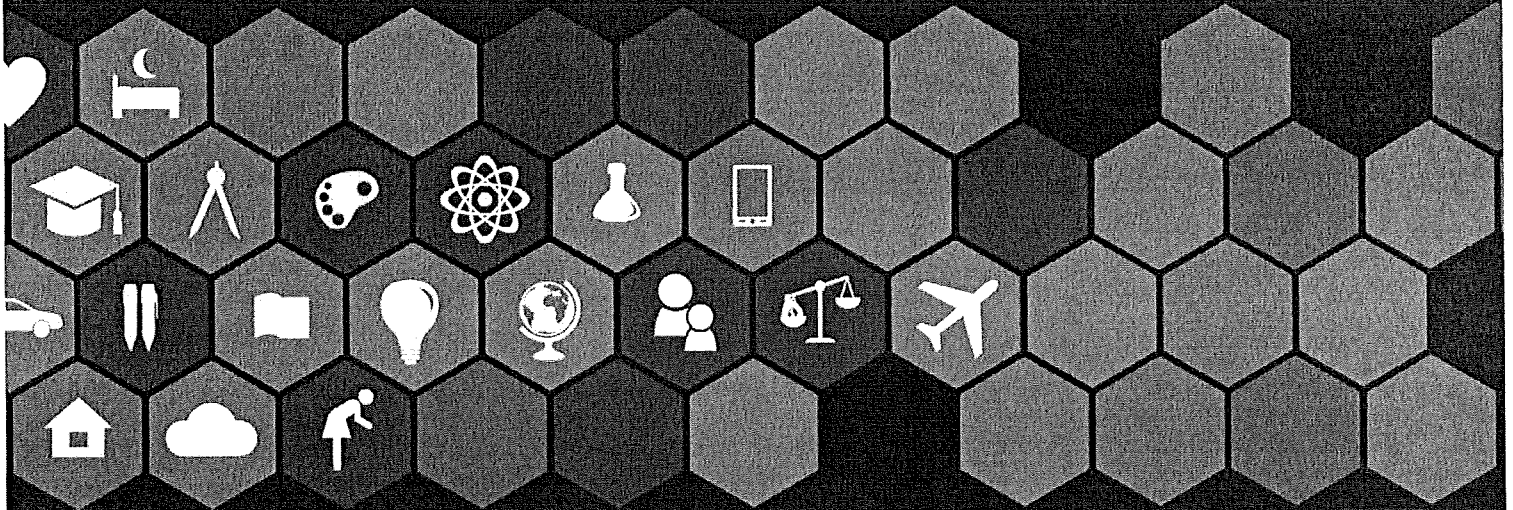
เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

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 พิศภูมิวิถี
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เริงพิทยา
- 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 ฮ่อเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ธีรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณ งามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ญาณัชพิมพ์ ภาสวระเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเถลิงศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบูรณ์ พจน์ประสาธ
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูษะกา
- 1.18 อาจารย์เก๋ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตน์กุล
- 1.20 อาจารย์ธันท์ ปรียานนท์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
- 1.22 อาจารย์สิรินิธี ชนะวงศ์
- 1.23 อาจารย์ศศิษา วิทยาศรัย
- 1.24 อาจารย์ธันวัฒน์ นุตยางกุล
- 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
- 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
- 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
- 1.28 อาจารย์ศศิพันธ์ุ ดิษฐานนท์
- 1.29 ดร.กิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ 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 บุรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวนิช
4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
 - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา กรรณสูต
5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรรวมโชคศักดิ์
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.พลพัฒน์ โคตรจรัส
10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 10.1 อาจารย์ ดร.ธิตี ญาณปรีชาเศรษฐ
 - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนันท์
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 อินทรางกูร ณ อยุธยา
14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 - 14.1 อาจารย์ศุภินันท์กรัย ระวังวงศา
15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 - 15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีหน้าที่ประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมินแล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาสุ ธนธิตี)
คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ

The Effect of Smart Tourism Innovation Through Self-Efficacy
and Travel Decision Support Satisfaction

จินต์จุฑา จันท์เพ็ญ¹ และธาดาธิเบศร์ ภูทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ โดยนำแนวคิดแบบจำลองความน่าจะเป็นของการคิดไตร่ตรอง และคุณลักษณะของเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะมาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการใช้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ ความสามารถในการเข้าถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 138 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: นวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะ, การรับรู้ความสามารถของตนเอง, ความพึงพอใจในใช้บริการ

ABSTRACT

The main purposes of this study are to investigate the effect of smart tourism innovation through self- efficacy and travel decision support satisfaction. Based on 2 theories which are elaboration likelihood model and smart tourism technology characteristics. Which includes the information quality, source credibility, interactivity, accessibility, self- efficacy and travel decision support satisfaction. The sample used in this research is a group of people who used service of the

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

tourism website and application 138 samples. An online and paper questionnaire survey was administrated by convenience sampling. And data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple regression analysis and multiple regression analysis.

Results showed that the factors that most significant positive impact on the self-efficacy factor is accessibility factor ($p < 0.05$). And the self-efficacy factor has significant positive impact on the travel decision support satisfaction ($p < 0.05$), respectively.

Keywords: smart tourism innovation, self-efficacy, satisfaction service

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในแต่ละด้าน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืน

ในปัจจุบันมีเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมากมายที่เกิดขึ้น จึงทำให้เกิดการแพร่หลายของเทคโนโลยี จากคาดการณ์ของ Euromonitor พบว่า อัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของการใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับการท่องเที่ยวทั่วโลก (Global Online Travel Revenues Growth) มีมากกว่า 10% โดยเพิ่มขึ้นจาก 166 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2554 เป็น 363 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2563 อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานทางระบบสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยในปัจจุบัน รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนาและส่งเสริมระบบการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังจะเปลี่ยนไป (Yam Yam, 2017)

โดยนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart tourism innovation) มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนการเดินทางด้วยรายละเอียดปลายทางที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และเพิ่มคุณภาพในการตัดสินใจด้วยคำแนะนำตามบริบทของข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีที่ชาญฉลาด ทำให้การท่องเที่ยวอัจฉริยะสามารถเชื่อมโยงข้อมูลให้เกี่ยวข้องกันมากขึ้น และสนับสนุนการตัดสินใจในการใช้ระบบได้มากขึ้น (Gretzel et al., 2015) นวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart tourism innovation) เป็นสิ่งใหม่ที่ช่วยพัฒนาโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นเป็นการบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2560) โดยจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว สภาพอากาศ แหล่งที่พัก การเดินทาง สามารถใช้ในการตัดสินใจวางแผนการเดินทาง และทราบจุดหมายปลายทางของการเดินทางได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น Expedia.com Traveloka และ Phuket Smart City 4.0 เป็นต้น (thumbsupteam, 2016) ผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ผู้พัฒนาและออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ได้มีการออกแบบให้สามารถใช้งานได้ง่าย มีความทันสมัย และสร้างความพึงพอใจในการใช้ระบบให้มากที่สุด

ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และควรให้ความสนใจสำหรับผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในการศึกษาถึงผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่มีความเหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ และความสามารถในการเข้าถึงต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพของระบบสารสนเทศหมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้งานว่าคุณภาพของข้อมูลมีประสิทธิภาพและมีความน่าเชื่อถือ(Petty and Cacioppo, 1986) ซึ่งข้อมูลจะต้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน โดยต้องมีความทันสมัยของข้อมูล และข้อมูลที่ใช้บริการได้รับจะต้องเป็นความจริงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ใช้งานได้

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลหมายถึง ข้อมูลที่น่าเชื่อถือสามารถส่งผลต่อผู้ใช้บริการทำให้เกิดความน่าสนใจและเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ให้บริการ(Bitner and Obermiller, 1985) เมื่อผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลแล้วจะต้องตรวจสอบได้ว่าข้อมูลมีความถูกต้องและแม่นยำสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยมีการบอกถึงแหล่งที่มาที่ชัดเจน มีการเชื่อมโยงไปยังเว็บต่างๆ ของที่พัก ร้านอาหารและอีกมากมาย ที่เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวนี้

ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้หมายถึง ระบบการทำงานร่วมกันช่วยให้ผู้ใช้งานมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนา โดยผู้ให้บริการจะฟังผู้ใช้บริการพูดเพียงอย่างเดียว(Johnson et al., 2006) และมีการโต้ตอบออกมาอาจจะเป็นในรูปแบบของการจัดโปรแกรมขึ้น การให้ความช่วยเหลือในข้อมูลการเดินทาง หรือข้อมูลการใช้งานที่ผู้ใช้บริการยังไม่เข้าใจ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้งานให้มากที่สุด ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่ามีคนช่วยวางแผนการเดินทางให้ได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น

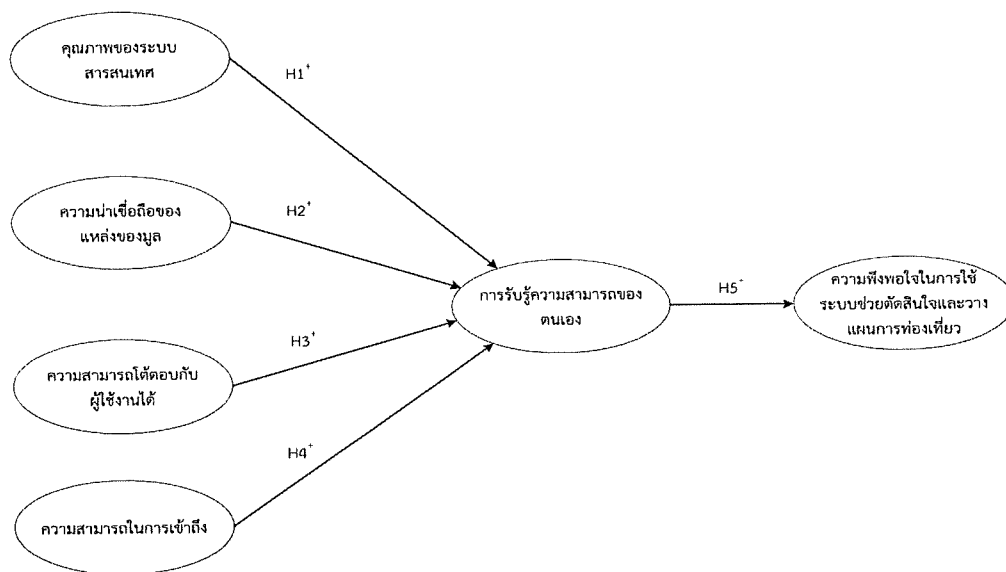
ความสามารถในการเข้าถึง หมายถึง วิธีการเข้าถึงข้อมูลที่สามารถค้นหาได้ง่าย และสามารถเข้าถึงได้สำหรับผู้ใช้ในปัจจุบัณและอนาคต(Petrie and Kheir, 2007) ซึ่งในปัจจุบันผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันได้หลายวิธี เช่น การ login การสแกนบาร์โค้ด เป็นต้น วิธีดังกล่าวสามารถทำได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความสามารถมากนัก ก็ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันได้ตามความต้องการทันที

การรับรู้ความสามารถตนเอง หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ของผู้ใช้งานแต่ละรายในการทำกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่คาดหวัง(Bandura, 1997)ซึ่งผู้ใช้งานแต่ละรายก็มีความสามารถในการรับรู้ที่แตกต่างขึ้นอยู่กับทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตและความเข้าใจถึงวิธีการเข้าเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ต่างๆ ในปัจจุบันไม่ใช่เรื่องที่ยากต่อการเข้าใจ เพราะเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเหล่านี้ ได้ถูกพัฒนาและออกแบบมาให้ใช้งานง่ายเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย

ความพึงพอใจในการใช้ระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว หมายถึง ความพึงพอใจในแง่ของความถูกต้องของข้อมูลปลายทาง การโต้ตอบและการเข้าถึงที่ช่วยให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจในแผนการเดินทางที่เกิดขึ้น (Lord et al., 1995) ผู้พัฒนาและออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันได้เห็นถึงความสำคัญในส่วนนี้ จึงมีการวางระบบของข้อมูลให้เป็นระเบียบและเชื่อมโยงข้อมูลทุกอย่างที่ผู้ใช้บริการต้องการเข้ามาอยู่ในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเดียว เพื่อช่วยในการตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้งานสูงสุด

สมมุติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการโดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ แบบจำลองความน่าจะเป็นของการคิดไตร่ตรอง และคุณลักษณะของเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะมาทำการศึกษาร่วมในบริบทของการใช้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ ความสามารถในการเข้าถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว จากกรอบทฤษฎีวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมมุติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมุติฐานงานวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H1	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง
H2	ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง
H3	ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H4	ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง
H5	การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 138 คน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นแบบออนไลน์และแบบเอกสาร โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ (1) ผลกระทบของปัจจัยด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ ส่วนที่ (2) เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 19 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวและการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัดของประชากรในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 138 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกและใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเพชบุรี เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 40 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.650 – 0.836 และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (SPSS) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น 1 ตัวแปรและตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ 1 ตัวแปร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้

จำนวนปัจจัยทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณภาพของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งาน ความสามารถในการเข้าถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
คุณภาพของสารสนเทศ	0.839
ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล	0.898
ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งาน	0.868
ความสามารถในการเข้าถึง	0.873
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.906
ความพึงพอใจในการใช้ระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว	0.896

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 47.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.6 ส่วนใหญ่ต้องการจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อนักผ่อน 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน 1-2 ครั้งในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 49.7 และโดยภาพรวมเคยใช้งานเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวมาแล้ว 1-2 ปีคิดเป็นร้อยละ 33.6

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 4 และสมมติฐานที่ 5 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ล้วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 5 สมมุติฐาน

สมมุติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.269	0.149	0.713	0.316	3.168	0.000
2. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.426	0.130	0.713	0.198	5.045	0.000
3. ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.362	0.121	0.713	0.260	3.849	0.000
4. ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.000*	0.516	0.713	0.295	3.393	0.000
5. การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว	0.000*	0.726	0.772	1.000	1.000	0.000

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบว่า คุณภาพของสารสนเทศไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

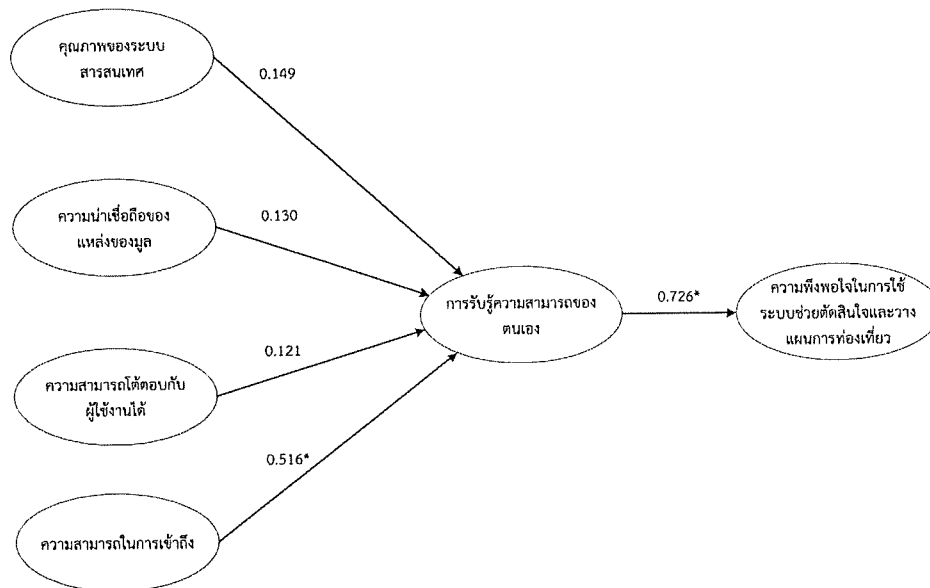
ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่า ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 พบว่าความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็น 0.516 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Petrie and Kheir (2007) ที่ชี้ให้เห็นว่าวิธีการเข้าถึงข้อมูลที่สามารถค้นหาได้ง่ายและสามารถเข้าถึงได้สำหรับผู้ใช้ในปัจจุบันและอนาคตโดยระบบจะมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้มีความทันสมัย และก้าวทันเทคโนโลยีที่มาพร้อมกับความสามารถในการเข้าถึงของคนในยุคปัจจุบัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยวเป็น 0.726 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lord et al (1995) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจในแง่ของความถูกต้องของข้อมูลปลายทาง การโต้ตอบกับผู้ใช้งาน และการเข้าถึงระบบที่ช่วยให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจในแผนการเดินทางที่เกิดขึ้นทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจใช้ระบบวางแผนการท่องเที่ยวได้ในอนาคต

จากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การรับรู้ความสามารถของตนเอง พบว่าตัวแปรอิสระ ความสามารถในการเข้าถึงส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่คุณภาพของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งาน ไม่ส่งต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว พบว่าตัวแปรอิสระ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	ไม่ยืนยัน
H2	ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	ไม่ยืนยัน
H3	ความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	ไม่ยืนยัน
H4	ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง	ยืนยัน
H5	การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว	ยืนยัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมดว่ามีจำนวนเท่าไร ในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างกำหนด โดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 138 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และสร้างแบบสอบถามออนไลน์และกระดาษในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 138 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยพบว่า ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าไปใช้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวออนไลน์ที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองร้านอาหารหรือห้างสรรพสินค้าโปรโมชันและส่วนลดการพยากรณ์อากาศการจราจรและความมั่นคงของประชาชน สามารถช่วยให้คุณวางแผนการเดินทางและท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆได้อย่างสะดวกสบาย แอปพลิเคชันมือถือนี้นำเสนอบริการของเมืองทั้งหมดเข้าด้วยกันเพื่อให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวง่ายขึ้นมากต่อมาพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบช่วยตัดสินใจ และวางแผนการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ใช้บริการแล้วเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมากก็จะส่งผลให้เกิดระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งเห็นว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งานเว็บไซต์และแอปพลิเคชันนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้บริการใช้ใน

การตัดสินใจใช้ระบบช่วยตัดสินใจ และวางแผนการเดินทางในที่สุด ในขณะที่คุณภาพของระบบสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล และความสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง ชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์และแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักและไว้วางใจสำหรับผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความไว้วางใจในคุณภาพของระบบสารสนเทศ เชื่อถือในแหล่งข้อมูลของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันดังกล่าว จึงไม่ได้ให้ความสำคัญหรือคำนึงถึงคุณภาพ และความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพียงแค่สามารถเข้าถึงได้ง่ายก็เพียงพอ และการที่ระบบสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ไม่ได้มีความจำเป็นมากนักสำหรับผู้ให้บริการเนื่องจากผู้ให้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่างก็มีประสบการณ์การใช้งานมาก่อนอีกทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวดังกล่าวก็มีการแสดงโปรโมชัน ข้อมูลการเดินทาง และรายละเอียดต่างๆ ที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการอยู่แล้วโดยไม่จำเป็นต้องสนทนากับผู้ดูแลระบบหรือผู้ให้บริการอีก

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยวออนไลน์โดยการนำแนวคิดแบบจำลองความน่าจะเป็นของการคิดไตร่ตรอง และคุณลักษณะของเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะมาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

1. ผู้พัฒนาและออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์

ผู้พัฒนาและออกแบบระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านต่างๆ เช่น ปัจจัยด้านความสามารถในการถึงระบบ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองของผู้ใช้งาน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการวางแผนการท่องเที่ยว โดยผู้พัฒนาและออกแบบระบบจะต้องวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้และวางแผนกลยุทธ์ในการนำเสนอเว็บไซต์ออกมาให้ใช้งานง่าย น่าสนใจ และมีข้อมูลที่ครบถ้วน ทันสมัยเหมาะสมสำหรับการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน

2. การพัฒนาปัจจัยในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบช่วยตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว

ในด้านปัจจัยความสามารถในการเข้าถึงในการใช้งานนั้น นักพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวออนไลน์ โดยการออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันให้สอดคล้องกับการรับรู้ความสามารถของตนเองในผู้ใช้งานแต่ละราย ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลา โดยจะต้องออกแบบวิธีการเข้าถึงให้มีความหลากหลาย เช่น การสแกนรหัส QR โค้ด การ login เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าใช้งานให้แก่ผู้ใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน

ในด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง เนื่องจากผู้ใช้งานมีความสามารถในการเลือกใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่สามารถช่วยให้พวกเขาวางแผนการท่องเที่ยว จองที่พัก และค้นหาร้านอาหารที่ตนเองต้องการได้ในแต่ละพื้นที่ นักพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์ต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนการเดินทาง ร้านอาหาร ที่พัก รวมถึงบริการพิเศษ อาทิเช่น โปรโมชั่นเข้าพักฟรีในช่วง low Season และส่วนลดพิเศษในช่วง High Season เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นระบบที่ช่วยในการวางแผนที่ดีจะสามารถทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการต่อไปในอนาคต

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยการเปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อหาความแตกต่างที่เกิดจากปัญหาด้านสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ฟังก์ชันของเว็บไซต์ กลยุทธ์ทางการตลาด หรือชื่อเสียงของเว็บไซต์และความยอมรับนิยมของการเลือกใช้ออปพลิเคชัน เป็นต้น มาร่วมศึกษาเพิ่มเติมไปใช้ในกรอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย
3. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2560). *Phuket Smart City First Step Thailand 4.0*. วันที่ทำการสืบค้น 13 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.depa.or.th/th/article/phuket-smart-city-first-step-thailand-40>
- Thumbsupteam. (2559). *Phuket Smart City นำร่องเมืองอัจฉริยะของไทย*. วันที่ทำการสืบค้น 20 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://thumbsup.in.th/2016/10/phuket-smart-city-sipa/>
- Yam Yam. (2560). *Smart Tourism อีกก้าวของการยกระดับการท่องเที่ยวที่ทันสมัยมากขึ้น*. 18 วันที่ทำการสืบค้น 2561 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.theeleader.com/news-enterprise/smart-tourism-the-pace-of-modern-travel-upgrades/>
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. Freeman, New York, NY.
- Bitner, M. J., Obermiller, C., (1985). *The Elaboration Likelihood Model: limitations and extensions in marketing*. *Adv. Consum. Res.* 12, 420-425.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). *G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences*. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C., (2015). *Smart tourism: foundations and developments*. *Electron. Mark.* 25, 179-188.
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Johnson, G. J., Bruner, I. G. C., Kumar, A., (2006). *Interactivity and its facets revisited theory and empirical*. J. Advert. Res. 35, 35-51.
- Lord, K. R., Lee, M.-S., Sauer, P. L., (1995). *The combined influence hypothesis: central and peripheral antecedents of attitude toward the ad*. J. Advert. 24, 73-85.
- Petrie, H., Kheir, O., (2007). *The Relationship between Accessibility and Usability of Websites. Proceeding of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM, pp. 397-406.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. Springer, New York, NY.