

เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ๒๕๖๑

: การวิจัยรับใช้ชุมชน สร้างสังคมฐานความรู้

สาขาวิทยาการจัดการ กลุ่ม ๑

วันศุกร์ที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๖๑

ณ ห้องประชุมเฉลิมพระเกียรติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กรุงเทพมหานคร ๑๔๔๑ - ๒๕๖๑

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
๗๐ ปี แห่งความภาคภูมิใจ

ISBN 978-616-7929-02-6

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ผศ.ดร.ยวลักษณ์	เวชวิทยาลัง
รศ.ดร.พยอม	วงศ์สารศรี
รศ.ศิริจันทร์	ศิริปทุมานันท์
รศ.วรารัตน์	เซียวไพรี
ผศ.ดร.ธีรศักดิ์	ไชยชนะ
ผศ.ดร.พัชราภา	เอื้ออมรวนิช
ผศ.ดร.ภัทรา	สุขะสุนันท์
ผศ.วัฒน์ชัย	ชูมาก
ผศ.ธัชกร	วงศ์คำชัย
ดร.พรศิริ	กองนวล
ดร.จิระพงศ์	เรืองกุล
ดร.อารยา	เกียรติก้อง
ดร.นพวรรณ	วิเศษสินธุ์
ดร.กীরติ	สุขในสิทธิ์

ผลกระทบของคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการยอมรับเทคโนโลยีต่อ
ความตั้งใจในการใช้บริการระบุตำแหน่งทางภูมิศาสตร์เพื่อวางแผนการเดินทาง
The Impact of the Quality of Mobile Application for Tourism and Technology
Acceptance on Intention to Use the Personalized Location-based for Travel
Planning

กชกร ทับอันสอน¹ และ ธาดาธิเบศร์ ภูทอง²
Kotchakorn Tubunson¹ and Thadathibesra Phuthong

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบงานและการรับรู้ถึงความสะดวกสบายที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้และปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยการนำทฤษฎีทางด้านความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) ของ DeLone และ McLean และ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ คุณภาพของระบบงาน การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว จำนวน 138 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน รองลงมาคือ คุณภาพของระบบงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว รองลงมาคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ และคุณภาพของสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

คำสำคัญ : คุณภาพโมบายแอปพลิเคชัน, การยอมรับเทคโนโลยี, แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว, ความตั้งใจใช้งาน

¹ นักศึกษาลูกสุตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

The purpose of this study was to investigate the information quality factor that affected the intention to use mobile application for tourism and the perceived ease of use, the system quality factor and the perceived convenience factor that affected the perceived ease of use and usefulness of the application, and perceived usefulness and ease of use that affected the intention of using mobile application for tourism. Two widely accepted theories were examined : Delone and McLean's)IS Success Model (and Technology Acceptance Model)TAM(. The theories were examined in the context of using mobile application for tourism which consisted of factors of the information quality, system quality, perceived convenience, perceived ease of use, perceived usefulness, and the intention of using the application . The sample used in this research consisted of 138 users of mobile applications for tourism. An online and paper questionnaire surveys were administrated by convenience sampling. Each question was tested for reliability with coefficient alpha. The data was analyzed statistically for frequency distribution and percentage. The hypothesis was tested by using the simple regression analysis and multiple regression analysis .

Results showed that factors that had the most significant positive impact on the perceived ease of use factor were perceived convenience factor and system quality factor ($p < 0.05$). Factors with the most significant positive impact on the perceived usefulness factor were perceived ease of use factor and perceived convenience factor ($p < 0.05$). Moreover, factors that have the most significant positive impact on the intention to use mobile application for tourism factor were perceived ease of use, perceived usefulness and information quality ($p < 0.05$), respectively.

Keywords: mobile application quality, technology acceptance, tourism application, Use Intention

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้มีผู้คนจำนวนมากใช้เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบ ที่นิยมใช้กันอย่างมากที่สุดก็คือ สมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะมองไปทางไหนหรืออยู่ที่ไหนก็ตามจะเห็นคนส่วนใหญ่ใช้งานสมาร์ทโฟน ซึ่งสิ่งที่ขาดไม่ได้ภายในสมาร์ทโฟนนั้นก็คือ แอปพลิเคชัน (Application) เป็นซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการทำงานบนสมาร์ทโฟน เพราะไม่ว่าจะทำอะไรก็ทำให้ผู้ใช้งานประหยัดเวลาสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังใช้งานได้ง่าย ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบันของคนส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ ที่อยากจะแสวงหาการผ่อนคลายความเครียดทางร่างกายและจิตใจด้วยการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตที่ขาดไม่ได้ของผู้คนในปัจจุบัน (ชัยพันธ์

สุทธาวาส, 2550) จึงมีการใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวมากมาย ตัวอย่างเช่น Google Maps Skyscanner PackPoint และ Day Plans เป็นต้น แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงกับสายบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความสะดวกของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี อาทิเช่น การจองโรงแรม การจองตั๋วเครื่องบิน รวมไปถึงบริการรถรับส่ง เช่น Uber และ Grab (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2560) และมีบทบาทอย่างมากสำหรับผู้ใช้บริการซึ่งสามารถค้นหาที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ นำทางไปยังสถานที่ที่ต้องการ วางแผนการเดินทาง หรือสามารถ Checklist ต่าง ๆ

สถานการณ์ในปัจจุบันเริ่มมีผู้คนชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ 52 ล้านคน หรือร้อยละ 4.6 การท่องเที่ยวจะมีศักยภาพที่จะขยายตัวในระดับสูงในอีกหลายทศวรรษข้างหน้า (กาญจนันภา พงศ์พนรัตน์ ,2560) และยังมี การสำรวจการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้บริการกว่า 70% ของผู้ใช้ที่เป็นเจ้าของสมาร์ทโฟนมี แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 แอป ที่ติดตั้งไว้บนสมาร์ทโฟนของตน (Phocuswright's U.S, 2016) มีผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่รู้เส้นทางสถานที่ต่างๆ มากพอ ซึ่งอาจจะเป็นปัญหาสำหรับการเดินทางได้ การหาที่พัก การจองเที่ยวบิน การใช้บริการรถรับส่ง เช่น Uber, Grab และรถประจำทาง อาจจะทำให้เสียเวลาในการเดินทาง จึงมีการพัฒนา แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวเป็นฟังก์ชันซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกเพิ่มอีกทางให้แก่ผู้ใช้งาน และยังเป็น การส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะมีการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน มีประโยชน์ต่อการใช้งาน การค้นหาสถานที่ต่างๆ รวมไปถึง การวางแผนการเดินทาง จะช่วยให้ผู้ใช้ตัดสินใจหรือวางแผนการเดินทางได้อย่างรวดเร็ว และยังช่วย ประหยัดเวลาอีกด้วย นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกำลังใช้แอปพลิเคชันและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเข้าถึง ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้และเพื่อการเจาะตลาดด้านการท่องเที่ยวเพราะปัจจัยใหม่ๆ เป็นตัวกำหนดอนาคตของ แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (rishabhsoft, 2017) ซึ่งผู้ใช้ในปัจจุบันนิยมใช้มากที่สุดเพราะมีความสำคัญอย่างมากในการวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้งาน สามารถเก็บ รวบรวมข้อมูลที่สนใจให้ผู้ใช้ได้จัดลำดับการวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างง่าย อีกทั้งยังมีบริการระบุตำแหน่งสถานที่ ทางภูมิศาสตร์ที่ครอบคลุมทั่วโลกเป็นเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้ง่าย รวดเร็ว มีค่าใช้จ่ายที่ต่ำหรือไม่มีค่าใช้จ่ายเลย ทำให้สามารถประหยัดงบประมาณในการบริหารจัดการได้มาก

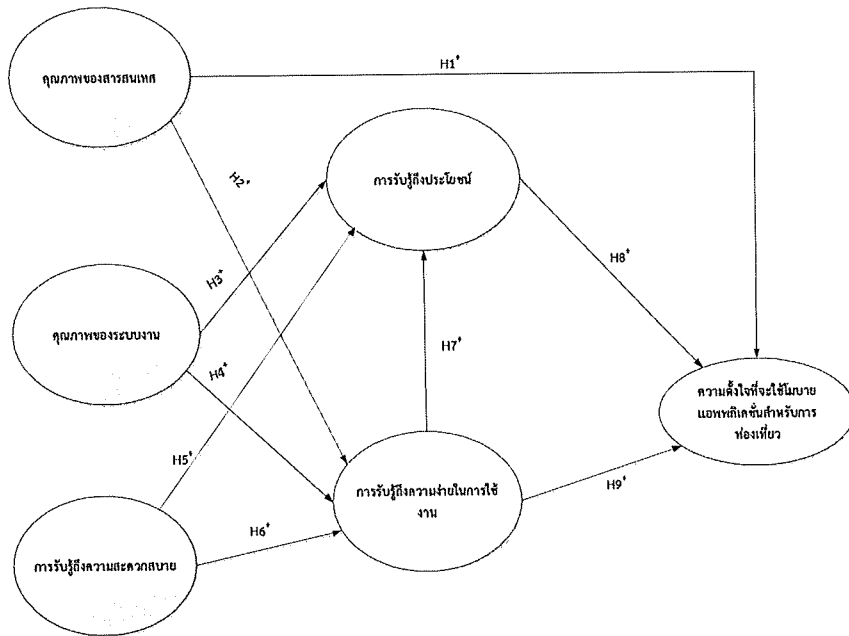
ดังนั้น ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่พยายามดึงดูดลูกค้าด้วยการพัฒนาการให้บริการ ผ่านทางแอปพลิเคชัน กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามาใช้บริการของแอปพลิเคชัน ตนเองให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของ ปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการระบุตำแหน่งทางภูมิศาสตร์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อที่จะ เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านทางแอปพลิเคชันให้มีความเหมาะสมกับการใช้ งานและความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชัน สำหรับการท่องเที่ยวและการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพของระบบงานและการรับรู้ถึงความสะดวกสบาย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึง ประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้
3. การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบาย แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

กรอบแนวความคิด

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบบตำแหน่งทางภูมิศาสตร์เพื่อวางแผนการเดินทางโดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีทางด้านความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) ของ DeLone และ McLean และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาทำการศึกษาร่วมในบริบทของการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ คุณภาพของระบบงาน การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมุติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมุติฐานงานวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H1	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว
H2	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
H3	คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H4	คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
H5	การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H6	การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ตารางที่ 1 สมมุติฐานงานวิจัย (ต่อ)

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H7	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H8	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว
H9	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบงานและการรับรู้ถึงความสะดวกสบายที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้และปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

2. กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 138 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเอกสารและแบบออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับผลกระทบของคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบุตำแหน่งทางภูมิศาสตร์เพื่อวางแผนการเดินทาง จำนวน 21 ข้อคำถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบงานและการรับรู้ถึงความสะดวกสบายที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้และปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามเอกสารและออนไลน์ในการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กเป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561

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

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร 1 ตัวแปร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

สรุปผล

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่

ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบคพบว่าทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณภาพของสารสนเทศ คุณภาพของระบบงาน การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
คุณภาพของสารสนเทศ	0.863
คุณภาพของระบบงาน	0.820
การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย	0.862
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.868
การรับรู้ถึงประโยชน์	0.794
ความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	0.848

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 73.3 ช่วงอายุตั้งแต่ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนในช่วง 20,001 - 30,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 36.7 ส่วนใหญ่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว 2 - 3 ครั้ง ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 39.3 และโดยภาพรวมนิยมใช้บริการเพื่อการระบุตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางแอปพลิเคชัน Google Maps คิดเป็นร้อยละ 78.8

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 5 สมมติฐานที่ 6 สมมติฐานที่ 7 สมมติฐานที่ 8 และสมมติฐานที่ 9 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ถ้วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 9 สมมุติฐาน

สมมุติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	0.002*	0.202	0.877	0.399	2.509	0.000
2. คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.709	-0.027	0.895	0.248	4.026	0.000
3. คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	0.265	0.065	0.901	0.287	3.487	0.000
4. คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.000*	0.266	0.895	0.257	3.884	0.000
5. การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.344	0.901	0.194	5.160	0.000
6. การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.000*	0.629	0.895	0.255	3.917	0.000
7. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.481	0.901	0.198	5.042	0.000
8. การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	0.000*	0.276	0.877	0.217	4.606	0.000
9. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	0.000*	0.197	0.877	0.197	5.089	0.000

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบว่า คุณภาพของสารสนเทศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวเป็น 0.202 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Seddon and Kiew, (2007) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลอย่างมากต่อความสามารถในการรับรู้ ซึ่งช่วยเพิ่มความตั้งใจที่จะใช้บริการของผู้ใช้แต่ละรายและมีผลกระทบต่อการที่ผลิตระบบสารสนเทศ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่าคุณภาพของสารสนเทศไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่าคุณภาพของระบบงานไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 พบว่าคุณภาพของระบบงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็น 0.266 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Delone and Mclean (1992) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของระบบงาน คือ ความสามารถในการตอบสนองและความสามารถในการประมวลผลรายการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความง่ายในการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 5 พบว่าการรับรู้ถึงความสะดวกสบายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น 0.344 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsu and Chang (2013) ที่ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นระดับที่ผู้ใช้รู้สึกว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถค้นพบและใช้งานได้ง่าย ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ได้ว่าการใช้บริการนั้นมีประโยชน์

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 6 พบว่าการรับรู้ถึงความสะดวกสบายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็น 0.629 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tang and Chiang (2009) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการจัดการความรู้ด้านสภาพแวดล้อมบนโทรศัพท์มือถือ และพบว่ากรรับรู้ความสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานซึ่งส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานและเจตนาเชิงพฤติกรรม

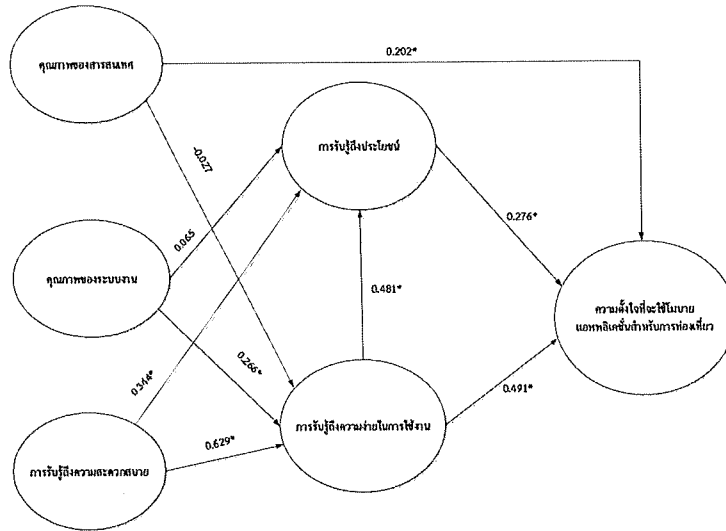
ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 7 พบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น 0.481 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Davis (1989) and Agarwa, Prasad (1999), Davis, Bagozzi and Warshaw (1989), Jackson, Chow and Leitch (1997) and Venkatesh (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่าระบบที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายที่จะใช้ต้องมีความง่ายในการใช้งาน และไม่ต้องใช้ความพยายาม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบ ทำให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 8 พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวเป็น 0.276 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwal and Prasad (1999); Davis, Bagozzi and Warshaw (1989); Jackson, Chow and Leitch (1997) และ Venkatesh (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคลรับรู้ว่าจะระบบที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์หากมีการใช้ระบบที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 9 พบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวเป็น 0.197 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Davis, F. D. (1989) ที่ชี้ให้เห็นว่า ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อว่าเทคโนโลยีที่ใช้จะต้องมีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้

งานได้โดยไม่ซับซ้อน ไม่ต้องพยายาม หรือเรียนรู้ที่จะใช้มาก ซึ่งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตั้งใจที่จะใช้งานของผู้ใช้อีกด้วย

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยผลกระทบของคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบุตำแหน่งทางภูมิศาสตร์เพื่อวางแผนการเดินทาง

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่าตัวแปรอิสระ คุณภาพของระบบงาน และการรับรู้ถึงความสะดวกสบาย ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่คุณภาพของสารสนเทศไม่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่าตัวแปรอิสระ การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่คุณภาพของระบบงานไม่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว พบว่าตัวแปรอิสระ คุณภาพของสารสนเทศ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	ยืนยัน

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย(ต่อ)

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H2	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H3	คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ไม่ยืนยัน
H4	คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ยืนยัน
H5	การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H6	การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ยืนยัน
H7	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H8	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	ยืนยัน
H9	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	ยืนยัน

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวและการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบงานและการรับรู้ถึงความสะดวกสบายต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวโดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกและสร้างแบบสอบถามออนไลน์และกระดาษในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 138 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยพบว่า คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบาย แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Seddon and Kiew (2007) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลอย่างมากต่อความสามารถในการรับรู้ ซึ่งช่วยเพิ่มความตั้งใจที่จะใช้บริการของผู้ใช้แต่ละรายและมีผลกระทบต่อองค์กรที่ผลิตระบบสารสนเทศ จึงทำให้ผู้ใช้บริการพัฒนาข้อมูลให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และเมื่อผู้ใช้บริการได้เข้าไปใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวทำให้สามารถรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโดยไม่มีความซับซ้อน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถตั้งใจที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันต่อไปในอนาคต ต่อมาคุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่ให้ความสำคัญ หรือไม่คำนึงถึงประโยชน์ที่ได้รับ และคุณภาพของข้อมูลนั้นไม่จำเป็นต่อผู้ใช้งาน นอกจากนี้คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ DeLone and Mclean (1992) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของระบบงาน คือ ความสามารถในการตอบสนองและความสามารถในการประมวลผลรายการได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ทำให้รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานได้ดี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความง่ายในการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ต่อมาคุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อระบบคุณภาพของงาน ทำให้ผู้ใช้ไม่คำนึงถึงประโยชน์ของระบบงาน ต่อมาการรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tang and Chiang (2009) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการจัดการความรู้ด้านสภาพแวดล้อมบนโทรศัพท์มือถือ และพบว่า การรับรู้ความสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานซึ่งส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานและเจตนาเชิงพฤติกรรม การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsu and Chang (2013) ที่ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความสะดวกสบายเป็นระดับที่ผู้ใช้รู้สึกว่าการผลิตภัณ์หรือบริการสามารถค้นพบและใช้งานได้ง่าย ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ได้ว่าการใช้บริการนั้นมีประโยชน์ เมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าการดำเนินการดำเนินงานมีความสะดวกต่อการใช้งานในระบบต่างๆได้อย่างราบรื่น ซึ่งทำให้ผู้ใช้รับรู้ว่าการใช้บริการนั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง นอกจากนี้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Davis (1989) และ Agarwal, Prasad (1999), Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989), Jackson, Chow และ Leitch (1997) และ Venkatesh (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่า ระบบที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายที่จะใช้ต้องมีความง่ายในการใช้งาน และไม่ต้องใช้ความพยายาม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบ ทำให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwal และ Prasad (1999); Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989); Jackson, Chow และ Leitch (1997) และ Venkatesh (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคลรับรู้ว่าจะระบบที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์หากมีการใช้ระบบที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้งานระบบความง่ายในการใช้งานของระบบและความสามารถของระบบช่วยให้ผู้ใช้สามารถวางแผนการเดินทางและส่งผลให้ผู้ใช้มีความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะการนำไปประยุกต์ใช้จากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

ผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

ในด้านของคุณภาพของสารสนเทศที่นำเสนอ นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พัฒนาระบบให้มีความเสถียร และให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ และผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา และนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้ไปใช้ประโยชน์ และสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจได้จริง ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันต่อไปในอนาคต

ในด้านคุณภาพของระบบงาน นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญกับการสร้างระบบงานที่มีคุณภาพ รวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ว่าได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเข้าใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการของการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานทำให้ผู้ใช้มีความรู้สึกอยากที่จะใช้งานต่อไป แต่ถ้าหากแอปพลิเคชันใช้งานยาก ผู้ใช้งานอาจจะเกิดความรำคาญและอาจเปลี่ยนไปใช้งานแอปพลิเคชันของคู่แข่งได้ ดังนั้นคุณภาพของระบบงานจึงเป็นสิ่งที่นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาในการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน

และในด้านปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเข้าใจได้ง่าย การออกแบบเรียบง่าย ไม่ทำให้ผู้ใช้สับสน ผู้ใช้งานก็จะต้องไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการใช้งาน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชันนี้มีประโยชน์ต่อตัวเอง และอยากกลับมาใช้งานต่อไป หรือกลับมาใช้ซ้ำอีกในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยการเปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อหาพฤติกรรมการใช้บริการของโมบายแอปพลิเคชัน ความจำเป็นที่จะใช้บริการที่แตกต่างกัน
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความทันสมัย เรียบง่ายของโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาด หรือชื่อเสียงของโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว เป็นต้น มาร่วมศึกษาเพิ่มเติมไปใช้ในกรอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นอาจขยายผลไปศึกษา โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการใช้งานของโมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยวอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. (2560). ภาพรวมสถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวโลกและอาเซียน ไทย. สืบค้นเมื่อ 11 มิถุนายน 2561 จาก <http://msi.citu.tu.ac.th/public/upload/2.Trends%20and%20Issues%20of%20Tourism.pdf>
- ชัยพันธ์ สุทธาวาส. (2550). ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2561 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/466908>
- Phocuswright's U.S. (2016). แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวสร้างกำไรมากมายแต่โรงแรมกลับ กำลังจะทำมันหายไป. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2561 จาก <https://smartfinder.asia/th/travel-apps-make-big-gains/>
- Rishabhsoft. (2017). Tourism Mobile App Development: All You Need to Know. Retrieved April 3 2018, from <https://www.rishabhsoft.com/blog/mobile-app-development-for-the-tourism-industry>
- ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2560). แอปพลิเคชัน" เพื่อการเดินทาง โลกกว้าง...ทางใกล้. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/967462>
- Agarwal, R. & Prasad, J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies?. *Decision sciences*, 30(2), 361-391.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3): 319-339.
- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P (1989). User acceptance of computer technology A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35: 982-1003.
- 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: 75-191..
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Hsu, H.H., Chang, Y.Y. (2013). Extended, TAM model: Impacts of convenience on acceptance and use of moodle. *US-China Educ. Rev. A* 3 (4): 211-218.
- Jackson, C., Chow, S., & Leitch, R. (1997). Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system. (pp.357-389)
- Ricci, F. Werthner, H. (2002). Case-based querying for travel planning recommendation. *Inf. Technol. Tourism*. 4 (3-4): 215-226.
- Tang, J.T., Chiang, C. (2009). Perceived innovativeness, perceived convenience and TAM: Effects on mobile knowledge management, in: 5th International Workshop on Mobile Commerce and Services. 2009 WMCS: 413-420.

- Seddon, P.B., Kiew, M.Y. (2007). A partial test and development of delone and Mclean's model of IS success Australasian. *J. Inf. Syst.* 4(1): 90-109.
- Venkatesh, V. (1999). Creation of favorable uses perceptions: Exploring the role of intrinsic motivation. *MIS Quarterly.* 23: 239-260.
- DeLone, W.H., McLean, E.R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information systems Research* 3(1): 60-95.