



การเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว
นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
Information technology, applications that promote tourism
Case study of Bangkok Thonburi University

กิตติคุณ เกร็งกำจรกิจ¹ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร²

บทคัดย่อ

เทคโนโลยีในโลกของเราทุกวันนี้ ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก ตั้งแต่ตื่นนอนตอนเช้า เดิมเคยใช้นาฬิกาตั้งโต๊ะ ปลุกก็หันมาใช้นาฬิกาจากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสามารถตั้งเวลาปลุกได้อัตโนมัติ เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเดินทางไปไหนก็ไม่ต้องกลัวหลงทางเพราะในโทรศัพท์มือถือมีส่วนใหญ่มีโปรแกรม GPS บอกทางเราได้ สามารถบอกระยะเวลาในการเดินทาง ไม่ว่าจะไปที่ไหนโดยเฉพาะสถานที่ที่ไม่เคยไปมาก่อน ก็แสนง่ายดายเพียงแค่กดค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มีรูปภาพให้เราดูหรือแม้แต่อยากทราบประสบการณ์จากคนที่เคยไปที่นั่นมาก่อนเราก็สามารถเข้าไปอ่านได้ การเข้าถึงข้อมูลไม่ว่าจะเป็นที่เที่ยว ที่กิน ที่เล่น จองตั๋วเครื่องบิน จองตัวเครื่องบิน จองโรงแรมที่พัก ซือบปิ้งออนไลน์ สั่งเดลิเวอรี่ ซื้อหนังสือ ฯลฯ ทุกอย่างสามารถทำได้ง่ายตายใจในโลกปัจจุบัน

การที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเจริญเติบโตได้นั้น หน่วยงานต้องมีความสามารถในการประยุกต์เอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในโครงสร้างของการบริหารงานและการติดต่อสื่อสารที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมในหน่วยงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ความต้องการของผู้รับบริการด้านการท่องเที่ยวก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลให้เห็นว่าแนวโน้มในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวจะเป็นไปในทิศทางใด โดยมีการสอบถามสิ่งถึงสิ่งบันเทิง ในเที่ยวบินของโดยสารที่รู้สึกสนุกสนานและเป็นประโยชน์ และได้ค้นพบคำตอบแปลกๆ ที่อาจจะสื่อถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวปัจจุบันการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กันมากขึ้นในเรื่องแอปพลิเคชันช่วยให้มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ตอบโจทย์ความต้องการของวัยรุ่นสมัยใหม่ ยุคดิจิทัล จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักอย่างแพร่หลายและเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวนักศึกษาได้เป็นอย่างดี โดยในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นอีกทั้งยังเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักศึกษาและเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องการและทันสมัยของแอปพลิเคชันอีกต่อไปด้วย

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน

¹ อาจารย์กิตติคุณ เกร็งกำจรกิจ) คณะศิลปศาสตร์/สาขาการท่องเที่ยว/มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี/gochi034@gmail.com

² ดร.เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร) คณะบริหารธุรกิจ/มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.

Abstract

Technology in our world today Has come into play a huge role Since waking up in the morning Formerly used a desk clock to alarm, I turned to a clock from a mobile phone. Which can set the alarm automatically as well, no matter where you go, you do not have to be afraid of getting lost because most mobile phones have a GPS program to tell us the time of the trip. Regardless of where to go, especially places that have never been before It is very easy, just search the Internet. There are pictures for us to see or even want to know the experiences of people who have traveled there before, we can read them. Access information such as where to go, where to eat, where to play, to book concert tickets. Flights booking Book hotel accommodation Online shopping Order delivery, buy books, etc. Everything can be done easily in today's world.

The growth of the tourism industry The organization must have the ability to apply information technology to the management and communication structures that enable efficient implementation of all activities within the organization. In addition, the demand of tourism clients is another factor that contributes to the trend in the use of information technology for tourism. For example, in the United States by British Airways with inquiries about entertainment. In a passenger flight that feels fun and useful And found a strange answer That may indicate the development of information technology in the future.

Therefore, from the background and the importance of such problems, nowadays, the use of information technology is increasingly used in terms of applications, allowing convenience and speed to meet the needs of modern teenagers in the digital age. That is widely known and reaches a group of student tourists as well In conducting this research, the researcher studied the selection of information technology applications that promote tourism. Case studies of students from Bangkok Thonburi University It will also be able to collect student data and disseminate accurate and up-to-date information of the application.

Keywords: Applications

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันโลกเริ่มเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่ได้ เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเฉกเช่นที่ผ่านมามากต่อไป หากแต่จะหลอมรวมเข้ากับชีวิตคน อย่างแท้จริงและจะเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การ บริการ และกระบวนการทางสังคมอื่นๆ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอย่างสิ้นเชิง ประเทศไทยจึงต้องเร่งนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา ประเทศ โดยในบริบทของประเทศไทย เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตอบปัญหาความท้าทายที่ประเทศ กำลังเผชิญอยู่หรือเพิ่มโอกาสในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การก้าวข้ามกับดักรายได้ ปานกลางที่เป็นหนึ่งในเป้าหมายการพัฒนาประเทศเร่งด่วนของรัฐบาล ด้วยการลงทุนและพัฒนา อุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศและอุตสาหกรรมกระแสใหม่ที่ รวมถึงอุตสาหกรรมดิจิทัล การแก้ปัญหาค่าความเหลื่อมล้ำของสังคมโดยเฉพาะ



อย่างยิ่งด้านรายได้ การศึกษา การรักษาพยาบาล สิทธิประโยชน์ การเข้าถึงข้อมูล ให้เกิดการกระจายทรัพยากรและโอกาสที่ทั่วถึง เท่าเทียมและเป็นธรรมยิ่งขึ้น การบริหารจัดการการเข้าสู่สังคมสูงวัยที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประเทศรวมถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีในการดูแลผู้สูงอายุการพัฒนาศักยภาพของคนในประเทศทั้งบุคลากรด้านเทคโนโลยี บุคลากรที่ทำงานในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการรวมถึงคนทั่วไปที่จะต้องชาญฉลาด รู้เท่าทันสื่อเท่าทันโลก

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมต่อการใช้แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 3 เพื่อศึกษาการตัดสินใจการใช้แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องจากจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2549, หน้า 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดเป็น .05 สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาจากเอกสารรายงานวิจัยต่างๆ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบคำถามปลายปิด (Close end question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีที่เลือกใช้แอปพลิเคชัน ส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับลักษณะของข้อความประกอบด้วยข้อความที่เป็นให้มีความสำคัญในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ โดยในแต่ละคำถามจะแบ่งระดับความสำคัญ ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มาก
- 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

วิธีการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้นสำหรับใช้ในการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (วิชิต อุ๋อัน, 2550)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ จำนวนชั้น 5 ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีการเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีการเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีการเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีการเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีการเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีที่เลือกใช้แอปพลิเคชัน ส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับลักษณะของข้อความประกอบด้วยข้อความที่เป็นให้มีความสำคัญในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ โดยในแต่ละคำถามจะแบ่งระดับความสำคัญ ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง การเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง การเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 คะแนน หมายถึง การเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง การเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง การเลือกใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

วิธีการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้นสำหรับใช้ในการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 53.8 มีอายุส่วนใหญ่ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 97.5 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 45.2



2 ข้อมูลความต้องการ การเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว
กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีในด้านผลิตภัณฑ์ ในทุกๆด้านมีค่าระดับความต้องการอยู่ในระดับที่มาก

ด้านราคา พบว่าความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีในด้านราคา ในทุกๆด้านมีค่าระดับความต้องการอยู่ในระดับที่มาก

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีในด้านการจัดจำหน่าย ในทุกๆด้านมีค่าระดับความต้องการอยู่ในระดับที่มาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีในด้านการส่งเสริมการตลาด ในทุกๆด้านมีค่าระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มาก

3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความต้องการของการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน เพื่ออธิบายสมมติฐานและวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

เมื่อเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อ เพศ อายุ ระดับการศึกษา กับระดับการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัย

กรุงเทพมหานครจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า แบบสอบถามมีการประเมินว่าอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี สาเหตุเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 215 คน จากทั้งหมด 400คนและมีอายุ 18-25 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่2 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิรา แซ่เตียว ได้ศึกษาถึงเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนสำหรับผู้สูงอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 205 คน จากทั้งหมด 400 คนและมีอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 46-55 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรีจึงทำให้ความเห็นต่างกัน

โดยรวมด้านพฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ในด้านของด้านระบบปฏิบัติการ ด้านระยะเวลาในการใช้ ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ ด้านค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ต ด้านค่าดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน และด้านแอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุด

ด้านการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) พบว่า นักศึกษา ระดับชั้นปริญญาตรีมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านการจัดจำหน่าย และมีความต้องการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ในด้านการ ส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ควรมีการตอบสนองและการเข้าถึงสิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ มีการจัดโปรโมชั่น และบริการที่หลากหลาย รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบวงจร

(2) ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจอย่างต่อเนื่องมีการเพิ่มฟังก์ชันในการทำงานให้สะดวกรวดเร็วและสามารถทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการให้บริการต่างๆได้ง่ายและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

(3) แอปพลิเคชันประเภทสื่อสังคมการบันเทิง การท่องเที่ยวการจองตั๋วการเดินทาง ที่พักอาศัยและการดูแลสุขภาพ การศึกษาและการอ้างอิงแอปพลิเคชันเหล่านี้ให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้ของผู้สูงอายุให้มากที่สุด เพื่อเพิ่มความนิยมในการทำงานของแอปพลิเคชันและดึงดูดให้กลุ่มผู้สูงอายุหันมาสนใจมากยิ่งขึ้น

(4) ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความเสถียรต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น

(5) ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้รองรับกับ สมาร์ตโฟน ทุกระบบ ให้ใช้งานได้ง่ายเหมาะกับทุกเพศ

(6) ควรพัฒนารูปแบบแอปพลิเคชันให้มีลูกเล่นหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อให้น่าสนใจต่อการใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในด้านอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ทักษะคตินักศึกษา ของการเลือกใช้แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันมากขึ้นให้มีความน่าสนใจและเป็นสิ่งดึงดูดใจในการใช้แอปพลิเคชัน

(2) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นสำหรับผู้สนใจที่จะทำวิจัยในข้อห้วงที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องนี้ควรมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในด้านเชิงคุณภาพ (Qualitative Stude) ที่มีต่อแอปพลิเคชันที่ทำให้ นักศึกษาสนใจเลือกแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว



เอกสารอ้างอิง

- จันนิทร่า แซ่เตียว. (2559) พฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนสำหรับวัย
กลางคน.(ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชชมงคลธัญบุรี สืบค้นจาก
<http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/2899/RMUTT-154357.pdf?sequence=1>
- จันทน์ รุ่งเรืองธนาผล. (2558) พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตนโกสินทร์:นครปฐม.
- ฉล่องศรี พิมลสมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4).
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูชาติ พินธุกนก. (2556) Copfinder : แอปพลิเคชัน สำหรับการค้นหาสถานีตำรวจและหมายเลขฉุกเฉิน.
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต/กรุงเทพฯ.
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น: คลังนานาวิทยา
ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ
นันทาดา คุณทอง. (2557). เทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว. สืบค้น30กรกฎาคม 2563,
จาก https://sites.google.com/site/thekhnoloyithangkarthxngtheyiw/thekhnoloyi-kab-kar-thxng-theiyw?fbclid=IwAR1eBdV0TH_K5tPxxKN-RzBiM9SEeK7Uj6RqLXCx7HY9OdGlv0wofvn5gwl
- นิคม จารุณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์การศาสนา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บูรณะศักดิ์ มาตหมาย. (2556).ระบบการขนถ่ายวัสดุ (MaterialHandling System) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
การบริหารโซ่อุปทานองค์กร. สืบค้นจาก[http://thailandindustry.com/guru/view.php?id=19078
§ion=9](http://thailandindustry.com/guru/view.php?id=19078§ion=9)
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่21. พิมพ์ครั้งที่1กรุงเทพฯ : บริษัท
ไพบ์แอนด์ โฟร์ พรินต์ติ้ง จำกัด.
- รัชพรจันทร์สว่าง. (2546). ความหมายของนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่1. ภาควิชารัฐศาสนศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546). การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพ : พัฒนาการศึกษา.
- สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. (2562). มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. สืบค้น 11 สิงหาคม 2563,
จาก www.bkkthon.ac.th
- หลุทัย พันธุ์จุม. (2560). ประเภทของการท่องเที่ยว-อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. สืบค้น 11 สิงหาคม 2563,
จาก https://sites.google.com/site/xutsahkrmmthxngtheyiw27001001/1-bthna/1-3-prapheth-khxng-kar-thxntheyiw?fbclid=IwAR2UYak0W6wSLYPdArdTJiE3cwUIMn1esX_EYFylrNAIK9vyN2-LrvuWd60



**NMCCON
2021**

การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา

ครั้งที่ 8 ประจำปี พ.ศ.2564

"สู่ชีวิตวิถีใหม่ ด้วยงานวิจัยทางสุขภาพและการบริการ"

27 มีนาคม พ.ศ. 2564

อมรรัตน์ พรหล่อ. (2555). ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. จาก

<http://52011011275g5.blogspot.com/2012/03/blog-post.htm>.

อรรถัย เลิศวรรณวิทย์. การวางแผนตลาด. กรุงเทพฯ : ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย, 2559.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

Best, John W. 1977. *Research in Education*. 3rd ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall,
Inc.

Lumsdon. (1999). *Motivation and Personality*. พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท

McIntosh, Robert W. (1980). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. New York : Wiley Press

Yamane, Taro.1967. *Statistics, An Introductory Analysis,2nd Ed.*, New York : Harper and Row