

# แนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี Guidelines for the Development of the Mobile Application ‘Guide Tip’ for Community-Based Tourism in Ubon Ratchathani Province



ยูวดี จิตดีโกศล<sup>1\*</sup> (Yuvadee Jitgosol)<sup>1\*</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์งานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และ 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่แบบสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งที่มีและไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี 12 ราย วิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานของนักท่องเที่ยว ด้านการออกแบบ พบว่า ส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบโมบายแอปพลิเคชัน ควรพัฒนาการออกแบบโมบายแอปพลิเคชันไม่เฉพาะในระบบ Android เท่านั้น พื้นฐานหลักการออกแบบแอปพลิเคชัน ควรมีการจัดรูปแบบในการใช้งานแบ่งเป็นโครงสร้าง (Section) ต่าง ๆ ให้ชัดเจน การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล ควรเพิ่มการเข้าถึงง่าย และความรวดเร็วในการใช้งาน และมุมมองฟิวเจอร์ในด้านการใช้งาน ควรปรับการใช้งานในการสืบค้น

<sup>1\*</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อุบลราชธานี 34190, อีเมล: yuvadee.j@ubu.ac.th

<sup>1\*</sup> Asst. Prof. Dr., Lecturer of Tourism and Hospitality Management from the Faculty of Liberal Arts Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani, 34190, Thailand, E-mail : yuvadee.j@ubu.ac.th

\*Corresponding author : E-mail address : yuvadee.j@ubu.ac.th

สถานที่ตั้งให้แม่นยำ ด้านการออกแบบ ควรปรับการออกแบบไอคอนให้น่าสนใจ ต่อการใช้งาน ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ควรเพิ่มการส่งเสริมการตลาด การจัดกิจกรรมอื่น ๆ และการสร้างชุมชนออนไลน์ ด้านคุณภาพของข้อมูล/เนื้อหา ควรมีการตรวจสอบข้อมูลก่อนเพื่อความถูกต้อง และควรเพิ่มข้อมูลในแอปพลิเคชัน ให้เป็นปัจจุบันและครบถ้วน

**คำสำคัญ :** แอปพลิเคชัน, การออกแบบโมบายแอปพลิเคชัน, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

## Abstract

This research is qualitative research. The objectives of the research are as follows: 1) to study the feasibility of using the 'Guide Tip' application to meet the needs of travelers, and 2) to explore the appropriate development guidelines for the 'Guide Tip' application to cater to tourists. It is a qualitative research study using in-depth interviews as the research tool. The target group consists of 12 Thai tourists, both experienced and inexperienced in traveling to Ubon Ratchathani province. The data was collected using content analysis and presented in a descriptive approach. The findings of the study regarding the development guidelines for the 'Guide Tip' mobile application, to fulfill the needs of travelers. In terms of design, it was discovered that the important components in mobile application design indicate that the application should not be limited to the Android system only. Moreover, the fundamental principles of application design should include creating a clear and well-structured user interface with distinct sections. In terms of digital marketing, it is important to enhance easy and quick access to the application. The perspective on features and usability suggests that adjustments should be made to improve the accuracy of location searches. In terms of design, the icons should be redesigned to make them more appealing to users. In terms of social interaction, it is recommended to increase marketing promotions, incorporate additional activities, and create an

online community. Regarding data/content quality, data verification should be conducted to ensure accuracy, and the application should be regularly updated with comprehensive and up-to-date information.

**Keywords :** Application, Mobile Application Design, Community-based Tourism

## บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-2019 ปฏิเสธไม่ได้ว่าการแพร่ระบาดที่เกิดขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมของประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ให้ความสำคัญและตระหนักถึงความปลอดภัยทางสุขภาพ ความสะอาดเป็นอันดับต้น ๆ จากพฤติกรรมดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนไป (พิริยะ ผลพิรุฬห์ และคณะ, 2563) ซึ่งแนวคิดในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (อัญญา วรณกายนต์, นิคม ลนขุนทด และคณะ, 2562) ได้ถูกนำเสนอในรูปแบบโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือช่วยในการเตรียมความพร้อมและจัดรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สอดคล้องกับภายหลังภาวะวิกฤต เช่น การให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพื้นที่ให้ถูกสุขอนามัยและตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมตลอดจนสามารถสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการช่วยดำเนินการทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถฟื้นตัวและกลับมาสร้างรายได้ระดับรากหญ้าให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่นต่อไป

ฉะนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมองเห็นความสำคัญของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีต้นทุนต่ำ รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ครอบคลุมทั้งเนื้อหา และเขตพื้นที่อย่างมีความชัดเจน ตอบสนองพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายที่ใช้เพื่อประกอบ

การตัดสินใจ รวมทั้งสื่อออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์นิยมที่จะทำการแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ และประสบการณ์การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้ผู้ที่ค้นหาในสื่อต่าง ๆ เกิดความสนใจและกระตุ้นการค้นหา ขณะเดียวกันสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงลดระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวให้สั้นลง (Munar & Jacobsen, 2014)

โดยจังหวัดอุบลราชธานีเป็นหนึ่งในเขตพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรองที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (Covid-19) การใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการท่องเที่ยวนอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวก สร้างความเชื่อมั่น ความมั่นใจกับนักท่องเที่ยว ยังสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายและความพร้อมในทรัพยากรจากแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความหลากหลายทางกลุ่มชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นอีสานใต้ (สุภัทธร ศรีจงแสง และคณะ, 2561) การใช้เทคโนโลยีกระตุ้นทางการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยสร้างการรับรู้ (perception) ให้กับนักท่องเที่ยว มุ่งสร้างความเชื่อมั่น และกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของสหัชชา สิริวิเศษ, วรณวิรัตน์ ตุงคะเวทย์ และคณะ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยตนเองตามเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ตำบลนางแล อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยตนเองตามเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนตำบลนางแล อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริธา จันทร์ปทุม และคณะ (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ โดยวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เป็นงานวิจัยที่มาสสนับสนุนการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี

ดังนั้นสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้จัดทำโครงการ ‘ไกด์ทิพย์’ โมบายแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยระบบผู้ช่วยแนะนำ ภายใต้สโลแกนที่ว่า “ไกด์ทิพย์เนรมิตทริปเที่ยว” โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่ายและรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) บนอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและชุมชนเข้าด้วยกัน ดังนั้นการสร้าง ‘ไกด์ทิพย์’ โมบายแอปพลิเคชันเริ่มต้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งข้อมูลที่ปรากฏใน ‘ไกด์ทิพย์’ โมบายแอปพลิเคชันประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายการนำเที่ยวให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำเนื้อหาโครงการ ‘ไกด์ทิพย์’ โมบายแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี จึงสนใจศึกษาต่อยอดจากการสร้างแอปพลิเคชันดังกล่าวโดยศึกษาความเป็นไปได้ของโมบายแอปพลิเคชันในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาจากงานวิจัยในครั้งนี้นำประยุกต์ให้เหมาะสมกับการดำเนินการของผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลอดจนเป็นการเพิ่มศักยภาพของชุมชนโดยนำมาสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว หรือรายการนำเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจนก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ชุมชนต่อไป

## การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1) แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application)

เฉลิมพันธ์ ธโนปจัย (2558) ได้กล่าวว่า Mobile Application ประกอบขึ้นด้วยคำสองคำ คือ Mobile กับ Application มีความหมายดังนี้ Mobile คือ อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา Mobile Application (ชินวัจน์ งามวรรณกร, 2562) เหมาะสำหรับธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมถึงขยายการให้บริการ

ผ่านมือถือ สะดวก ง่าย ทุกที่ ทุกเวลา อีกทั้งเพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้งานให้มีความสะดวกในการใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนมากที่สุด ดังนั้นในส่วนของ การออกแบบโมบายแอปพลิเคชันถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไคด์ทิพย์’ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในครั้งนี้ ต้องประกอบไปด้วย ความชัดเจน (Visibility) มีเอกลักษณ์เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยมี platform รองรับการพัฒนา (Development) สามารถดาวน์โหลดเพื่อใช้งานได้ทาง Play Store พื้นฐานของการพัฒนา แอปพลิเคชันไม่ขัดกับนโยบายองค์กร ข้อบังคับ (Apple Store, Google Play) (Acceptance) รองรับกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว ในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนและสถานการณ์โรคระบาดในปัจจุบัน ที่ทำให้ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงชุมชนนั้นยากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูล ผ่านทางแอปพลิเคชันได้ ภายในแอปพลิเคชันมีปุ่มฟังก์ชันที่เข้าใจง่ายต่อการเปลี่ยน หน้าต่างข้อมูลไปยังหน้าอื่น ๆ รวมถึงการใช้สี และฟอนต์ที่อ่านง่าย สบายตา ตามหลักการออกแบบแอปพลิเคชัน 3 ข้อ ได้แก่ 1) Communication ความสอดคล้อง กันระหว่างผู้ใช้และฟังก์ชันการใช้งาน 2) Economization การลดจำนวนขั้นตอน การทำงานของโมบายแอปพลิเคชันให้น้อยที่สุด 3) Organization มีโครงสร้าง การใช้งานและแนวคิดที่ชัดเจน

## 2) แนวคิดการตลาดดิจิทัล(Digital Marketing)

กฤษฎิญา มุลศรี (2562) ได้ให้ความหมายของการตลาดดิจิทัล คือ เป็นการ ดำเนินงานทางการตลาด เพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ อินเทอร์เน็ตร่วมกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสร้างโอกาสและเพิ่มประสิทธิ ผลิตทางธุรกิจ ตลอดจนจนเป็นการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสามารถปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการตอบสนอง ความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ความสำเร็จของการตลาดดิจิทัล มีหัวใจหลักอยู่ 5 ประการ (อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล, 2554) คือ 1) วางแผนการจัดการ ข้อมูล 2) ไม่ควรบังคับผู้บริโภค 3) ง่ายและรวดเร็ว 4) ตรวจสอบภาพลักษณ์แบรนด์ สม่ำเสมอ และ 5) ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อลดจุดอ่อนของสื่ออื่น ดังนั้นจึงต้องมีการ ศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้งานในปัจจุบัน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและข้อจำกัดต่าง ๆ

ในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

### 3) แนวคิดเกี่ยวกับฟีเจอร์ (Features) ของแอปพลิเคชัน

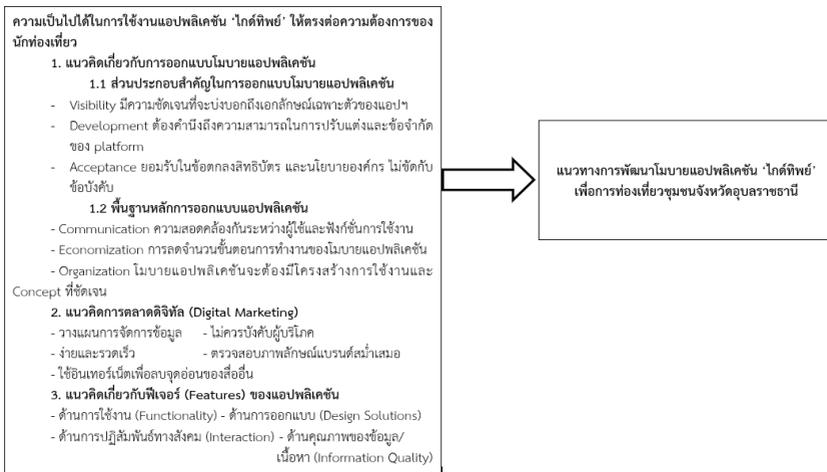
Chen et al. (2012) กล่าวถึง แอปพลิเคชันที่มีฟีเจอร์ (Feature) ต่าง ๆ ให้บริการ เช่น การสแกนคิวอาร์โค้ด การถ่ายภาพ การสร้างและแบ่งปันเนื้อหาส่วนตัว ซึ่งสามารถช่วยสนับสนุนธุรกิจ และก่อให้เกิดประโยชน์นำไปใช้ในการตัดสินใจทางการตลาดได้ จากการได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคและการใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งมุมมองฟีเจอร์ (Feature) ของแอปพลิเคชัน 4 ด้านที่สำคัญประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านการออกแบบ ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านคุณภาพของข้อมูล/เนื้อหา Tarute et al (2017) ทั้งนี้ด้านคุณภาพและเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากเป็นสิ่งที่เป็นที่แอปพลิเคชันส่งต่อไปยังผู้บริโภค โดยคุณภาพของข้อมูลจะขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อความ วิดีโอ และกราฟฟิค ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อกรรับรู้ของผู้บริโภคในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจได้ นอกจากนี้ลักษณะของฟีเจอร์ (Features) ของแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ที่สร้างความสำเร็จนั้นจะต้องประกอบไปด้วย มีความสามารถในการเชื่อมต่อกันง่าย สามารถปรับตกแต่งประวัติส่วนบุคคลได้หลายรูปแบบ ความสามารถเพิ่มจำนวนของผู้ติดตามหรือผู้ใช้งานได้ เลือกระบบปฏิบัติการที่เหมาะสม บุรณาการได้ง่ายกับรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ มีความเป็นส่วนตัวและปลอดภัย และการแจ้งเตือนและแสดงข่าวสารใหม่ ๆ อยู่เสมอ

จากแนวคิดหลักทั้ง 3 แนวคิดที่กล่าวมานั้นนำไปประยุกต์กับแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เพื่อให้มีความสำคัญต่อการออกแบบแอปพลิเคชันที่ตอบสนองกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้หลักพื้นฐานในการออกแบบแอปพลิเคชันให้มีความสามารถและสื่อถึงเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ๆ เนื่องจากตลาดดิจิทัลมีบทบาทในยุคปัจจุบัน ดังนั้นการตลาดที่ผ่านแอปพลิเคชันมือถือจึงเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพราะนักท่องเที่ยวมักมีการใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถืออย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นการออกแบบแอปพลิเคชันโดยต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีและเกิดความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น จึงควรมีการศึกษาที่ต่อยอดหลังจากการ

ออกแบบแอปพลิเคชันนำไปสู่การศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน 'ไกดท์ทีย์' ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลการศึกษาเชื่อมโยงสู่การพัฒนาแอปพลิเคชัน 'ไกดท์ทีย์' ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีต่อไปในอนาคต

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาดังนี้เพื่อให้เกิดความครอบคลุมถึงแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน 'ไกดท์ทีย์' ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว จึงมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน 'ไกดท์ทีย์' ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบโมบายแอปพลิเคชัน แนวคิดการตลาดดิจิทัล และแนวคิดเกี่ยวกับฟีเจอร์ของแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยตามภาพประกอบที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย  
ที่มา : ผู้วิจัย (2565)

## วิธีการศึกษาและเครื่องมือวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกรายบุคคลใช้ข้อความสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเลือกกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยเทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 12 คนจากจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดลำปาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดชุมพร โดยแบ่งเป็นนอกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 6 ราย และไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 6 ราย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มจะเลือกตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันทางด้านอายุ ดังนี้ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 1 ราย อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 1 ราย อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 1 ราย อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 1 ราย อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 1 ราย และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 1 ราย โดยเกณฑ์การคัดเลือกและออกชัดเจน มีการกระจายประโยชน์ซึ่งสอดคล้องเท่าเทียมกัน ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาโครงการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 – เดือนกันยายน 2565

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง โดยแบ่งเครื่องมือวิจัยออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่ามีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ หมายเลขใบรับรอง UBU – REC – 49 / 2565

**แบบสัมภาษณ์เชิงลึกถึงโครงสร้างสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี** ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 14 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 11 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 1 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

**แบบสัมภาษณ์เชิงลึกถึงโครงสร้างสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี** ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 15 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 11 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 1 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ มีการทดสอบคุณภาพตามแนวทางของสุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์ (2551) ซึ่งผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศคอมพิวเตอร์ จำนวน 3 ท่าน ทั้งนี้ นำค่าที่ได้มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index Of Concordance : IOC) ซึ่งได้ตรวจสอบแบบ

สัมภาษณ์เชิงลึกแล้วเห็นว่า ข้อคำถามทุกข้อมีความเที่ยงตรงของเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.985 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามสามารถวัดตรงตามที่ต้องการวัด

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายรายบุคคลโดยเริ่มจากการให้กลุ่มเป้าหมายดาวน์โหลด (Download) โฆษณาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ในโทรศัพท์มือถือที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) ของผู้รับการสัมภาษณ์ โดยสอบถามความยินยอมในเบื้องต้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และทดลองแอปพลิเคชันเป็นเวลา 60 - 90 นาที ก่อน จากนั้นเริ่มทำการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างรายบุคคลในประเด็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการใช้งาน และแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จนได้ข้อมูลที่อึดตัว แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ และแนวทางการพัฒนาการใช้งานแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เพื่อให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

## ผลการวิจัย

### 1. ความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

#### 1) ด้านการออกแบบโฆษณาแอปพลิเคชัน

##### 1.1 ส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบโฆษณาแอปพลิเคชัน

ด้านการออกแบบโฆษณาแอปพลิเคชันนั้น สามารถออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ช่วยวางแผนการเดินทาง ส่งผลให้ประหยัดเวลาในการเดินทางได้ และช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย

และสำหรับคนในชุมชนสามารถนำมาสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว รายการนำเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่ชุมชน ทั้งนี้ในส่วนประกอบของการออกแบบโมบายแอปพลิเคชันถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในครั้งนี้ โดยมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ตลอดจนจะมี platform รองรับการพัฒนา ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดเพื่อใช้งานได้ทาง Play Store ในขณะเดียวกันพบว่า ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนมีหลายระบบปฏิบัติการที่พัฒนาออกมาให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ ซึ่งเป็นที่นิยมมาก คือ iOS และ Android ในขณะที่การทำงานของแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ พบว่า มีข้อจำกัดด้านส่วนประกอบของการออกแบบเพียงโทรศัพท์มือถือที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) เท่านั้น นอกจากนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าใช้บริการและสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้นั้น แอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ควรออกแบบส่วนประกอบสำคัญให้ครอบคลุมการรองรับระบบ Windows ในกรณีเข้าใช้งานกับ Notebook หรือ Tablet ที่ใช้ Windows เป็นระบบปฏิบัติการ (OS)

## 1.2 หลักพื้นฐานในการออกแบบแอปพลิเคชัน

ด้านหลักพื้นฐานในการออกแบบแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ถูกนำไปใช้ในการผลิตโมบายแอปพลิเคชันนี้ โดยคำนึงถึง Communication คือ ความสอดคล้องกันระหว่างผู้ใช้และฟังก์ชันการใช้งาน เช่น พฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน Economization คือ การลดจำนวนขั้นตอนการทำงานของโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้น้อยที่สุด และ Organization คือ โมบายแอปพลิเคชันจะต้องมีรูปแบบโครงสร้างการใช้งานและแนวคิดที่ชัดเจนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่พบว่าการจัดรูปแบบในการใช้งานมีการแบ่งเป็นโครงสร้างยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงส่งผลให้ผู้ใช้แอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เกิดความสับสน เช่น การแสดงผลการจัดหมวดหมู่สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซ้ำซ้อนกันระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวทะเลและสถานที่ท่องเที่ยวชายหาด

## 2) การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล

ด้านการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลโดยใช้โมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เป็นการทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวหรือรายการนำเที่ยว เพื่อสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวนั้นจะช่วยในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวแบบเจาะจงได้ดีกว่า โดยอาศัยช่องทางฐานข้อมูลออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (Covid-19) ดังนั้นการตลาดดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันผ่านช่องทางที่หลากหลาย แต่ขณะเดียวกันพบว่า ‘ไกด์ทิพย์’ แอปพลิเคชันมีระบบการทำงานที่ซับซ้อนบางส่วน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงระบบได้ยากและไม่รวดเร็วเท่าที่ควร เช่น การเข้าใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ครั้งแรกในระบบลงทะเบียนมีการกรอกข้อมูลหลายส่วนจนเกินไป

## 3) ฟีเจอร์ (Feature) ของแอปพลิเคชัน

### 3.1 ด้านการใช้งาน (Functionality)

จากบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 2 ได้กล่าวว่า ในการเข้าใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เนื่องจากในปัจจุบันช่องทางของโมบายแอปพลิเคชันต่าง ๆ มีความทันสมัยและเข้าถึงง่ายมากขึ้น และมีหลากหลายช่องทางในการเข้าถึง ดังนั้นการเข้าใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ระบบการทำงานตั้งแต่แรกจนถึงการเข้าไปสืบค้นแหล่งท่องเที่ยว นั้นพบว่า ยังไม่แม่นยำในการระบุสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวและการทำงานยังค่อนข้างช้า เมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการสืบค้นอื่น ๆ ในปัจจุบัน แต่หากมีการพัฒนาให้ระบบสืบค้นมีความแม่นยำจะสามารถประยุกต์การใช้งานให้ตอบสนองตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ และส่งผลให้โมบายแอปพลิเคชันนี้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

### 3.2 ด้านการออกแบบ (Design Solutions)

จากบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยงที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 2 ได้กล่าวว่า ในด้านการออกแบบหน้าตา (User Interface) ของโมบายแอปพลิเคชันค่อนข้างดี แต่หากมีการเพิ่มรูปเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวลงไปด้วยนั้นจะทำให้โมบายแอปฯ ดูน่าเชื่อถือและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการดาวน์โหลดโมบายแอปฯ ได้มากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยงที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 3 ได้กล่าวว่า ภาพรวมหน้าตาของแอปพลิเคชันถือว่ามีความทันสมัยที่เลือกใช้ไม่ดูฉูดฉาดเกินไป ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม (อาจขึ้นอยู่กับการจัดค่าขนาดตัวอักษรของผู้ใช้แต่ละคน) ผู้เข้าใช้ทุกเพศ ทุกวัยสามารถเข้าถึงและเรียนรู้วิธีการใช้ได้ง่าย เนื่องจากการเข้าถึงในแต่ละไอเทมไม่มีความซับซ้อนมากเกินไป และบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยงที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 1 ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ควรมีการเปลี่ยนรูป icon ให้มีความน่าสนใจ และมีภาษาไทยเพิ่มเติม

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยงที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 8 ได้กล่าวว่า การออกแบบแอปฯ พบว่า หน้าตา (User Interface) ของโมบายแอปพลิเคชันมีการออกแบบของแอปฯ ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจ Interface ของแอปฯ ได้ง่าย ซึ่งผู้ใช้เห็นแล้วสามารถเข้าใจการใช้งานได้ (เช่น เห็นตัวเลือกพร้อมกรูปรูปภาพที่ให้เราคลิกแล้วเข้าใจว่าคืออะไร ทั้งมีสีหลายสี พร้อมท์ การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในแอปฯ ทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยงที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 7 ได้กล่าวว่า ในด้านการออกแบบหน้าตา (User Interface) ของโมบายแอปพลิเคชันนั้น ดูสะอาดตาและเข้าถึงง่าย ไม่ดูรกสับสนที่ผู้ใช้ดูสับสนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยงที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง

41-50 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 10 ได้กล่าวว่า การออกแบบดูเข้าใจง่าย ใช้งานได้ง่ายต่อ การกวาดสายตา แต่ควรเพิ่มสีส้มให้มีความสดใส และให้สะดุดตาเพื่อดึงดูดสายตา ให้มากกว่านี้จะทำให้แอปฯ ดูโดดเด่นมากขึ้น

### 3.3 ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Interaction)

จากบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 2 ได้กล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยการสร้างแรงจูงใจในการใช้แอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ โดยเพิ่มสิทธิประโยชน์การไหลดแอปพลิเคชันนี้ โดยจัดให้มีโปรโมชั่นพิเศษ สำหรับสมาชิกไกด์ทิพย์ ได้แก่ ส่วนลดจากการใช้แอปฯ ไปรษณีย์ส่วนลดโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร หรือส่วนลดการใช้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังสอดคล้องกับ บทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัด อุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 4 ได้กล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนี้ ควรมีการจัดโปรโมชั่นการใช้แอปฯ จะเป็นที่ดีดึงดูด ให้คนนิยมหันมาใช้แอปฯ มากขึ้น เช่น การร่วมมือกันร่วมทำกิจกรรมสะสมคะแนน จากชุมชน แจกของที่ระลึกชุมชน การให้ส่วนลดจากการใช้แอปฯ แสดงต่อชุมชน การให้มีส่วนร่วมในกิจกรรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว ที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 8 ได้กล่าวว่า สิ่งสำคัญของแอปพลิเคชันควรมีฟีเจอร์ ทางสังคมที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ โดยการทำให้ผู้คนเข้าถึงง่าย และเป็นที่ยูจิก เช่น การเพิ่มการแชทถามตอบ การจัดให้มีการทำกิจกรรมเพื่อ รับโปรโมชั่นพิเศษเพื่อสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดในการเข้าพักโรงแรม ที่พักและ ร้านอาหารตามแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการร่วมมือกันกับท้องถิ่นเพื่อทำการ ตลาดในสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน จัดให้มีโปรโมชั่นราคาที่คุณคนเข้าถึงได้ เพื่อส่งผล ให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของนักท่องเที่ยวชุมชนภายในแอปพลิเคชัน และ บทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัด อุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 11 ได้กล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนี้ ในแอปฯ มีการตอบโต้อัตโนมัติกับ Admin หรือ chatbot แต่ควรเพิ่มการเคลื่อนไหวของตัวการ์ตูนในแอปฯ และเพิ่มการรีวิวจากทั้งในมุมมองของ

นักท่องเที่ยวนิยมชมของคนในพื้นที่ เพื่อเปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็นและเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชน

### 3.4 ด้านคุณภาพของข้อมูล /เนื้อหา (Information Quality)

จากบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 2 ได้กล่าวว่า ภาพรวมนโยบายแอปพลิเคชันมีข้อมูลเนื้อหาที่ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เพราะยังขาดข้อมูลสำคัญอื่น ๆ หากมีการพัฒนานโยบายแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ที่เต็มรูปแบบที่สมบูรณ์ คิดว่าจะทำให้เกิดความน่าสนใจในการใช้งานเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 3 ได้กล่าวว่า ข้อมูลแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ควรเพิ่มข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้ข้อมูลมีความครอบคลุมมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นจุดเด่นและจุดแข็งของแอปพลิเคชันนี้จะเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน และบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 4 ได้กล่าวว่า คุณภาพของข้อมูลหรือเนื้อหาในด้านความถูกต้องของระบบการทำงานนโยบายแอปพลิเคชัน มีความถูกต้องในบางส่วน และบางส่วนยังไม่ถูกต้อง เช่น ปุ่มค้นหาต้องการทราบข้อมูลทั้งหมดแค่จังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง มีข้อมูลมาไม่ครบถ้วน รวมถึงสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 10 ได้กล่าวว่า ข้อมูลเนื้อหาของแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ภาพรวมข้อมูลไม่ครบถ้วน และเนื้อหาควรสั้น กระชับ อ่านเข้าใจง่าย โดยใช้เวลาประหยัด จะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้งานปัจจุบันที่มีความเร่งรีบและต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการใช้งาน และควรมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ ในแต่ละส่วนให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ๆ อย่างครบถ้วน เพื่อเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรเพิ่มข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ การโทรสอบถามเส้นทาง ราคาที่พัก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ผู้สัมภาษณ์รายที่ 8 ได้กล่าวว่า ทั้งนี้ข้อมูลเนื้อหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของโมบายแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' นั้น ได้ตอบสนองความต้องการ เพราะทำให้เข้าใจหน้าตาของแอปฯ นี้ได้ง่ายขึ้น มีประโยชน์ สะดวก รวดเร็ว ตอบโจทย์ได้ดี สำหรับคนที่ต้องการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน เพราะจะเป็นข้อมูลที่เจาะจง มีทั้งประวัติความเป็นมาของชุมชนนั้น ๆ สถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม หรือข้อมูลที่เราไม่เคยรู้มาก่อน ซึ่งข้อมูลชุมชนนั้นไม่ได้หาง่าย ๆ และทำให้เราได้เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลมากขึ้น และโมบายแอปพลิเคชันมีประโยชน์ในการใช้งาน เพราะการสร้างแอปพลิเคชันถือว่ามีประโยชน์ เนื่องจากได้เปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยมีฟังก์ชันในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (การรีวิวในแอปฯ) ถือว่าเจ้าของแอปพลิเคชันมาอ่านรีวิวแล้ว สามารถนำไปปรับปรุงและรับรู้ถึงปัญหาได้ว่า มีข้อเสียเรื่องอะไรหรือข้อดีอย่างไร ให้เหมาะกับการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น และทำให้รู้สึกว่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่ง มีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ มากขึ้น และมีการให้ดาวนิโหลดมาใช้งานอย่างหลากหลาย ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการได้ง่ายมากขึ้น และด้านภาพรวมของข้อมูลการใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' นั้น มีความพึงพอใจในด้านการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สามารถหาที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ (Life style) ของตนเองได้ จากการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน การใช้โมบายแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' จะเป็นสื่อกลางที่จะช่วยแนะนำและชี้แหล่งข้อมูลของสถานที่นั้นได้ดี แต่ใน Line official คือ Chatbot (แชทบอต) ที่เป็นแชทบอตในการตอบกลับการสนทนาด้วยตัวอักษรแบบอัตโนมัติ ยังตอบไม่ตรงคำถามและตอบสนองในคำถามที่ถามยังไม่มากพอ และทางแอปพลิเคชันควรมีระบบป้องกันความปลอดภัย (Security) หรือนโยบายของผู้ใช้แอปพลิเคชันด้วย เช่น เก็บข้อมูลของ user ไว้ในตัวแอปพลิเคชัน หรือถ้าจำเป็นต้องเก็บไว้จริง ๆ ต้องเข้ารหัสเลข 4 ตัวเลข หรือ 6 ตัวเลข ด้วย และหากมีการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีจะตัดสินใจลองใช้งานโมบายแอปพลิเคชันดังกล่าวในอนาคต เพราะสะดวก รวดเร็ว ตอบโจทย์ได้ดี สำหรับคนที่ใช้สมาร์ตโฟน (แอนดรอย) และภายในแอปพลิเคชันจะเป็นข้อมูล

ที่เจาะจง เพราะข้อมูลชุมชนไม่ได้หาง่าย ๆ คือ เหมือนข้อมูลเข้าถึงยากและหาได้ยาก แต่แอปพลิเคชันพัฒนามาให้เราได้เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลแน่นขึ้น เพราะบางทีกลุ่มคนที่อยากเดินทางไป แต่ไม่รู้ว่าจะไปอย่างไร ถ้ามีแอปพลิเคชันนี้ เขาก็หาวิธีที่สามารถเดินทางไปได้ เช่น ชุมชนตรงนี้อาจจะไม่เหมาะกับการนำรถยนต์ไปเอง เพราะไม่ชินเส้นทางหรือเส้นทางอันตราย เนื่องจากต้องขึ้นเขา-ลงเขา อาจจะเหมาะกับการนั่งรถสองแถวหรือรถของชาวบ้าน และมีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือนอีกด้วย

## 2. การพัฒนาแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ ต่อนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้คำตอบในเชิงประจักษ์ ที่ควรนำไปปรับปรุงอย่างเร่งด่วน คือ 1) ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน 2) ด้านการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล และ 3) ด้านฟีเจอร์ (Feature) ของแอปพลิเคชัน ซึ่งการพัฒนาในด้านต่าง ๆ นั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันในเรื่องการค้นหาข้อมูล การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางไปยังท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ตรงตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ตลอดจนบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งแสดงสรุปในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันจากการวิเคราะห์ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

| องค์ประกอบของแอปพลิเคชัน                | แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน  |
|---|--|
| 1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน             | 1.1 ส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบ<br>ใบบายแอปพลิเคชัน<br>- แก้ไขข้อจำกัดของการเข้าใช้งาน<br>1.2 พื้นฐานหลักการออกแบบแอปพลิเคชัน<br>- การออกแบบโครงสร้างที่มีการจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจน   |
| 2. ด้านการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล    | - การเข้าถึงง่ายและรวดเร็วในการใช้งาน  |
| 3. ด้านฟีเจอร์ (Feature) ของแอปพลิเคชัน | 3.1 ด้านการใช้งาน (Functionality)<br>- การทำงานและแสดงผลที่แม่นยำ<br>3.2 ด้านการออกแบบ (Design Solutions)<br>- การออกแบบหน้าตา (User Interface) ของสื่อสังคมออนไลน์<br>3.3 ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Interaction)<br>- การสร้างแรงจูงใจการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเพิ่มการส่งเสริมการตลาด การจัดกิจกรรมอื่น ๆ และการสร้างชุมชนออนไลน์<br>3.4 ด้านคุณภาพของข้อมูล/เนื้อหา (Information Quality)<br>- การปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน<br>- ความถูกต้องของข้อมูล/เนื้อหา |

ที่มา : ผู้วิจัย (2565)

## การอภิปรายผล

**ประเด็นที่ 1** ด้านการออกแบบนโยบายแอปพลิเคชัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

**1.1 ส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบนโยบายแอปพลิเคชัน** เพื่ออำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา สามารถวางแผนการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว และสำหรับผู้ให้บริการสามารถใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชนโดยนำมาสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว รายการนำเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยองค์ความรู้จากงานวิจัยที่ควรพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน คือการออกแบบส่วนประกอบสำคัญของโมบายแอปพลิเคชันนั้นควรพัฒนาให้ครอบคลุมรองรับระบบการปฏิบัติการ iOS และ Windows ด้วย ในกรณีเข้าใช้งานกับ Notebook หรือ Tablet ที่ใช้ Windows เป็นระบบปฏิบัติการ (OS) ซึ่งหากแอปพลิเคชันนี้ได้พัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานแล้วนั้นจะส่งผลดีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยวอย่างมาก ทั้งประหยัดเวลามากขึ้น ตลอดจนมีความสะดวกเมื่อต้องการใช้งาน ทำให้การติดต่อประสานงานระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อเพื่อเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการติดต่อและประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน จะช่วยให้ผู้เข้าใช้งานได้พบเห็นข้อมูลที่หลากหลายขึ้นและมีช่องทางในการติดต่อระหว่างกันที่มากขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับ ชุตินันท์ วงษ์อมรวิทย์ และพระครูปลัด นิเวศชินวโร (2564) ศึกษาเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวในอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา พบว่าแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันท่องเที่ยวในอำเภอสีคิ้ว มีการแสดงข้อมูลที่แนะนำจากระบบ ผู้ใช้งานสามารถใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อค้นหาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอสีคิ้ว และได้รับข้อมูลเส้นทาง การเดินทางและการเชื่อมโยงกับระบบแผนที่และนำทางสำหรับการเดินทาง เพื่อให้การเดินทางสะดวกและง่ายขึ้น ตลอดจนเสนอแนะในการพัฒนาระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) ต่อไปเช่นกัน

**1.2 หลักพื้นฐานในการออกแบบนโยบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’** จะต้องมีโครงสร้างการใช้งานและแนวคิดที่ชัดเจน โดยองค์ความรู้จากงานวิจัยที่ควรพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน คือหลักการออกแบบนโยบายแอปพลิเคชันนอกจากประเด็นการคำนึงถึงความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมผู้ใช้กับฟังก์ชันการใช้งานแล้วนั้น

โครงสร้างในแอปพลิเคชันนั้นต้องมีการจัดหมวดหมู่ที่ชัดเจนสอดคล้องกับงานวิจัยของสรรพชญ ขอฟิ่งกลาง และนราทัศน์ ประมวลสุข (2562) ศึกษาเรื่องโครงการออกแบบสื่อแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว ภายในชุมชนเกาะเกร็ด เป็นการศึกษาศึกษาเพื่อสรุปหารูปแบบการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะเกร็ด ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบโมบายแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้เฉพาะเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้งานสมาร์ตโฟน ควรออกแบบการนำเสนอที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและดึงดูดจะทำให้เกิดความสนใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น

**ประเด็นที่ 2** ด้านการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกดทิพย์’ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารทางการตลาดและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว จากข้อมูลการสัมภาษณ์พบข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้ตรงตามความต้องการในปัจจุบันและมีประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคต โดยองค์ความรู้จากงานวิจัยที่ควรพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน คือ การใช้โมบายแอปพลิเคชันเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาดออนไลน์ในการช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนนั้น ควรพัฒนาระบบการทำงานและแสดงผลโมบายแอปพลิเคชันให้เข้าถึงง่ายและเกิดความรวดเร็วในการใช้งาน โดยมีการปรับระบบการลงทะเบียนครั้งแรกของโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกดทิพย์’ ให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับเกรียงศักดิ์ รักภักดี และวชิระ โมราชาติ (2561) ศึกษาเรื่องการใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดอุบลราชธานีจากความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่าการรับรู้ข่าวสารที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลที่มีประโยชน์ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องพิจารณาในการพัฒนาฐานข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดอุบลราชธานี

**ประเด็นที่ 3** ด้านฟีเจอร์ (Feature) ของแอปพลิเคชัน ‘ไกดทิพย์’ มีความทันสมัยเหมาะสมกับความต้องการในยุคปัจจุบัน โดยแอปฯ เข้าใจง่าย และมีแนวคิดที่ชัดเจน นอกเหนือจากนี้ควรมีสีสันที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้สีจูงใจให้ผู้ใช้เกิดการจดจำที่ดียิ่งขึ้น ตลอดจนประโยชน์ของการใช้สียังรวมไปถึงช่วยในการมองเห็นภาพและความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น เน้นความสำคัญของข้อมูลช่วยให้การออกแบบกราฟิกเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ลดข้อผิดพลาดในการตีความ เพิ่มการมองเห็นภาพ

ได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนแอปพลิเคชันควรมีความดึงดูดและน่าสนใจ เช่น การออกแบบ หน้าตา (User Interface) ของโมบายแอปพลิเคชัน ด้วยสีที่ไม่ฉูดฉาดเกินไป และการใช้รูปแบบตัวอักษรจะต้องเลือกใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายและมีความเหมาะสม เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและทำให้เพิ่มภาพลักษณ์ที่ดี และความน่าเชื่อถือให้กับ แอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ รวมทั้งเพิ่มความมีจุดเด่น มีความชัดเจนของแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ มากขึ้น สอดคล้องกับชนนิกันต์ เทียวคล้าย และคณะ (2562) การพัฒนา แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก พบว่า ด้านความทันสมัย ของแอปพลิเคชันและด้านกราฟิกของแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ น้อยที่สุดในส่วนที่เป็นประเด็นความสวยงาม ความน่าสนใจของแอปพลิเคชัน ซึ่งผล การศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบแอปพลิเคชันยังขาดการดึงดูดใจในรูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว ดังนั้นเพื่อให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีความพึงพอใจมากขึ้นนั้น การออกแบบแอปพลิเคชันจึงควรที่จะให้ความสำคัญในเรื่องการออกแบบให้มี รูปภาพ และภาพเคลื่อนไหวประกอบในแอปพลิเคชัน และสอดคล้องกับงานวิจัย ของณฤทธิ์ จิงสมาน และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชัน สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแอปพลิเคชัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการทำงานของแอปพลิเคชัน ด้านความทันสมัยของแอปพลิเคชัน ด้านกราฟิก ของแอปพลิเคชัน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแอปพลิเคชัน และตอบสนอง การใช้งานของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ควรที่จะ เพิ่มรูปแบบการนำเสนอของแหล่งท่องเที่ยวในโมบายแอปพลิเคชันให้ดูแตกต่าง และแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและดึงดูดให้ผู้ใช้บริการมีความต้องการเข้า มาใช้บริการมากขึ้น และหากแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ มีการปรับตัวเพื่อตอบรับกับ ปัจจัยดังกล่าวได้อย่างรวดเร็วย่อมได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น รวมถึง ภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ซึ่งหากแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ นำไป ประยุกต์จะสามารถขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น และทำให้ผู้ใช้บริการ เกิดความมั่นใจในแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เกิดการยอมรับในแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าเป็นสมาชิก

## สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

### 1. สรุปผลการศึกษา

จากองค์ความรู้จากงานวิจัยในประเด็นข้างต้นนั้นส่งผลต่อความเป็นไปได้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยว เนื่องจากโมบายแอปพลิเคชันเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเพื่อการศึกษา การสื่อสาร การบันเทิง และอื่น ๆ ดังนั้นหากมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ต่อนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น นอกจากเพื่อรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (Covid-19) ในปัจจุบันแล้วนั้น การพัฒนาแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ยังส่งผลช่วยอำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา และช่วยวางแผนการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น และสำหรับผู้ใช้บริการสามารถประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชนโดยนำมาสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวรายการนำเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ในการออกแบบโมบายแอปพลิเคชันที่ดีต้องประกอบไปด้วย 1. ด้านการออกแบบ 2. ด้านการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล และ 3. ด้านฟีเจอร์ (Feature) ของแอปพลิเคชัน ฉะนั้นแล้วการศึกษาคือความเป็นไปได้หลังจากการออกแบบโมบายแอปพลิเคชัน ถือเป็นส่วนสำคัญในการต่อยอดให้เกิดการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน 'ไกด์ทิพย์' ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยว

### 2. ข้อเสนอแนะ

#### 2.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ด้านการออกแบบ ควรพัฒนาส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบระบบปฏิบัติการอื่น ๆ เพื่อสะดวกในการใช้งาน เช่น ระบบปฏิบัติการ iOS และระบบ Windows ได้

2) หลักการพื้นฐานการออกแบบ ควรปรับให้มีการเชื่อมต่อกับ Google Map เพื่อสามารถระบุตำแหน่งการเข้าถึง และช่วยนำทางให้เกิดความแม่นยำมากขึ้น

3) ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ควรสร้างแรงจูงใจในการใช้แอปพลิเคชัน เช่น การจัดให้มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับสมาชิกไกด์ทิพย์ การจัดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ และการสร้างชุมชนออนไลน์

4) ด้านพีเจอร์ ควรมีปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและเพิ่มข้อมูลที่สำคัญให้ครบถ้วนโดยมีการตรวจสอบข้อมูลก่อน เพื่อแสดงข้อมูลที่มีคุณภาพบนโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’

## 2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาระบบในปัจจุบันว่ามีความดีในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดใด สถานที่ใด กิจกรรมการท่องเที่ยวใด เพื่อต่อยอดในการออกแบบการท่องเที่ยวหรือรายการนำเที่ยวให้ก่อเกิดรายได้ต่อชุมชนท่องเที่ยวต่อไป

2) ควรศึกษาต่อยอดจากข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่าง ๆ รวบรวม และประมวลผลข้อมูลย้อนกลับเหล่านั้นนำไปศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลให้เกิดการเที่ยวซ้ำ เพื่อพัฒนาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผู้ให้การสนับสนุนทุนวิจัย ภายใต้การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ‘ไกด์ทิพย์’ เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี” ประจำปีงบประมาณ 2565 ตลอดจนผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการร่วมตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน

## บรรณานุกรม

- กฤษฎิญา มูลศรี. (2562). นวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. **MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences**. 8(2), 36-62. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2565, จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MFUconnexion/article/download/241036/164108/>.
- เกรียงศักดิ์ รักภักดี, วชิระ โมราชาติ. (2561). การใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดอุบลราชธานีจากความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**. 11 (3), 165-177.
- เฉลิมพันธ์ ธโนปจัย. (2558). การออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อแนะนำการบริโภคผลไม้ไทย. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนิกานต์ เขียวคล้าย, ลีติมา นันทะใจ, และทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ. (2562). การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “8th National and 1st International Conference on Innovative Management Science for Sustainable Society”**. 783-792. วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562 ณ ศูนย์ประชุมและนิทรรศการนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ชุตินันท์ วงษ์อมรวิทย์ และพระครูปลัด นิเวช ชินวโร. (2564). การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว ของอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง**. 10(1), 152-162.
- ชินวัจน์ งามวรรณกร. (2562). การพัฒนาแอปพลิเคชันสื่อการเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่เรื่องภาษาอังกฤษสำหรับนักสารสนเทศ (รายงานการศึกษาอิสระ). ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

- ณฤทธิ์ จิ่งสมาน และคณะ. (2563). **การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์** (รายงานการศึกษาอิสระ). สุรินทร์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์ และคณะ. (2563). **การศึกษาผลกระทบจากไวรัสโควิด-19 ต่อภาคเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวไทย ปี 2563**. ใน แผนงานท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์. เล่ม 1, หน้า 1-15). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริพงศ์ พงุทธิพันธ์. (2553). **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร : ชำชนพริ้นติ้ง.
- สุริรา จันทร์ป้อม และคณะ. (2560). **การพัฒนาแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์**. **วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม**. 4(2), 114-120.
- สรพรเพชญ์ ขอพิงกลาง และนราทัศน์ ประมวลสุข. (2562). **โครงการออกแบบสื่อแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวภายในชุมชนเกาะเกร็ด** (รายงานการศึกษาอิสระ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). **การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)**. กรุงเทพฯ: สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2565, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- สุวภัทร ศรีจงแสง และคณะ. (2561). **การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอัตลักษณ์การท่องเที่ยววิถีอีสานใต้**. **วารสารศิลปศาสตร์**. 14(1), 198-231.
- สหทยา สิทธิพิเศษ, วรณวิรัตน์ ตุงคะเวทย์ และคณะ. (2562). **การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยตนเองตามเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนตำบลนางแล อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย**. **วารสารมังรายสาร**. 7(1), 117-128.
- อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. (2554). **Digital Marketing ใอเดียปฏิบัติการตลาด**. กรุงเทพฯ : กรุงเทพธุรกิจ.

- อัษฎา วรรณกายนต์, นิคม ลนขุนทด และคณะ. (2562). การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์. **วิทยาศาสตร์ คชศาสตร์**. 41(1), 85-100.
- Chen, K.Y., Hsu, Y.L., & Wu, C.C. (2012). Mobile phone applications as innovative marketing tools for hotels. **International Journal of Organizational Innovation**. 5(2), 116–140.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. **Tourism management**. 43, 46-54.
- Tarute, A., Nikou, S., & Gatautis, R. (2017). Mobile application driven consumer engagement. **Telematics and Informatics**. 34(4), 145-156.