



การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ ที่อาศัยในประเทศไทย

DESIGN AND DEVELOPMENT APPLICATION FOR EXPAT IN THAILAND



อรุณเทพ รัตนกร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2567

การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ ที่อาศัยในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DESIGN AND DEVELOPMENT APPLICATION FOR EXPAT IN THAILAND



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of MASTER OF ARTS

(Master of Arts (Design for Business))

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

2024

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ ที่อาศัยในประเทศไทย
ไทย
ของ
ธรรณ์เทพ รัตนากร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร) (รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์)

ชื่อเรื่อง	การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ ที่อาศัยในประเทศไทย
ผู้วิจัย	ธรรณ์เทพ รัตนากกร
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสาวลักษณ์ พันธบุตร

งานวิจัยเรื่องการ ออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ ที่อาศัยในประเทศไทย Desing and Development Application for Expats in Thailand มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย และ 2) ออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Expat ในประเทศไทย ดำเนินการวิจัยด้วยการวิเคราะห์แอปพลิเคชันผ่านแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด และสัมภาษณ์ประชากรในกลุ่ม Expat ในประเทศไทย จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ฟังก์ชันที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ ฟังก์ชันการค้นหา ฟังก์ชันการให้คะแนน และฟังก์ชันข้อมูลส่วนบุคคล 2) ฟังก์ชันบางส่วนให้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือไม่ครบถ้วน 3) ฟังก์ชันบางส่วนไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ 4) ฟังก์ชันการพยากรณ์อากาศทำให้วางแผนการเดินทางดีขึ้น 5) การให้คะแนน เขียนคำแนะนำ และรีวิว จากผู้ใช้ที่มาจากประเทศเดียวกันมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ได้แก่ 1) สถานที่พระปฐมรังวัดอรุณราชวรารามฯ และอาคารมหาจักร เป็นสถานที่ที่นึกถึงเมื่อพูดถึงประเทศไทย 2) ผัดไท และตำยำกุ้ง เป็นอาหารที่คนสามารถจดจำภาพลักษณ์ได้ดี 3) ตัวเลขไทย เป็นระบบสัญลักษณ์ที่สามารถจดจำได้ดี 4) สีที่ นึกถึงประเทศไทย คือสี เหลือง และแดง 5) การใช้ภาพจริง เหมาะสำหรับระบบการให้คะแนน และชุมชน ส่วนสัญลักษณ์เหมาะกับการใช้ในระบบการค้นหา หรือข้อมูลส่วนบุคคล 6) การใช้ข้อมูลเชิงกราฟิก ทำให้น่าสนใจมากขึ้น เหมาะกับการโฆษณาสถานที่ หรือโปรโมชั่น 7) การมีระบบ Quick Link ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันอื่น ทำให้การใช้งานแอปพลิเคชันสะดวกสบายมากขึ้น 8) ระบบการอ่านออกเสียงสามารถช่วยในการสื่อสารเป็นไปได้อย่างง่ายดาย ผลการศึกษา และการให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ หลังจากทดลองใช้แอปพลิเคชันต้นแบบพบว่า 1) แอปพลิเคชันต้นแบบนี้สามารถใช้งานได้จริงโดยมีฟังก์ชันเพียงพอและตรงจุดการใช้งาน 2) ควรมีระบบการตั้งค่าเพื่อปรับความต้องการพื้นฐาน เช่น ขนาดตัวอักษร 3) ควรมีระบบการค้นหาด้วยคำสำคัญ ในทุกฟังก์ชันหลัก 4) การเพิ่มเติมการพยากรณ์อากาศลงไปต้องทำได้ดีกว่าแอปพลิเคชันในปัจจุบัน 5) การเลือก Quick Link ไปยังหน้าอื่น ๆ ต้องสามารถบันทึกข้อมูลเก่าไว้และสามารถกดย้อนกลับได้ และ 6) ระบบ Trending เป็นระบบที่สามารถช่วยให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ดี และนำเสนอได้ครอบคลุมทันกับความสนใจในสังคมปัจจุบัน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว, EXPAT ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

Title	DESIGN AND DEVELOPMENT APPLICATION FOR EXPAT IN THAILAND
Author	THORNTEP RATANAKORN
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2024
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Saowaluck Phanthabutr

The research titled "Design and Development of Tourism Application for Expats in Thailand" aimed to study tourism applications suitable for expatriates residing in Thailand. The research also used information to design and develop a prototype application to communicate tourism information within the Bangkok area while meeting the specific needs of the expat community in Thailand. The research methodology involved analyzing applications through a 100-person survey and conducting interviews with 10 expatriates residing in Thailand. The findings revealed that the top three essential functions for the application were search function, rating features, and personalized information. However, some functions provided inaccurate or incomplete information, while others failed to meet user needs. Notably, weather forecasting features enhanced travel planning, while ratings, recommendations, and reviews from users of the same nationality significantly influenced decision-making. In terms of application design, Wat Arun Ratchawararam and the MahaNakhon Tower emerged as iconic landmarks associated with Thailand, while Pad Thai and Tom Yum Kung were recognized as representative Thai dishes. Thai numerals were easily recognizable symbols. Yellow and red were the colors most associated with Thailand. Real images were suitable for rating systems and community features, while icons were better suited for search and personalized information functions. Graphical data made the application more engaging and was ideal for location advertising or promotions. A quick link system connecting to other functions improved the user experience. A text-to-speech function facilitates communication. After testing the prototype and consulting with experts, it revealed that the prototype was functional and had sufficient, targeted features. The inclusion of a settings system for basic adjustments, such as font size, was recommended. A keyword search function should be integrated into all main features, and weather forecasting capabilities should surpass those of existing applications. Quick links to other pages should save previous data and allow users to go back. A "Trending" system should be included to effectively stimulate tourism by presenting comprehensive and socially relevant content.

Keyword : Expat, Tourism, Thailand Tourism, Mobile application, Travelling Application

กิตติกรรมประกาศ

ในการตัดสินใจเรียนปริญญาโท ก็เพื่ออยากได้ความรู้ใหม่ ๆ ได้พัฒนาแนวความคิดกับเพิ่มศักยภาพตัวเอง ขอขอบคุณเพื่อนๆร่วมรุ่นทั้งปี 64 และ 65 ด้วยความที่เราต้องเข้ากลางปีเลยได้เพื่อนๆ น้อง ๆ มาผู้ร่วมชะตาในการเรียนครั้งนี้มากเป็นพิเศษ แล้วสำหรับพี่แกที่ไม่ค่อยถนัดเรื่องการใช้ระบบต่างๆก็มีน้องๆนี้แหละที่คอยช่วยเหลือ การเรียน ป.โท จึงไม่ใช่เรื่องน่าเบื่อ และหนักหน่วงเกินไป เพราะเราก็ต้องทำงานประจำควบคู่กันไปด้วย

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร อาจารย์นิเทศ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยเคียงข้างให้ทำงาน ตรวจงาน ส่งงานอยู่เสมอ และแบ่งปันไอเดียการวิจัย รวมไปถึงการแนะนำวิธีการเขียนและนำเสนอ และขอโทษอาจารย์มา ณ ที่นี้ที่เขียนผิดเพี้ยนมาก อาจารย์ก็น่าจะปวดหัวอยู่ไม่น้อย

ระหว่างการพัฒนาสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้กลุ่มเพื่อนๆ พี่น้องชาว Expat ที่ช่วยกระจายแบบสอบถาม และยังเสียสละเวลามาให้สัมภาษณ์ และพูดคุยเรื่องการท่องเที่ยว ทั้งพี่ๆชาวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มผู้ใช้ Airbnb และลูกค้าชาวต่างชาติที่แวะเวียนมาที่ร้านสำหรับใหญ่ Thai Experience Cafe ที่มอบบทสนทนาดีๆ จนเกิดเป็นหัวข้อนี้ขึ้นมา การค้นพบความต้องการในสารนิพนธ์นี้เป็นสารตั้งต้นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของ Expat ได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบทุกท่าน และประธานการสอบ รศ.อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ผู้ชี้แนะประเด็นที่เป็นประโยชน์ด้วยความเมตตา ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์รอบด้านมากยิ่งขึ้นและสุดท้ายนี้ขอขอบคุณพ่อแม่ โป๊ต และเพื่อนสนิทมิตรสหายทุกท่านที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน ส่งกำลังใจให้ขับเคลื่อนไป เป็นกำลังใจเสมอมาให้สามารถกักฟันฝ่ามาจนถึงตอนนี้

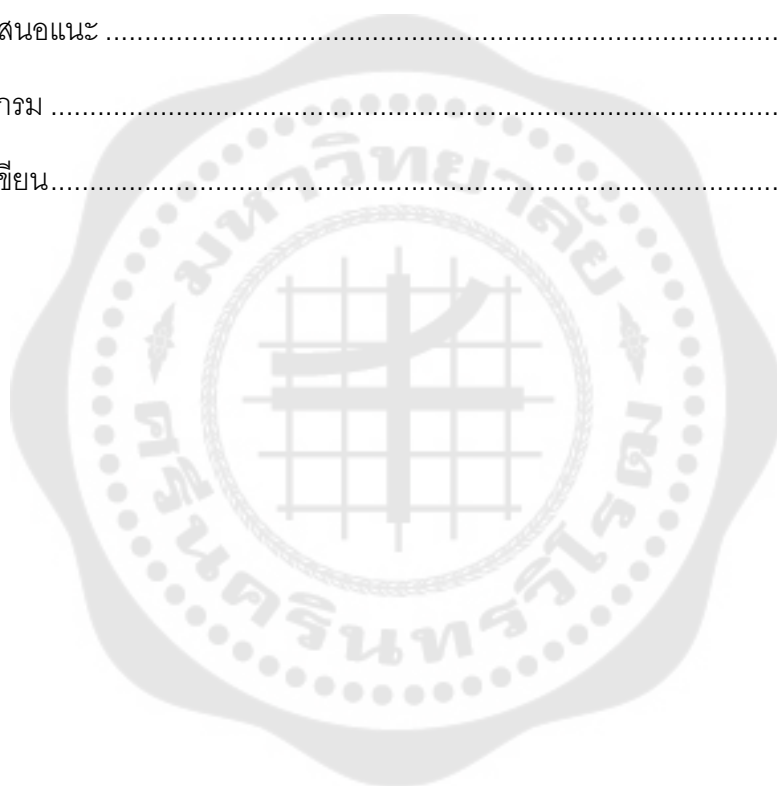
ธรณ์เทพ รัตนกร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มา และความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
กลุ่มเป้าหมาย.....	6
นิยามศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	7
1. กลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย (Expat in Thailand).....	8
1.1 ความหมาย และลักษณะโดยทั่วไปของ Expat.....	8
1.2 Expat ในประเทศไทย.....	8
1.3 ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ Expat ในไทย.....	9
2. Application.....	11
2.1 ความหมาย และลักษณะทั่วไปของ Application.....	11
2.1 Application เพื่อการท่องเที่ยว	12

3. Design Method (กระบวนการออกแบบ)	13
3.1 Design Method คืออะไร	13
3.2 การออกแบบ UX	13
3.3 การออกแบบ UI	14
3.4 การออกแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์.....	14
3.5 การพัฒนาแอปพลิเคชัน	16
4. การเปรียบเทียบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	22
4.1 การเปรียบเทียบรูปแบบข้อมูลแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวในประเทศไทย	22
4.2 ตารางการเปรียบเทียบฟังก์ชันของแอปพลิเคชันท่องเที่ยว.....	25
5. การศึกษาความพฤติในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	25
6. ฟังก์ชันที่สำคัญสำหรับแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว.....	26
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	33
1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	35
2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	36
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
4. วิเคราะห์ข้อมูล.....	39
5. การสร้างรูปแบบการใช้งาน และงานออกแบบแอปพลิเคชันใหม่	40
6. การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย และการอภิปรายผล	42
1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว จำนวน 3 แอปพลิเคชัน	42
2. การสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	57
3. การสัมภาษณ์เชิงลึก	59

4. การรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่ม กับ Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่ม ชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย).....	59
5. การออกแบบแอปพลิเคชันแอปพลิเคชันต้นแบบ.....	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	98
1. สรุปผลการวิจัย	98
2. การอภิปรายผล.....	102
3. ข้อเสนอแนะ	104
บรรณานุกรม	105
ประวัติผู้เขียน.....	109



สารบัญตาราง

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	42
ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	43
ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ.....	43
ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะสมรส	44
ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนในครอบครัวที่อาศัย อยู่ร่วมกันในประเทศไทย.....	44
ตาราง 6 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุตร	44
ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	45
ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อปี	45
ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่อาศัยอยู่ในประเทศ ไทย.....	46
ตาราง 10 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่การใช้เวลาว่าง และ การท่องเที่ยว (Leisure activities)	46
ตาราง 11 แสดงระยะเวลาที่ใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)	47
ตาราง 12 แสดงจำนวนคนที่กลุ่มเป้าหมายใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยวด้วย (Leisure activities)	47
ตาราง 13 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการใช้ เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities).....	48
ตาราง 14 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการของผู้เดินทางใน การใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)	48
ตาราง 15 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทางของผู้เดินทางใน การใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)	49
ตาราง 16 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันของ ผู้ เดินทางในการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities).....	50
ตาราง 17 แสดงอัตราร้อยละของแอปพลิเคชันที่กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) เลือกใช้สำหรับการเดินทาง โดยแบ่งตามลักษณะเวลาการใช้งานแอปพลิเคชัน.....	50

ตาราง 18 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบระหว่างการใช้ เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities).....	51
ตาราง 19 แสดงฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน Airbnb	53
ตาราง 20 แสดงฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน TripAdvisor.....	55
ตาราง 21 แสดงฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน Klook.....	57
ตาราง 22 แสดงรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลพอสังเขป ของตัวแทน Expat ในประเทศไทย (หรือ กลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก.....	59
ตาราง 23 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจำนวน 3 แอปพลิเคชัน และแอป พลิเคชันต้นแบบ.....	94
ตาราง 24 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	95
ตาราง 25 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้าน การออกแบบ.....	96
ตาราง 26 ผลการนำเสนอแอปพลิเคชันต้นแบบกับผู้เชี่ยวชาญ	97

สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบ 1	อันดับ Expat ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย.....	9
ภาพประกอบ 2	ภาพแสดงข้อมูลการใช้งานใน Thumb Zone ของโทรศัพท์.....	15
ภาพประกอบ 3	ภาพแสดงตัวอย่างการทำงานแบบ Kanban Board	20
ภาพประกอบ 4	ภาพแสดงตัวอย่าง การเพิ่มสถานะการทำงานบน Kanban Board	21
ภาพประกอบ 5	ภาพแสดงตัวอย่างการเขียนข้อมูลบนการ์ด Kanban.....	21
ภาพประกอบ 6	แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบข้อมูลของแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว.....	22
ภาพประกอบ 7	หน้า Home แสดงผลของ TripAdvisor	23
ภาพประกอบ 8	หน้า Home แสดงผลของ Klook.....	24
ภาพประกอบ 9	หน้า Home แสดงผลของ Airbnb	24
ภาพประกอบ 10	ภาพแสดงการเปรียบเทียบฟังก์ชันของแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว.....	25
ภาพประกอบ 11	ขั้นตอนดำเนินการวิจัย	34
ภาพประกอบ 12	แสดงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Airbnb	52
ภาพประกอบ 13	แสดงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Tripadvisor	54
ภาพประกอบ 14	แสดงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Klook	56
ภาพประกอบ 15	ตัวอย่างแอปพลิเคชัน Rain viewer.....	63
ภาพประกอบ 16	ภาพและหัวข้อในแอปพลิเคชัน Tripadvisor.....	65
ภาพประกอบ 17	ภาพและหัวข้อในแอปพลิเคชัน Klook (1).....	65
ภาพประกอบ 18	ภาพและหัวข้อในแอปพลิเคชัน Klook (2).....	65
ภาพประกอบ 19	กรอบสีแดง แสดง Hot Bar ที่แสดงผลก็ต่อเมื่อเลื่อนหน้าจอขึ้น	66
ภาพประกอบ 20	กรอบสีแดง แสดง Quick Link แสดงผลของ Air bnb	66
ภาพประกอบ 21	การแสดงผลคำสั่งการพูดใน ระบบปฏิบัติการ IOS.....	67
ภาพประกอบ 22	Flow Chart ของแอปพลิเคชันต้นแบบ.....	71
ภาพประกอบ 23	ภาพแสดงการทำลำดับการเข้าถึง เชื่อมโยงฟังก์ชันต่าง ๆ ภายในแอปพลิเคชัน ต้นแบบ	71
ภาพประกอบ 24	ลายดอกไม้ร่วง อัตตลักษณ์พระปรางค์วัดอรุณฯ	73
ภาพประกอบ 25	การเลือกใช้คำสี อ้างอิงจากงานฝีมือในไทย.....	74
ภาพประกอบ 26	ภาพแสดงการคลี่คลายการเลือกใช้อักษร และแนวทางสี.....	75
ภาพประกอบ 27	แสดงการพัฒนาตัวอักษร X สำหรับตราสัญลักษณ์	76

ภาพประกอบ 28 แสดงตัวเลือกของตราสัญลักษณ์เมื่อประกอบองค์ประกอบเข้าด้วยกัน.....	76
ภาพประกอบ 29 แสดงตราสัญลักษณ์ที่เลือกใช้ และแสดงผลเมื่ออยู่ในหน้าจอโทรศัพท์มือถือ	77
ภาพประกอบ 30 แสดงผลการสำรวจพื้นที่ที่สามารถสัมผัสหน้าจอโทรศัพท์ได้ง่าย และการวางพื้นที่ในหน้าจอหลัก (Home Page)	78
ภาพประกอบ 31 แสดงผลหน้าจอโทรศัพท์เมื่อสัมผัสแถบ Touch Bar และการเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้	78
ภาพประกอบ 32 แสดงรูปแบบอักษรที่เลือกใช้สำหรับแอปพลิเคชัน	79
ภาพประกอบ 33 กราฟฟิกแสดงภาพรวมในฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้งาน	80
ภาพประกอบ 34 แสดงภาพการใช้ Tab Window บน PC.....	81
ภาพประกอบ 35 ภาพแสดงผลหน้าจอของฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้งาน.....	82
ภาพประกอบ 36 กราฟฟิกแสดงภาพรวมในฟังก์ชันการค้นหา.....	83
ภาพประกอบ 37 แบนเนอร์แจ้งเตือนสภาพอากาศภายในแอปพลิเคชัน และเมื่อลืมห้านาจอ... 84	
ภาพประกอบ 38 ภาพแสดงหน้าจอแสดงผลฟังก์ชันการค้นหา (Explore)	85
ภาพประกอบ 39 แสดงผลหน้าจอข้อมูล (Information).....	86
ภาพประกอบ 40 กราฟฟิกแสดงภาพรวมในฟังก์ชันชุมชน	87
ภาพประกอบ 41 ภาพแสดงหน้าจอแสดงผลฟังก์ชันชุมชน (Community).....	88
ภาพประกอบ 42 ภาพแสดงหน้าจอแสดงผลหน้า Blog / Vlog ของผู้ใช้งานที่เป็น Creator	89
ภาพประกอบ 43 แสดงภาพตัวอย่างหน้าจอในแต่ละส่วนที่นำไปทดสอบ	90
ภาพประกอบ 44 แสดงตัวอย่างแผนผังการทดสอบที่ผู้วิจัยใช้ในการทดสอบระบบ หลังบ้านเมื่อผู้ทดสอบต้องการเข้าสู่ฟังก์ชันต่าง ๆ.....	90
ภาพประกอบ 45 การแจ้งเตือนของแอปพลิเคชัน และปุ่ม Back.....	93

บทที่ 1

บทนำ

ที่มา และความสำคัญ

ประเทศไทยในปัจจุบัน มีรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นอันดับต้น ๆ โดยเมื่อปี 2562 เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมจำนวน 39.79 ล้านคน ซึ่งขยายตัวขึ้นร้อยละ 4.24 จากปี 2561 ซึ่งทำให้เห็นว่าเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายตัวขึ้น โดยมูลค่าเฉลี่ยต่อ 1 ทริปการท่องเที่ยวในประเทศไทย จะมีเงินเข้าสู่ระบบโดยเฉลี่ย 48,580 ต่อทริป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) นอกจากนี้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เติบโตเฉลี่ยจากปี พ.ศ. 2556 - 2559 ในอัตราร้อยละ 13.65 ต่อปี โดยสำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2560 จำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ 876,682 ล้านบาท ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปี 2561 สามารถเติบโตตามเป้าหมาย ด้วยยอดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 38 ล้านคน รายได้ 2 ล้านล้านบาท (BLT BANGKOK, 2562) กลุ่มชาวต่างชาติใน ปี พ.ศ. 2562 นั้นได้สร้างรายได้ให้กับประเทศ รวบรวม 1,911,807 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวใช้เงินกับการ Sight Seeing ท่องเที่ยวซึ่งรวมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ด้วยนั้น มีมูลค่ารวมกว่า 74,418 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ในปี 2020 เป็นต้นมา ทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมีนัยสำคัญ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พบกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีกำลังซื้อเช่นกันนั่นคือกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) โดยกลุ่มคนนี้อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีที่พัก และใช้สาธารณูปโภคของไทย มีตั้งแต่อยู่เพียงคนเดียว และเป็นครอบครัว ซึ่งกลุ่มชุมชนของ Expat นั้นขยายเติบโตมากขึ้นในทุกๆปี ทำให้ปริมาณเม็ดเงินที่เกิดขึ้นจากคนกลุ่มนี้ค่อยๆเติบโตขึ้น Expat นั้นพูดหมายถึงชาวต่างชาติทั้งหมดตั้งแต่กลุ่มคนในสหพันธ์อาเซียน จนถึงสหภาพยุโรป แต่การเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวที่มีเงินหมุนเวียนในระบบเป็นหลักนั้น มีรายละเอียดเจาะลงไปให้ผู้ที่มีสัญญาณการทำงานตามมาตรา 59 ได้แก่ ผู้ทำงานทั่วไป (อาจารย์ ผู้จัดการ และผู้บริหารระดับสูง และอื่นๆ) และมาตรา 62 ผู้ส่งเสริมการลงทุน (นักลงทุน ช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการ) ซึ่งรวมแล้วกว่า 300,000 คนทั่วประเทศ และกว่า 100,000 คน ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (TERRA BKK, 2562; สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. กลุ่มงานพัฒนาระบบควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว, 2562) กลุ่มของ Expat นั้นมีกลุ่มชุมชนที่เหนียวแน่นโดยเฉพาะการให้คำแนะนำซึ่งกัน และกันและแจ้งข่าว ทำให้มีการเชื่อมต่อข้อมูลกันได้อย่างรวดเร็ว และเป็นวงกว้าง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มองเห็นโอกาสทางธุรกิจนี้ จึงต้องการ

สนับสนุนธุรกิจภาคเอกชน โดยจัดงบประมาณดูแลเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. มอบเงินให้กับภาคเอกชนโดยตรงเพื่อจัดสิทธิพิเศษให้กับชาวต่างชาติในไทยโดยเฉพาะ และ 2. จัดงานอีเวนต์ส่งเสริมการขาย โดย Expat Travel Deal เป็นอีเวนต์ลักษณะการส่งเสริมการขายแบบ B2C (Business-to-Consumer) เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นำเสนอขายสินค้าและบริการ จัดโปรโมชั่นพิเศษให้กับชาวต่างชาติที่สนใจ โดยร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมสนามกอล์ฟไทย สมาคมสปาไทย เป็นต้น และผลักดันกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่ม Expat อย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับสายการบิน บริษัทนำเที่ยวในประเทศ และ Alipay แพลตฟอร์มไลฟ์สไตล์และท่องเที่ยวที่ได้ความนิยมของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอื่น ๆ อาทิ การจัดทัศนศึกษาของสื่อมวลชนต่างชาติและผู้แทนธุรกิจนำเที่ยวในระเทศ (ฐานเศรษฐกิจ, 2563)

งาน Expat Travel Deal ได้จัดต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2020 โดยมีคนเข้าร่วมงาน ในปี 2020 กว่า 10,000 คน และสามารถปิดการขายได้มูลค่ากว่า 10.54 ล้านบาท และในปี 2021 ซึ่งเป็นการจัดงานระหว่างมาตรการควบคุมของรัฐ แต่ก็มีผู้ร่วมงานกว่า 8,000 คน และปิดการขายได้มูลค่าถึง 7.91 ล้านบาท (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ซึ่งในงานนี้ทำให้กลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) สามารถเข้าถึงข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางภาคธุรกิจ และนำมาซึ่งรายได้แก่ชุมชน โดยมีการสนับสนุนเม็ดเงินจากภาครัฐ ในรูปแบบที่ไม่เคยจัดมาก่อน และขยายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถี และประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Expat ในประเทศอีกด้วย

นอกเหนือจากการสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องพึ่งพาระบบการให้ข้อมูลการเดินทาง และท่องเที่ยวจากภาคเอกชนควบคู่กันไปด้วย เนื่องจากสองปัจจัยใหญ่ ๆ คือ ทางด้านภาษา และการให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน จากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร Information and Communication Technology (ICT) ในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อทั้งระบบเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา เกิดการกระจายความรู้ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วกว่าการสื่อสารในรูปแบบเดิม โดยผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไปเช่น TripAdvisor, Airbnb, SkyScanner หรือ Google Maps แต่เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์โลก และแนวโน้มของสังคมจึงทำให้เกิดแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาบางประเภท เช่น Tricount ที่เกิดมาเพื่อใช้จัดการการเงินเมื่อท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เนื่องจากการใช้จ่ายแต่ละคนไม่เท่ากันนั่นเอง และแอปพลิเคชัน Metric Conversions ที่สามารถแปลงหน่วยวัดทุกอย่าง ทั้งน้ำหนัก เงิน ความยาว อุณหภูมิ เวลา ไป

ตามสถานที่ที่เราไปในแต่ละประเทศ ที่น่าสนใจอีกแอปพลิเคชันหนึ่งคือ FlightAware สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่มักมีปัญหาเกี่ยวกับการขึ้นเครื่องบิน โดยแอปพลิเคชันนี้จะคอยตรวจสอบเครื่องบิน ทั้งการดีเลย์ เวลาขึ้นลง ประเมินการเวลา รวมถึงการหาไฟล์สำรองอีกด้วย แต่ด้วยความจำเพาะเหล่านี้ ทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางของตนเอง จำเป็นต้องโหลดแอปพลิเคชันเพิ่มอีก 5 - 8 แอปพลิเคชันเลยทีเดียว เพื่อช่วยจัดการให้การเดินทางราบรื่น

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประจำ ในระหว่างเดือน มีนาคม - เมษายน 2567 จำนวน 7 คน และได้ตั้งข้อสังเกตโดยสรุปประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในหลายด้าน แบ่งเป็นกลุ่มปัญหาได้ดังนี้

1. แอปพลิเคชันไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลให้ผู้ใช้บริการได้ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้ยกตัวอย่าง การปิดถนน หรือปัญหาจากน้ำท่วม ส่งผลต่อการเดินทาง และเปิดปิดสถานที่ เป็นต้น

2. แอปพลิเคชันนั้นไม่สามารถสร้างแผนการเดินทางที่สามารถ Flexible หรือยืดหยุ่นชั่วคราวได้ ยกตัวอย่างการจัด แผนการเดินทาง ที่ต้องเดินทางตามเวลารถ หรือสถานที่ท่องเที่ยว นั้น แต่เมื่อมีเหตุการณ์ต้องเปลี่ยนแปลง ก็ไม่สามารถกลับเข้าสู่แผนเดิมได้ ตามเงื่อนไขของเวลา และทำให้ต้องหาแผนการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ทดแทนด้วยตัวเอง ซึ่งทำให้เสียเวลามากขึ้นอีก

3. แอปพลิเคชันไม่สามารถช่วยเหลือในสถานการณ์ฉุกเฉินได้ และไม่มีการติดต่อสื่อสารที่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที เช่น การติดต่อโรงพยาบาล หรือสถานีตำรวจ เป็นต้น โดยปัจจุบันมี BDMS ที่พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้น แต่ยังไม่สามารถเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้

ทั้งนี้ ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน สามารถทำให้การสื่อสารแบบเดิม กลายเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) จากปัญหาด้านการสื่อสารที่ชาวต่างชาติต้องพบคือการให้ข้อมูลการเดินทางในบริเวณสถานที่สำหรับการเดินทางและการมีป้ายบอกสถานที่ และการเดินทางที่มองเห็นชัดเจน หรือง่ายต่อการทำตาม เป็นสิ่งที่ต่างชาติต้องการมากที่สุด (สองสุวรรณแผ่นผา, 2563)

การท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาที่ 3 หรือภาษาที่ไม่ใช่ภาษาสากลอย่างภาษาอังกฤษนั้น ทำให้มักเกิดปัญหาทางด้านการสื่อสารเกิดขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารกับผู้คนในชุมชน หรือการท่องเที่ยวเชิงวิถี ทำให้ไม่สามารถเข้าใจและสื่อสารได้ดีเท่าที่ควร นำมาซึ่งปัญหาระหว่างการท่องเที่ยว บางแอปพลิเคชันได้ออกแบบระบบห้องสนทนา (Chat room) เพื่อเป็นการถาม

ตอบปัญหาที่เกิดขึ้นภายในแอปพลิเคชันนั้น ๆ ซึ่งระบบนี้ยังไม่ได้พัฒนาเพื่อใช้ในการรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว แน่นอนว่าการใช้แรงงานมนุษย์ในการตอบคำถามนั้นทำให้เสียทรัพยากรและต้นทุนเพิ่ม ซึ่งในแอปพลิเคชันที่สนับสนุนการทำงานภาคธุรกิจ เช่น Line Official นั้นจึงพัฒนาระบบ AI ที่ตอบ Auto Response หรือคำถามที่พบบ่อย หรือแม้แต่การสร้าง Card Based ที่ทำให้ผู้ที่พบปัญหา จัดการหาทางออกได้ด้วยตัวเองผ่านการช่วยเหลือในระบบด้วยตนเองได้

การท่องเที่ยวในประเทศไทย สถานที่ที่เป็นแหล่งนัดพบ และสถานที่สำคัญ มักเป็นอาคารหรือบริเวณกลางแจ้งเป็นส่วนใหญ่ หรือต้องเดินเท้าในพื้นที่ อาทิเช่น วัดพระศรีรัตนศาสดารามฯ วัดอรุณราชวรารามฯ ถนนเยาวราช ถนนบรมมหาราชวัง สะพานข้าม สวนวชิรเบญฑิต กลุ่มชุมชนแพ่งภูธร เป็นต้น โดยปัญหาที่เกิดขึ้นจากกลุ่มสัมภาษณ์นั้นพบว่า ปัญหาที่น่าสนใจคือ ฝน แตกต่างจากคนไทยที่เป็นปัญหาที่ร้อนเสียมากกว่า หน้าฝนคนไทยมักไม่เที่ยว เป็น Low Season ส่วนชาวต่างชาตินั้นชอบแดด แต่เมื่อฝนตกนั้นทำให้กลุ่มนี้ไม่สามารถเดินทางไปได้ หลายคนจึงมีแอปพลิเคชันที่คอยช่วยเหลือเรื่องนี้อยู่ นั่นคือ แอปพลิเคชัน Weather ที่ติดมากับระบบปฏิบัติการ iOS แต่ในช่วงปี 2020 เป็นต้นมามีแอปพลิเคชันอย่าง Rain Viewer ที่สามารถตรวจสอบมวลเมฆที่ลอยอยู่ในบริเวณนั้น ๆ ได้ และยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนในปัจจุบันแอปพลิเคชันนี้ถูกใช้อย่างมากในอุตสาหกรรมบันเทิง และกองถ่าย เพื่อตรวจสอบสภาพอากาศในพื้นที่โดยรอบ และเนื่องจากการเชื่อมต่อกับระบบเรดาร์ของสถานีตรวจสอบสภาพอากาศทำให้ผู้ใช้สามารถคาดคะเนความเป็นไปได้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ หรือแม้แต่เมื่อผู้ใช้ไม่ได้เปิดแอปพลิเคชันไว้ การทำงานของแอปพลิเคชันในเบื้องหลังก็สามารถส่งข้อความแจ้งเตือนเมื่อมีกลุ่มของเมฆฝนเข้ามาใกล้ เช่น Heavy Rain starts in your area in 10 minutes ซึ่งนอกจากแจ้งว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดขึ้นแล้ว ยังสามารถคาดคะเนเวลาที่ฝนจะหยุดตกได้อีกด้วย ทำให้แอปพลิเคชันนี้เป็นแอปพลิเคชันที่สำคัญในการวางแผนการเดินทางในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นปัญหาการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยว อันได้แก่ การเดินทาง และการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นโอกาสทางการตลาดในการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครสำหรับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย)

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย)
2. ออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย)

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตทางประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เจาะจงไปที่กลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ที่พำนักในกรุงเทพฯ และทำงานในประเทศไทย ที่อยู่ในข่ายมาตรา 59 (พนักงานระบบการศึกษา และผู้จัดการฝ่าย) และ มาตรา 62 (ช่างเทคนิค และผู้บริหารระดับสูง) โดยเน้นไปที่กลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ โดยศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนกลุ่มนี้เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวของกลุ่มนี้โดยเฉพาะ

ขอบเขตทางด้านพื้นที่ โดยกำหนดขอบเขตภายในกรุงเทพมหานคร ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ตามระบบแผนที่ เนื่องจากภายในพื้นที่ดังกล่าวมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นจุดสนใจของกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) รวมถึงเป็นพื้นที่เศรษฐกิจใหญ่ของประเทศไทยเป็นที่พักอาศัย และใช้ชีวิตของชาว Expat ส่วนใหญ่ จึงเหมาะแก่การเป็นพื้นที่ทดลองการใช้แอปพลิเคชันต้นแบบ สำหรับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย)

ขอบเขตของระยะเวลา โดยศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของชาวต่างชาติ หลังจากภาวะโรคระบาด COVID 19 แล้ว ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 เป็นต้นไป โดยพิจารณาจากจำนวนชาวต่างชาติที่ได้รับอนุญาตทำงาน โดยที่มาตรา 59 มีจำนวน 97,016 คน และในมาตรา 62 มีจำนวน 45,375 คน (สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. กลุ่มงานพัฒนาระบบควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว, 2562) ซึ่งในเดือนมิถุนายน 2565 นั้นเริ่มมีกลุ่ม EXPAT กลับเข้ามาทำงานเพิ่มขึ้น หลังจากเมื่อมิถุนายน 2564 ในกลุ่มมาตรา 59 นั้น ลดลงเหลือ 96,212 คน จากเดิม 110,671 คน ในปี 2563 และในปัจจุบัน ปี 2566 ในมาตรา 59 มีจำนวน 112,576 คน และมาตรา 62 จำนวน 48,857 คน แสดงให้เห็นว่าตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 จนถึงปัจจุบันนั้น เป็นช่วงที่กลุ่ม EXPAT นั้นกลับเข้ามาทำงานในประเทศไทยสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนเท่ากับปริมาณก่อนเกิดเหตุโรคระบาด COVID-19

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ในกรุงเทพฯ เป็นพนักงานข้ามชาติที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 110 คน และเคยมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างน้อย 2 ใน 3 แอปพลิเคชัน โดยเลือกแอปพลิเคชันจากการใช้งาน ทั้งก่อนเดินทาง ระหว่างการเดินทาง ซึ่งคัดเลือกมาจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายได้แก่

1. Air b&b เป็นแอปพลิเคชันสำหรับใช้งานก่อนการเดินทาง
2. TripAdvisor เป็นแอปพลิเคชันสำหรับใช้งานระหว่างการเดินทาง
3. Klook เป็นแอปพลิเคชันรูปแบบผสม สามารถใช้งานได้ทั้งก่อนการเดินทาง และ

ระหว่างการเดินทาง

นิยามศัพท์

กลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) คือ กลุ่มพนักงานชาวต่างชาติ (Expatriate) หมายถึง ในระดับผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญในสายอาชีพที่ได้รับมอบหมายให้ไปทำงานในประเทศไทย ในมาตรา 59 และมาตรา 62 โดยสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ และพำนักในประเทศไทยมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี

แอปพลิเคชันต้นแบบ คือ แอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกเพื่อการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ออกแบบมาสำหรับระบบ iOS

การสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยว คือ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งในด้านประวัติความเป็นมา การอธิบายสิ่ง ๆ นั้น ให้ความรู้โดยสังเขป การเดินทาง และเชื่อมต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์เพื่อการพัฒนา และออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยว ของ Expat ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

2. ได้แอปพลิเคชันต้นแบบที่ตอบสนองความต้องการ และแก้ไขปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวปัจจุบันของ Expat ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับพนักงานชาวต่างชาติ (EXPAT) ที่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพฯ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย)
 - 1.1 ความหมาย และลักษณะทั่วไปของกลุ่ม Expat
 - 1.2 กลุ่ม Expat ในประเทศไทย
2. แนวคิด และทฤษฎีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application)
 - 2.1 ความหมาย และลักษณะทั่วไปของแอปพลิเคชัน
 - 2.2 วิธีการสร้างรูปแบบแอปพลิเคชัน
 - 2.3 แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว
3. กระบวนการออกแบบ (Design Process)
 - 3.1 Design Method
 - 3.2 การออกแบบ UX
 - 3.3 การออกแบบ UI
 - 3.4 การออกแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์
 - 3.5 การพัฒนาแอปพลิเคชัน
4. การเปรียบเทียบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว
 - 4.1 การเปรียบเทียบรูปแบบแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - 4.2 ตารางการเปรียบเทียบฟังก์ชันของแอปพลิเคชันท่องเที่ยว
5. การศึกษาความพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว
6. ฟังก์ชันที่สำคัญในการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว
7. สรุป และเชื่อมโยงฟังก์ชัน และ Customer Journey ของแอปพลิเคชันใหม่
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review)

1. กลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย (Expat in Thailand)

1.1 ความหมาย และลักษณะโดยทั่วไปของ Expat

Knowledge Box (2558) ได้อธิบายคำว่า Expat หรือ Expatriate คือคนต่างชาติที่ทำงานนอกถิ่นภูมิลำเนาเดิมของตนเอง หรือย้ายเข้ามาทำงานในประเทศอื่น ซึ่งตั้งแต่ปี 2013 เป็นต้นมา Expat นั้นไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป เพราะค่านิยมที่เกิดขึ้นของโลก และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจากสถิติทั่วโลก ในปี 2013 พบว่ามี Expat ทั่วโลกมากเทียบเท่ากับประชากรเกาหลีใต้ทั้งประเทศ ราว 50.3 ล้านคนเลยทีเดียว และจากผลสำรวจชีวิตชาว Expat ทั่วโลกโดยธนาคาร HSBC เปิดเผยว่า เหตุผลที่มีชาว Expat เพิ่มขึ้น หรือเลือกย้ายถิ่นไปทำงานในต่างประเทศนั้น ไม่ใช่เพียงเพราะปัจจัยเรื่องค่าตอบแทนที่สูงขึ้นเท่านั้น แต่พวกเขาต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิตของตัวเอง และต้องการยกคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นด้วย ให้มีความหลากหลายและความสมดุลในการใช้ชีวิตนั่นเอง ขณะเดียวกันประเทศที่พวกเขา มองว่า ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของนั้น หนึ่งในนั้นมีประเทศไทยอยู่ด้วยอย่างแน่นอน

1.2 Expat ในประเทศไทย

กลุ่ม Expat ที่เดินทางมาประเทศไทย ส่วนใหญ่ไม่ได้เดินทางมาแค่ท่องเที่ยว หรือเพียงแค่มารทำงานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่หลายคนมาใช้ชีวิต และมาปักรากฐาน หรือย้ายถิ่นฐานมาอยู่ที่ประเทศไทย อาทิ สร้างธุรกิจในประเทศไทย ซื้อมอโตฮาร์มทรัพย์ ศึกษาต่อ รวมถึงแต่งงานและสร้างครอบครัวใหม่ ส่วนเหตุผลหลัก ที่พวกเขาเลือกประเทศไทยคือ ประเทศไทยมีค่าครองชีพที่ต่ำ แต่มีคุณภาพชีวิตที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีความหลากหลายของวัฒนธรรม อีกทั้งคนไทยมีความเป็นมิตรสูง โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยมากที่สุด



ภาพประกอบ 1 อันดับ Expat ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

ที่มา: The Agent (2561).

ประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นประเทศที่ผูกพันกับประเทศไทยมาอย่างเนิ่นนาน คนไทยชินตากับบริษัทชื่อญี่ปุ่นซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ ๆ ในประเทศไทย หรือสินค้าญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ในครัวเรือน ร้านอาหารญี่ปุ่น ที่มีมากมายอยู่ในศูนย์การค้าต่าง ๆ หรือแม้แต่ถนนเส้นสุขุมวิท ที่เป็นจุดศูนย์รวมของชาวญี่ปุ่น โดยที่ชาวญี่ปุ่นบางคนเองถึงขั้นเรียกว่า เป็นโตเกียวที่สอง ซึ่งทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงตลาดที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อชาวญี่ปุ่นนั่นเอง (The Agent, 2561)

1.3 ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ Expat ในไทย

ประเทศไทยมีการจับตลาดกลุ่ม Expat และผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ใหญ่ทางออกด้าน “ ภาษา ” อย่างเช่น BK Magazine นิตยสารภาษาอังกฤษ ซึ่งก็เป็นนิตยสารที่ได้การตอบรับที่ดีของชาวต่างชาติ โดยเนื้อหาภายในเล่มคือการแนะนำร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมตลอดถึงงานอีเวนต์ต่าง ๆ อีกทั้งยังมีกลุ่มในโลก

ออนไลน์อย่าง Bangkok Expats ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มExpat ที่มีวัตถุประสงค์คืออยากช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาชาวต่างชาติ ที่ทำงานและใช้ชีวิตอยู่ในเมืองไทยในเรื่องต่าง ๆ ทั้งการซื้อขายแลกเปลี่ยน การหางาน ปัจจุบันมีสมาชิกที่เป็น Expat มากกว่า 30,000 คนเลยทีเดียวซึ่งในกลุ่มตาม Social Media ก็เพิ่มมากขึ้น และแข็งแกร่งขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับเพื่อเป็นการช่วยเหลือกัน และกันของกลุ่มจากประเทศนั้น ๆ หรือใช้ภาษาเดียวกัน (Knowledge Box, 2015)

การวิเคราะห์กลุ่ม Expat ให้เข้าถึงความต้องการเพื่อการใช้ชีวิต และสื่อสารให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โดยเราสามารถแบ่งความต้องการของกลุ่ม Expat ได้ดังนี้

1.3.1 ความต้องการด้านภาษา

การเพิ่มการสื่อสารภาษาที่สาม หากพบว่าลูกค้าเป้าหมาย มีจำนวนน้อยเกินไปทางคนจากประเทศใด ๆ นั้น อาทิ ร้านนวดไทย การสื่อสารทั้งภาษาอังกฤษและจีน อาจครองใจลูกค้าต่างชาติได้มากกว่า รวมถึงการเปิดหน้าร้านขายสินค้าออนไลน์ หากเพิ่มคำโฆษณาเป็นภาษาอังกฤษเพิ่มอย่างน้อยหนึ่งภาษา จะทำให้สินค้าคุณปรากฏขึ้นในหน้าผลลัพธ์การค้นหา เพื่อจับตลาดชาวต่างชาติ ผู้อยากเลี่ยงการจับจ่ายในห้างร้านที่มีความหนาแน่นในช่วงโรคระบาด หรืออาจได้กระทั่งคนที่เพิ่งกลับเข้ามาแล้วต้องพักกักตัวในโรงแรมเพราะพวกเขาสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและสั่งซื้อจากคุณได้ง่ายขึ้น

1.3.2 การแลกเปลี่ยนสกุลเงิน

ชาวต่างชาติที่มาทำงานในไทย บางครั้งยังอาจรับเงินหรือมีเงินเก็บออมเป็นสกุลเงินในบ้านเกิด และหลายคนก็ยังสงสัยว่าจะใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อี-วอลเล็ต ของประเทศตัวเองมากกว่า เพื่อไม่ให้เป็นการเสียโอกาส ควรติดต่อกับผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินเหล่านั้น และเชื่อมต่อระบบให้พร้อม เพื่อเป็นทางเลือกรองรับการใช้เงินของชาวต่างชาติกลุ่มนี้

1.3.3 การรู้จักชุมชนชาวต่างชาติ

เมื่อมนุษย์อพยพย้ายถิ่นฐานไปที่ไหน การเกาะกลุ่มสร้างชุมชนย่อยในต่างแดน เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเสมอ ในบรรดาชาวต่างชาติที่ทำงานในไทย ก็มีชุมชนย่อยที่รวมตัวกันแบบเหนียวแน่นเช่นกัน และมี “บุคคลที่ทรงอิทธิพลทางความคิด” หรือ Influencers ไม่ต่างจากสังคมอื่น หากคุณมีตลาดต่างประเทศที่แน่ชัดเป็นรายประเทศ อาจเริ่มด้วยการเข้าไปสำรวจ “ชุมชนออนไลน์” ที่มีสมาชิกสื่อสารกันเป็นประจำ และควรกดติดตาม Influencers เพื่อสำรวจเทรนด์ความต้องการ สิ่งที่อยู่ในกระแสความสนใจของพวกเขาไว้อย่างต่อเนื่อง

1.3.4 สื่อสารหลังการขายเอาใจลูกค้ารุ่นต่อรุ่น

แม้ว่าจำนวนชาวต่างชาติในไทย จะมีไม่มากเทียบกับตลาดในประเทศ แต่ “พลังการบอกต่อ” จะทำให้คุณสามารถเก็บลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ได้นานแสนนาน หากรักษามาตรฐานและครองใจพวกเขาไว้ เพราะมีหลายครั้งเมื่อชาวต่างชาติหมดวาระต้องโยกย้ายกลับประเทศ จะต้องมีคนรับตำแหน่งแทน พร้อมกับรับถ่ายโอนมรดกความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยไว้ทั้งหมด สินค้าบริการไหนที่ลูกค้าจะได้รับการบอกต่อที่ดีในหมู่ชาวต่างชาติ เป็นต้น

1.3.5 เคารพความเป็นส่วนตัว

แม้ว่ากลยุทธ์การเจาะตลาดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลจะจำเป็นอย่างมากสำหรับกลุ่มนี้ แต่ชาวต่างชาติก็มักให้ความสนใจเรื่องการปกป้องข้อมูลส่วนตัว และรักษาสิทธิพื้นฐาน การนำเสนอสินค้าและบริการให้กับตลาดนี้ จึงต้องบอกรายละเอียด กฎเกณฑ์การซื้อหรือเข้ารับบริการอย่างถี่ถ้วน ทำการโฆษณาแต่พอดี โดยไม่ก้าวละเมิดความเป็นส่วนตัว การทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้รู้สึกเหมือนถูกคุกคาม แทนที่จะชื่นชอบ อาจนำมาซึ่งปัญหาในอนาคตแทน (ธนากรไทยพานิชย์, 2567)

2. Application

2.1 ความหมาย และลักษณะทั่วไปของ Application

Application (แอปพลิเคชัน) หรือที่ทุกคนเรียกกันสั้น ๆ ว่า App (แอป) คือ โปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาสำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน มีให้ดาวน์โหลดทั้งแบบที่มีและไม่มีค่าใช้จ่าย ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสารหรือแม้แต่ด้านความบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

โมบายแอปพลิเคชัน จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ Native Application, Hybrid Application และ Web Application

2.1.1 Native App (เนทีฟ แอปพลิเคชัน) คือที่ถูกพัฒนามาด้วย ไลบรารี (Library) หรือ เอส ดี เค (SDK) เครื่องมือที่เอาไว้สำหรับพัฒนาโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันพิเศษ ของระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์มือถือ OS Mobile (Operating System Mobile) นั้น ๆ โดยเฉพาะ อาทิ แอนดรอยด์ (Android) ใช้ Android SDK, iOS ใช้ Objective C และ Windows Phone ใช้ C# (ซีชาร์ป) เป็นต้น

2.1.2 Hybrid Application (ไฮบริด แอปพลิเคชันฟลิเคชั่น) คือ Application ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาด้วยจุดประสงค์ ที่ต้องการให้สามารถ รันบนระบบปฏิบัติการได้ทุก OS โดยใช้ Framework (เฟรมเวิร์ก) เข้าช่วย เพื่อให้สามารถทำงานได้ทุกระบบปฏิบัติการ

2.1.3 Web Application (เว็บแอปพลิเคชันฟลิเคชั่น) คือแอปพลิเคชันที่ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อเป็น Browser (บราวเซอร์) สำหรับการใช้งานเว็บเพจต่าง ๆ ถูกปรับแต่งให้แสดงผลแต่ส่วนที่จำเป็น เพื่อเป็นการลดทรัพยากรในการประมวลผล ของตัวเครื่องสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ทำให้โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น อีกทั้งผู้ใช้งานยังสามารถใช้งานผ่าน อินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต ในความเร็วต่ำได้ (Bizidea, 2563)

2.1 Application เพื่อการท่องเที่ยว

2.1.1 งานศึกษา TripAdvisor

TripAdvisor เป็นเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มีนักท่องเที่ยวหลายล้านคนเข้าเยี่ยมชมทุกเดือนเพื่อค้นหาข้อมูลและวางแผนทริปที่สมบูรณ์แบบ ที่พัก ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว สามารถแสดงข้อมูลบน TripAdvisor จากข้อมูลวิจัย ธุรกิจโรงแรมและการบริการ แสดงให้เห็นว่ารีวิว นั้นให้คุณค่าแก่ธุรกิจโรงแรมและการบริการได้เป็นอย่างมาก การรีวิวจากแขกจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จ งานวิจัยล่าสุดจาก Pho Cus Wright เปิดเผยถึงอิทธิพลของรีวิวที่มีต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม 83% ระบุว่ารีวิวช่วยให้ตนเลือกโรงแรมที่ใช้ได้ - ผู้ตอบแบบสอบถาม 80% อ่านรีวิวอย่างน้อย 6-12 รายการก่อนจอง อีก 53% บอกว่าจะไม่จองจนกว่าจะได้อ่านรีวิวก่อน นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลักษณะเดียวกันนี้กับสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารด้วย ผู้ตอบแบบสอบถาม 68% กล่าวว่ารีวิวช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และ 64% อ่านรีวิวเพื่อค้นหาร้านอาหารที่ดีกว่า ผลลัพธ์เหล่านี้ทำให้เรารู้ว่ารีวิวส่งผลต่อยอดขายสำหรับธุรกิจโรงแรมและการบริการทุกรูปแบบ (ภาวิตา ไอยวริญญ์, 2562)

2.1.2 งานศึกษา Airbnb Experience

ธุรกิจการขายประสบการณ์ การรวบรวม Experience กิจกรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่การเดินป่า ดำน้ำ งานศิลปะ ไม่ได้มีเพียงเฉพาะการท่องเที่ยวอีกต่อไป ที่ Airbnb เรียกโมเดลการพาเที่ยวครั้งนี้ว่า “การมอบประสบการณ์” และเรียกคนพาเที่ยวว่าผู้มอบประสบการณ์ (Experience host) เจ้าบ้านจ่ายค่าคอมมิชชันกับ Airbnb อยู่ที่ 3% ส่วนผู้มอบประสบการณ์จ่าย 20% ส่วนราคาแพคเกจนำเที่ยว มากกว่าครึ่งหนึ่งมีราคาต่ำกว่า 200 เหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ Airbnb ได้มีการจัดสัมมนาและเวิร์คช็อปด้วย ซึ่งมีหัวข้อ เช่น “Building Empathy Through Community”, “Leaps of Faith: Strategic Risk-Taking”, “Interior Design Tips”, “Finding

Your Inner Happy Host” และ “Be a 5-star Host” รวมถึงหัวข้อโดยนักเขียนชื่อดัง Elizabeth Gilbert จากหนังสือ Eat, Pray, Love กับหัวข้อ “Creative Living Beyond Fear: Traveling with Curiosity” จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า ผลกระทบมีต่อ Startup สายท่องเที่ยวรวมถึงการ Matching หากิจกรรม เพราะไม่ได้เน้นเรื่อง Travel แต่มองถึง Experience และ Lifestyle ต่าง ๆ เราอาจกล่าวได้ว่า Airbnb เข้ามาเป็นบริษัทสาย Lifestyle แล้วการเข้าสู่ธุรกิจสาย Lifestyle เรียกได้ว่ามี Barrier ที่ต่ำกว่าธุรกิจสาย Property เมื่อ Airbnb เริ่มสตาร์ทจากการมีจุดแข็งในธุรกิจ Property มี Hosts มากมายจากทั่วโลกอยู่ในระบบ ก็เป็นเหมือนกลยุทธ์ปาล้อมเมือง การขยับไปสู่อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่คล้ายคลึง ก็สามารถทำได้ จากฐาน Users เดิมที่มี (Techsauce Team, 2563)

3. Design Method (กระบวนการออกแบบ)

3.1 Design Method คืออะไร

Design Process คือกระบวนการออกแบบ โดยใช้วิธีเปรียบเทียบในลักษณะ ที่ควบคุม และปฏิบัติการร่วมกับ การใช้ Problem-Solving Process และกระบวนการตัดสินใจ The Decision-Making Process ซึ่งทั้งสองวิธี กระบวนการเหล่านี้รวมรวมทักษะทางด้านมนุษยศาสตร์ และความรู้เชิงกลยุทธ์ และการจัดการเข้าด้วยกัน การตอบรับว่าการออกแบบ มีการำเนินการคิด เพื่อเกิดผลลัพธ์นั้น ย่อมเกิดขึ้นจากการศึกษา การค้นคว้ายังจะนำไปสู่ การพัฒนากระบวนการออกแบบได้มีมิติมากยิ่งขึ้น (พรทิพย์ เรืองธรรม, 2560)

3.2 การออกแบบ UX

UX (User Experience) ประสพการณ์ของผู้ใช้มีความสำคัญต่อความสำเร็จของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน UX ที่ถูกออกแบบมาอย่างดี นั้นหมายถึงการที่ผู้ใช้งานสามารถใช้งานเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันได้อย่างราบรื่น

UX Design มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.2.1 Design Thinking คือ การคิดเชิงออกแบบ โดยสร้างความเข้าใจของปัญหาที่ผู้ใช้พบ นำมาเป็นสารตั้งต้นเพื่อนำมาออกแบบ และสร้างการออกแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานให้บรรลุจุดประสงค์ และแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

3.2.2 Service Design คำนึงไปถึงประสบการณ์ของผู้ใช้เป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นไปที่การออกแบบบริการ พัฒนาระบบที่มีความสเถียร ต่อเนื่อง มีการให้บริการที่ไม่บกพร่อง

3.2.3 Design เป็นการแก้ไขความบกพร่องของสินค้าและบริการที่เปิดใช้งานแล้ว คำว่า Sprint เกิดขึ้นเพราะเป็นการมุ่งไปยังจุดบกพร่อง และแก้ไขปัญหาด้วยความรวดเร็ว ในเวลาไม่นาน

3.2.4 User Centered Design ให้ความสำคัญกับผู้ใช้งานเป็นแกนสำคัญ ผ่านการประเมิน และนำการประเมินเหล่านั้นมาออกแบบ สร้าง และพัฒนาต่อไป

3.3 การออกแบบ UI

UI (User Interface) คือ การออกแบบที่มุ่งเน้นไปที่ภาพลักษณ์การออกแบบ เช่น การจัดการกดคลิก ลิง ภาพประกอบ ปุ่มสัมผัส รูปแบบและขนาดตัวอักษร ทำหน้าที่เชื่อมต่อผู้ใช้งานกับสินค้า หรือบริการ

UI Design มีองค์ประกอบดังนี้

3.3.1 Information Design ใช้การนำเสนอข้อมูลเป็นแกนหลัก เพื่อออกแบบให้เกิดการเรียบเรียงเป็นระบบ และเข้าใจเนื้อหามากขึ้น

3.3.2 Interaction Design ใช้การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน ผ่านระบบ หรือวัตถุที่มีการตอบสนอง และทำให้ผู้ใช้งานบรรลุความต้องการได้อย่างทันท่วงที เช่น การกดปุ่มย้อนกลับ แล้วย้อนไปยังการแสดงผลก่อนหน้า การกดปุ่มเพิ่มเสียง จากนั้นเสียงระบบดังขึ้น เป็นต้น

3.3.3 Information Architecture ตัวอย่างเช่นการ การทำแผนผังเว็บไซต์ (Sitemap) เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปโดยง่าย และเกิดการจัดเก็บข้อมูล และแสดงผลให้เข้าใจได้ไม่ซับซ้อน

3.3.4 Visual Design มุ่งไปยังการนำเสนอให้เกิดความสุนทรีย์สอดคล้องกัน ซึ่งเกิดจากการเลือกใช้ภาพ เช่น การใช้สี สัน การวางตำแหน่งขององค์ประกอบ การเลือกใช้ภาพให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย รวมถึง การทำอินโฟกราฟิก หรือการสร้างสัญลักษณ์

3.3.5 Human Computer Interaction การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ อันเป็นองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับการเรียนรู้การออกแบบ UX/UI ที่เหมาะสมกับการใช้งาน ทำให้การออกแบบนั้นสวยงาม และช่วยประหยัดเวลาในการเขียนมากยิ่งขึ้น (Iconext Writer, 2021)

3.4 การออกแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์

ASTRA STUDIO (ม.ป.ป.) อธิบายว่า สำหรับการออกแบบนั้น การใช้งานผ่านเครื่องมือแต่ละเครื่องย่อมแตกต่างกันออกไป การใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ กับโทรศัพท์นั้น จะเห็นได้ชัดเจนที่สุด อย่างเช่นเมื่อเราใช้คอมพิวเตอร์ การพิมพ์จะเกิดขึ้นจากมือทั้งมือ ทั้งซ้ายและขวา บนลงบน พิมพ์ที่แยกออกจากตัวแสดงผล ในทางกลับกันการใช้งานบนพิมพ์ในโทรศัพท์เกิดขึ้นเพียง

ปลายนิ้วสัมผัสซึ่งอาจจะใช้เพียงนิ้วเดียวด้วยซ้ำ ดังนั้นการออกแบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ต้องเข้าใจการใช้งานของผู้ใช้ก่อน

การออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์นั้น มี 6 หลักการออกแบบ ซึ่งมีเนื้อหาเพื่อการใช้ออกแบบโดยตรงดังนี้

- 1) การใช้ Thumb Zone
- 2) Platform Guideline
- 3) การคำนึงถึงรูปแบบโทรศัพท์
- 4) ประเภทตัวอักษร และขนาด
- 5) ลดการป้อนข้อมูลจากผู้ใช้น้อยที่สุด
- 6) Only 3 Click Rule

3.4.1 การใช้ Thumb Zone

โดยปกติแล้วผู้ใช้งานโทรศัพท์จะใช้เพียงนิ้วโป้งในการใช้งาน เราจึงคำนึงถึงพื้นที่บนหน้าจอแสดงผลที่นิ้วโป้งสามารถแตะถึงได้โดยง่าย โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 โซน คือ ยากที่จะไปกด ไม่สะดวกที่จะไปกด และสะดวกที่จะไปกด โดยมีการประเมินจากทั้งการใช้โทรศัพท์มือเดียว และสองมือประกอบกันอีกด้วย โดยแสดงผลผ่านภาพด้านล่าง



ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงข้อมูลการใช้งานใน Thumb Zone ของโทรศัพท์

ที่มา: ASTRA STUDIO (ม.ป.ป.)

3.4.2 การใช้ Platform Guideline

การวาง Guideline นั้นจำเป็นสำหรับการใช้งานของโทรศัพท์มาก เพราะว่าในแต่ละรุ่นของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการก็ต่างกัน ดังนั้นนอกจากมีตัวต้นแบบแล้ว ยังต้องปรับการออกแบบให้เหมาะกับโทรศัพท์ทั้งสองระบบปฏิบัติการ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ให้ได้ทุกกลุ่ม

3.4.3 การคำนึงถึงรูปแบบโทรศัพท์

ในการออกแบบนั้นนอกจากไคดไลน์ที่ต้องคำนึงแล้ว รูปแบบโทรศัพท์นั้นก็มีส่วนผลเหมือนกัน ทั้ง safe zone ที่ไม่ถูกบดบังด้วยกล้อง หรือการแสดงผลหน้าจอบริเวณมุมที่มีการลดมุมออก เป็นต้น ทั้งนี้ ฟังก์ชันการใช้งาน และรูปแบบการแสดงผลก็ต่างออกไปในแต่ละรุ่น ถึงแม้จะมีการเว้น safe zone ไว้ในตำแหน่งเดียวกัน แต่ก็ประมวลผลต่างกัน เช่น การแสดงผลหน้าจอบริเวณกล้องหน้าของ iPhone 14 และ 15

3.4.4 ประเภทตัวอักษร และขนาด

การคำนึงถึงรูปแบบตัวอักษร และขนาด หากทำให้รู้สึกอ่านได้ง่ายขึ้น จะทำให้การตื่นความต้องการของผู้ใช้งานได้ดี การออกแบบจึงควรมีการเลือกใช้รูปแบบอักษร และขนาดที่ต่างกัน และเลือกใช้งานรูปแบบอักษรที่ใช้งานได้หลายขนาด และปรับแต่งตัวอักษรได้ เพื่อให้สามารถปรับขนาด โดยขนาดตัวอักษรไม่ควรต่ำกว่า 11 Points

3.4.5 ลดการป้อนข้อมูลจากผู้ใช้งาน

การออกแบบควรลดความจำเป็นในการพิมพ์ของผู้ใช้งานให้มาก และทำให้มันง่ายสำหรับการใส่ข้อมูล อาจจะเป็นระบบตัวเลือก ทดแทน หรือการระบุทางเลือก หรือการสามารถเลือกเลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ เป็นต้น

3.4.6 Only 3 Click Rule

ผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ใน 3 คลิก โดยสามารถวางแผนการใช้งานให้สามารถเห็นแล้วเข้าใจ โดยที่ผู้ใช้งานไม่ต้องคอยกดกลับไปกลับมา

3.5 การพัฒนาแอปพลิเคชัน

การพัฒนาแอปพลิเคชันนั้น จุดมุ่งหมายคือเพื่อนำไปสู่ประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจ โดยสิ่งสำคัญของการพัฒนาคือการลองฝึกคิดในมุมของปัญหา ลองแก้ไขหาทางออก และคิดอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ถ้าเราสามารถระบุปัญหาได้ โดยที่แอปพลิเคชันในตลาดปัจจุบันไม่สามารถช่วยเหลือได้ แปลว่าเราได้ผ่านครึ่งทางของการพัฒนาแอปพลิเคชันแล้ว (SC Spark solution, 2021)

การพัฒนาแอปพลิเคชัน สามารถแบ่งขั้นตอนออกมาได้ 5 ขั้นตอนดังนี้

3.5.1 Planning

3.5.1.1 การวิเคราะห์คู่แข่ง

นับว่าเป็นเรื่องสำคัญในการสำรวจตลาด และหาช่องว่างการทำรายได้ ความคิดในเชิงเปรียบเทียบในตลาดทั้งข้อดี และข้อเสีย โดยเฉพาะข้อผิดพลาดที่เคยเกิดขึ้น โดยเราสามารถป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์นั้น ๆ ขึ้น หรือเตรียมรับมือไว้แล้ว

3.5.1.2 การหารายได้

วิธีหารายได้มีหลายแบบ เช่น In-App Purchases, Subscription รายเดือน, Freemium/Premium Feature, ติดโฆษณา, ขายข้อมูล หรือโมเดลสามัญคือเป็น paid app จ่ายก่อนโหลด ดังนั้นกระบวนการหารายได้ก็เป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่เราควรจะต้องคิดถึงล่วงหน้า สำหรับการใช้งานที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และผู้ใช้งานที่เราต้องการ

3.5.1.3 การตลาด

ถ้าเราพัฒนา ออกแบบ และเปิดตัวแอปพลิเคชันมาได้ผลการตอบรับว่าพอใจเพียงใด หากไม่มีผู้โหลดไปใช้งาน ก็ไม่เกิดประโยชน์ การตลาดจึงมีผลต่อการทำงานและควรคิดคำนึงถึงเรื่องนี้ตั้งแต่ต้น

3.5.1.4 Road map

การวาง Road map นั้นสำคัญมาก เพราะเราต้องทำให้ทีม และผู้ร่วมพัฒนาเห็นภาพเดียวกัน และเรากำลังทำอะไรอยู่ โดยอาจมีการเขียน Minimum Viable Product (MVP) โดยเริ่มจากการเขียนทุกอย่างอยากให้อัปพลิเคชันจะสามารถตอบสนองและทำได้ แล้วจึงมาจัดลำดับความสำคัญ อะไรมาก่อน หรือมาหลังเป็นต้น เพราะหลังจากทดสอบแล้ว การได้มาซึ่ง Feedback ก็จะมาสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงแอปพลิเคชันของคุณในอนาคต

3.5.2 การออกแบบ UX / UI

โดยการออกแบบ UX มีขั้นตอนตั้งแต่การออกแบบโครงสร้างข้อมูล > Wireframe > Workflows > Click Through Model

Wireframe ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสำคัญ ที่สามารถ Adapt เข้ากับหลาย ๆ แผนกในบริษัท ซึ่งก็คือการทำ Wireframe เราจะเริ่มสร้างแต่ละหน้าแสดงผล และกำหนดการทำงานของข้อมูลที่จะแสดงในแต่ละหน้าในแอปพลิเคชัน และที่สำคัญต้องทำให้แน่ใจว่า ข้อมูลนั้นถูกต้อง โดยการทำ Wireframe นั้นควรจะเริ่มในกระดาษ หรือพื้นที่กระดาน เพราะเป็นขั้นตอนที่มีการแก้ไข และวางพื้นฐานแนวความคิดมาก และมีการเปลี่ยนแปลง แก้ไขบ่อยครั้ง เพื่อไม่ให้มี

ปัญหาจากการขึ้นและล้มโปรเจกต์กันในหน้ากระดาษ ผู้ผลิตควรทำ Wireframe และ Sketch ลงกระดาษเพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนในส่วนต่าง ๆ ได้ง่าย

Workflows

Workflow คือเส้นทางที่ผู้ใช้สามารถไปเข้าไปใช้งานในแอปพลิเคชันได้ ทุก ๆ อย่าง หรือตำแหน่งต่าง ๆ ที่เราอยากให้ผู้ใช้ได้ทำการกระทำ และได้เห็น จะต้องใช้ที่คลิกเพื่อที่จะทำมันได้สำเร็จ และที่สำคัญต้องทำให้ทุกการกระทำนั้น ผู้ใช้สามารถกระทำได้อย่างง่ายดาย โดยที่ผู้ใช้จะต้องไม่เกิดความสับสน เราจะได้เห็นเส้นทางการใช้ของผู้ใช้ แต่ในบางอย่าง ในการกระทำง่าย ๆ ก็ไม่ควรต้องใช้หลายคลิกเกินไป ดังนั้นเมื่อเราทำ Workflow ออกมาเราก็จะเจอปัญหาใน Workflow ที่ต้องแก้ไข และต้องกลับไปอัปเดต Wireframe อีกครั้งนึง และก็ทดสอบใหม่ด้วยการทดสอบทุก Flow ตั้งแต่ต้น เพื่อให้มั่นใจว่าการแก้ Flow นี้ให้ง่ายขึ้น ไม่ได้ทำให้อีก Flow ยากขึ้นแทน

Click-through model

Click-through model จะช่วยให้เราทดสอบ Wireframe และ Workflow ได้ง่ายขึ้น โดยจะให้ผู้ใช้ได้ทดลองเหมือนใช้งานแอปพลิเคชันจริง ๆ โดยผู้ใช้จะได้รับ link เมื่อเปิดใช้งานบนโทรศัพท์ ผู้ใช้จะสามารถคลิกที่ปุ่มต่าง ๆ และเปิดไปยังหน้า Wireframe ต่าง ๆ ตาม Workflow ที่เราออกแบบไว้ได้เหมือนแอปพลิเคชันจริง ๆ ในขั้นตอนนี้จะยังไม่มีการทำงานใด ๆ ทั้งสิ้น เป็นแค่รูปภาพของแต่ละหน้าเพื่อทดสอบ Navigation (การนำทาง) ของแอปพลิเคชัน เมื่อเราเจอปัญหาที่หน้าไหนก็แก้ไข Wireframe หน้านั้น และทดลอง Flow ใหม่จนกว่าจะพอใจ

การออกแบบ UI มีขั้นตอนการออกแบบตั้งแต่ Style Guide > Rendered design > Rendered Click-Through Model

Style Guide หรือ ว่า UI Kit เป็นต้นแบบสิ่งต่าง ๆ ภายในแอปพลิเคชัน การมี Style ที่ชัดเจนจะช่วยให้ User ไม่สับสน และยังช่วยเพิ่มโอกาสในการกดคลิกอีกด้วย ผู้ผลิตควรวางแผนและทำ Testing มาให้เหมาะสม เพราะการเลือกใช้สีนั้น เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะทำให้ User กดเช่นกัน

การกำหนด Style Guide หรือ UI Kit นั้นสัมพันธ์กับผู้ใช้งานของเราว่าเป็นกลุ่มไหน มีความต้องการอะไร แอปพลิเคชันจะใช้เวลาไหน กลางวันหรือกลางคืน ซึ่งส่วนต่าง ๆ สำคัญในการออกแบบนั้นมีหลายอย่างเช่น สี, ฟอนต์, และ widget เช่น ปุ่ม, ฟอร์ม, ลาเบล ที่จะเอามาใช้ในแอปพลิเคชันพลิเคชันทั้งหมด

Rendered Design ขั้นตอนนี้คือการเปลี่ยน Wireframe ในกระดาษให้เป็นแอปพลิเคชันเสมือนจริง โดยนำ Style Guide ที่เราได้ออกแบบไว้เมื่อขั้นก่อนมาอ้างอิง ในทุกจุด และถ้าหากมีจุดไหนต้องการเพิ่ม ซึ่งควรถูกอัปเดตใน UI guide อีกด้วย

Rendered click-through model หลังจากที่เราได้ภาพลักษณะของแอปพลิเคชันจริงของเราแล้ว ย้อนกลับมาผ่านช่วง Click Through Model อีกครั้ง โดยในขั้นตอนนี้อาจจะใช้เวลาค่อนข้างมากเพื่อให้เราแน่ใจว่าจะไม่มีการแก้ไขใด ๆ ที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างแอปพลิเคชันมากอีกแล้ว เพราะหลังจากขั้นตอนนี้ การเปลี่ยนอะไรบางอย่าง จะมี Cost ที่สูงมาก ทั้งราคาแพง และใช้เวลานานขึ้น เพราะเราได้ผ่านกระบวนการหลายขั้นตอนมาแล้ว

และเมื่อเรา Design ทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว เราจึงเข้าสู่ขั้นตอน Development และเข้าสู่ขั้นตอนการนำลงสู่ระบบแอปพลิเคชัน

3.5.3 Launch App

การอัปโหลดขึ้น App Store การอัปโหลดขึ้น App Store นั้นมีขั้นตอนระบบระเบียบ และมีฟอร์มหลายอันที่ต้องแจ้งข้อมูล รวมไปถึงต้องทำ Screenshot และเนื้อหาสำหรับ Marketing ต้องเขียนคำอธิบาย จึงจะส่งขึ้นไป โดยฝั่ง Apple ก็จะมีการตรวจสอบที่ละเอียดกว่า Google Play อยู่ค่อนข้างมาก โดยปกติแล้วจะใช้เวลา 2-3 วัน แต่ในทางกลับกัน Google Play จะใช้เวลาไม่กี่ชั่วโมงเท่านั้น

3.5.4 การสังเกตการณ์ และวัดผล

นอกจากการแก้ไขจากผู้ผลิตแอปพลิเคชันเอง หลังจากปล่อยสู่ตลาดไป งานก็ยังไม่จบ เพราะต้องคอยแก้ไขปัญหาการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับระบบ และต้องแก้ให้เป็น Patch ตามไป เช่นการแก้พॉนต์ แก้ Bug หรือแม้แต่เพิ่มฟีเจอร์ต่าง ๆ ให้เหมาะสม โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้งาน ก็มีหลายวิธีเช่น

3.5.4.1 Analytics

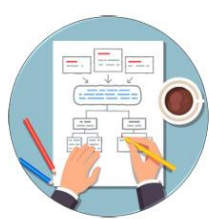
Analytics สามารถ Track ข้อมูลที่ได้เกือบทุกอย่างของผู้ใช้งาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันเข้าใจผู้ใช้งานได้มากขึ้น ว่า User คือใคร อายุ เพศ สถานที่ ภาษา และพวกเขาใช้งานแอปพลิเคชันอย่างไร เวลาที่เล่น เวลาที่ใช้แอปพลิเคชัน หน้าที่ดี และไปจนถึงพฤติกรรม เช่น Heatmap หรือปุ่มไหนถูกคลิกเยอะที่สุด ผู้พัฒนาสามารถนำข้อมูลตรงนี้ไปประเมินเพื่อลงทุนลงส่วนไหนเพิ่มเติมในอนาคต และไม่ลงแรงกับส่วนที่ไม่ค่อยมีผู้ใช้ tool ที่สามารถใช้ได้ Facebook Analytics, Apptentive, Google Analytics, Appsee เป็นต้น

3.5.6 แนวความคิดพัฒนาซอฟต์แวร์แบบเอจายล์ (Agile)

เป็นกระบวนการพัฒนาแอปพลิเคชันสมัยใหม่ เน้นการปรับเปลี่ยนความต้องการซึ่งแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการทำงานร่วมกันของผู้ผลิตและผู้ใช้ โดยมีการวางแผนที่ยืดหยุ่นพร้อมที่จะปรับเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว

3.5.6.1 เครื่องมือการวางแผนการทำงาน เทคนิคกระดานคัมบัง (Kanban Board)

แนวคิดของ Kanban Board คือการแบ่งงานให้แต่ละทีมเข้ามาทำงานและส่งต่องานกันได้ ของทีมแต่ละทีมก็จะสามารถเข้าใจเนื้องานที่ต้องทำ และทำอะไรอยู่ได้ และเมื่อเนื้องานเสร็จสมบูรณ์ จึงนำงานกลับมารวมกันเป็นชิ้นเดียว (The Growth Master, 2022)



To do
เฟสที่จะทำ



Doing
เฟสที่กำลังทำ

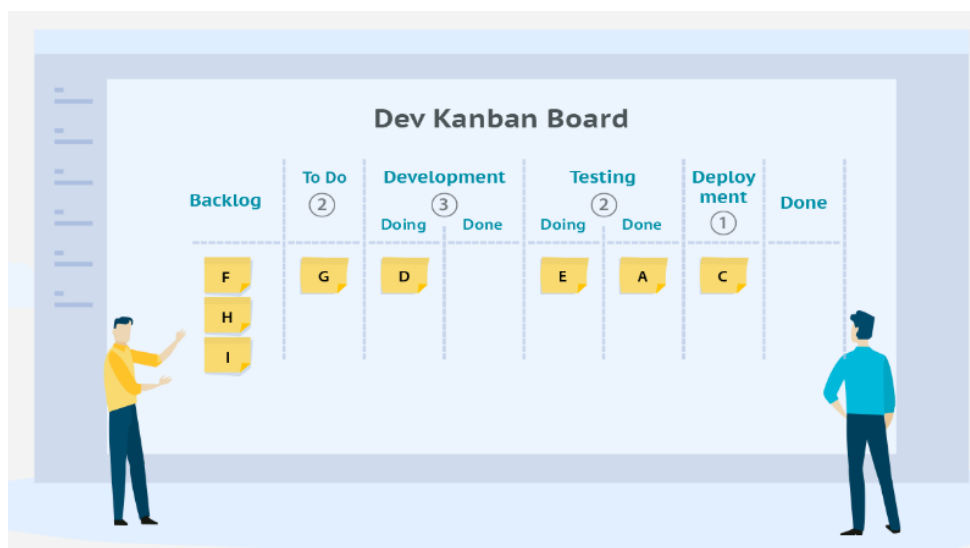


Done
เฟสที่ทำเสร็จแล้ว

ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงตัวอย่างการทำงานแบบ Kanban Board

ที่มา: The Growth Master (2022).

ในช่วงแรก Kanban Board จะเป็นแค่กระดาน ที่แบ่งคอลัมน์เป็นสามส่วน (To do, Doing, Done) แล้วใช้กระดาษโน้ตแปะลงในคอลัมน์สแตตัสงาน เพื่อแสดงให้เห็นขั้นตอน และสถานะของงานนั้น ๆ



ภาพประกอบ 4 ภาพแสดงตัวอย่าง การเพิ่มสถานะการทำงานบน Kanban Board

ที่มา: The Growth Master (2022).

การปรับใช้ในสายเทคโนโลยีนั้นมีการเพิ่มสถานะ ที่สามารถประกอบกันเพื่อการผลิตงาน ดังนี้ Backlog (แสดงภาระงานทั้งหมด) Development แสดงถึงขั้นตอนกำลังพัฒนา Testing (การทดสอบ) Deployment (แสดงถึงการติดตั้งระบบ) Done แสดงถึงงานที่เสร็จ



ภาพประกอบ 5 ภาพแสดงตัวอย่างการเขียนข้อมูลบนการ์ด Kanban

ที่มา: The Growth Master (2022).

4. การเปรียบเทียบแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่มีการใช้ในประเทศไทย และมีฟังก์ชันการใช้งานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ให้บริการในภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ เพื่อมาเปรียบเทียบเพื่อศึกษาการใช้งาน และวิธีการสร้างฟังก์ชันที่เหมาะสม ทั้งหมด 3 แอปพลิเคชัน ดังนี้ 1. TripAdvisor (แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว และรีวิว) 2. Airbnb (สำหรับการจองที่พัก และคลาสเรียน) 3. Klook (สำหรับการจองบัตรเข้าสถานที่ หรือการจองล่วงหน้า) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกแอปพลิเคชันดังนี้

- 1) เป็นแอปพลิเคชัน ที่เป็นที่รู้จัก และถูกใช้งานจริงในกลุ่มนักท่องเที่ยว และ Expat
- 2) สามารถเข้าถึงได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือ แท็บเล็ต
- 3) มีผู้ดาวน์โหลดมาใช้งาน ไม่ต่ำกว่า 30 ล้านคน
- 4) แอปพลิเคชันต้องสามารถให้ผู้ประกอบการสร้างรายได้จากแอปพลิเคชัน
- 5) แอปพลิเคชันต้องสามารถให้บริการในประเทศไทยได้
- 6) ทั้งสามแอปพลิเคชัน ต้องมีความแตกต่างกันในฟังก์ชันการใช้งานอย่างน้อย 1 ฟังก์ชันใช้งาน

4.1 การเปรียบเทียบรูปแบบข้อมูลแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Providing	TripAdvisor	AirBnB	Klook
Travel Guiding	Full Guide and Rating	Only mentioned through hosts	Full Guide and Rating
Hospitality	Guide / Reviews / Portal	Guide / Reviews Booking	Guide / Reviews Booking
Activity	Place Related only	Produced by Certified Hosts	All Activity Provided / Deals
Priority Interphase	Where to go ?	Place to stay near you / suggestion	Where to go ?
Contact	Email / FAQ Tel. (US)	Help center /Chat room Tel. for work	Help Center

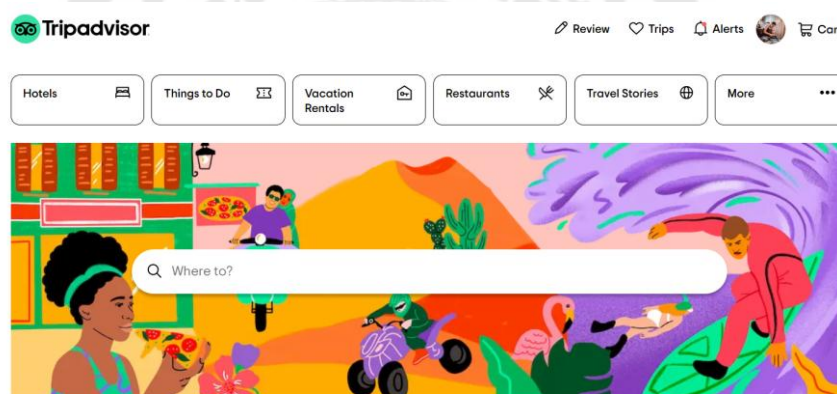
ภาพประกอบ 6 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบข้อมูลของแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรรมเทพ รัตนกร The Growth Master (2022).

จากตารางดังกล่าวทำให้เห็นว่า ทั้ง 3 แอปพลิเคชัน นั้นสามารถให้ข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวได้เหมือนกัน แต่จะมีความพิเศษหรือโดดเด่นต่างกันออกไป ทำให้ลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะในทางหนึ่งเลือกใช้เฉพาะความต้องการนั้นในแอปพลิเคชันนั้นทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จำเป็นต้องมีทั้ง 3 แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เครื่องเดียวกัน เช่น จองที่พักด้วย Airbnb จองตั๋วเครื่องบิน และพิพิธภัณฑ์ใน Klook แต่ใช้ TripAdvisor ในการท่องเที่ยว ดูรีวิว และหาร้านอาหาร

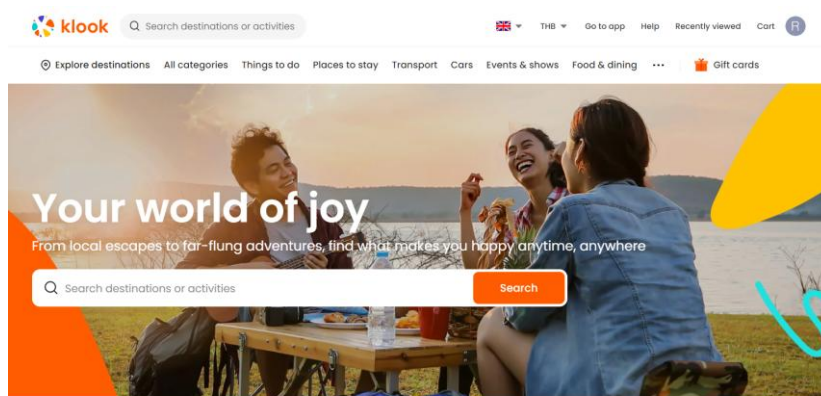
ส่วนการติดต่อที่เมื่อเกิดปัญหา ของทั้ง 3 แอปพลิเคชัน จะเข้าสู่ Help Center หรือระบบอัตโนมัติทั้งหมด โดยไม่สามารถตอบสนองความต้องการฉบับพลันได้

อีกสิ่งตารางนี้แสดงให้เห็นคือการเลือกนำเสนอรูปแบบ Interface ที่ชัดเจนว่าจะให้ผู้ใช้งาน Lead ไปทางไหน โดย TripAdvisor และ Klook จะถามก่อนว่า “ คุณต้องการไปที่ไหน ” เพื่อนำไปสู่ข้อมูลของสถานที่ และกิจกรรมในบริเวณนั้น ๆ ต่างจาก Airbnb จะขึ้น suggestion มาทันทีว่ามีที่พักไหนบริเวณที่เราอยู่บ้าง



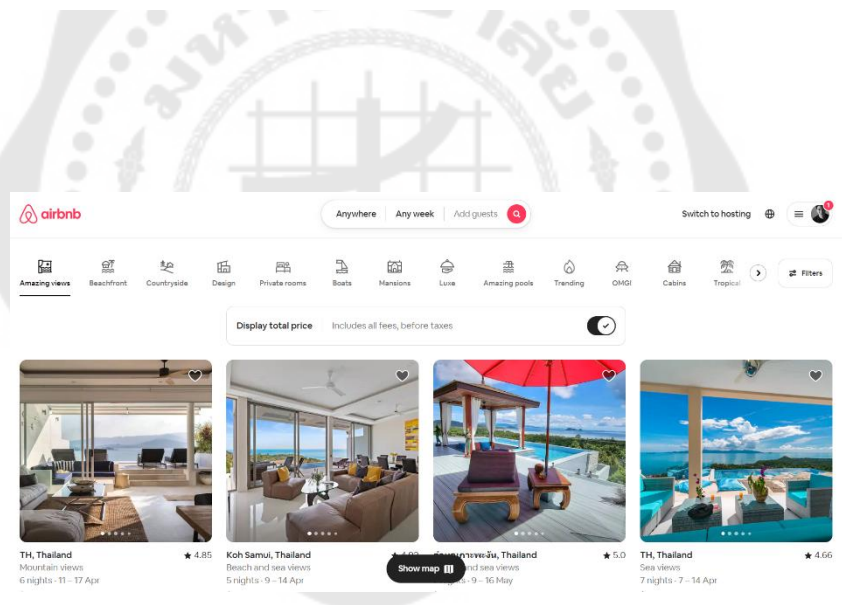
ภาพประกอบ 7 หน้า Home แสดงผลของ TripAdvisor

ที่มา: TripAdvisor The Growth Master (2022).



ภาพประกอบ 8 หน้า Home แสดงผลของ Klook

ที่มา: Klook The Growth Master (2022).



ภาพประกอบ 9 หน้า Home แสดงผลของ Airbnb

ที่มา: Airbnb The Growth Master (2022).

4.2 ตารางการเปรียบเทียบฟังก์ชันของแอปพลิเคชันท่องเที่ยว

Function	TripAdvisor	AirBnB	Klook
Date Selection	Full Selection	Full Selection	Full Selection
Review	Full Review	Full Review	Full Review
Flight	Only Flight portal	-	Only Flight portal
Trip listed	Create by user	Create by user	-
Transportation	Car Rental	-	Every Possible
Help Center	FAQ/E-mail	Help Center / Chatroom	Help Center
Hosting	Full Hosting with Fee	Full Hosting with Fee	Full Hosting with Fee
Share Guests	Share Trip with Guests	Share Trip with Guests	-
Map	Every Place	Only Hospitality	Only few Major event

ภาพประกอบ 10 ภาพแสดงการเปรียบเทียบฟังก์ชันของแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร The Growth Master (2022).

จากตารางด้านบน ทำให้เห็นได้ว่า TripAdvisor ที่ครองตำแหน่งแอปพลิเคชันที่มียอดคนใช้ 260 ล้านบัญชีทั่วโลก สามารถครอบคลุมฟังก์ชันการใช้งานได้ทั่วถึง ถึงแม้บางอันจะไม่ได้เป็นคนสร้างหรือเป็นผู้จัดการฟังก์ชันนั่นเอง เช่น ระบบการหาเที่ยวบิน ทางแอปฯ เพียงนำราคาจากเว็บไซต์การบินต่าง ๆ มารวมกัน พร้อมเป็นลิงก์ Portal ไปสู่เว็บไซต์นั้น ๆ อีกทั้งระบบ Map ของ TripAdvisor นั้น ค่อนข้างครอบคลุมทั้งร้านอาหาร ที่พัก และกิจกรรม ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกดูสถานที่ใกล้เคียงได้ง่าย รวมถึงรีวิวสถานที่ที่มีเยอะถึง 125 ล้านรีวิว ซึ่งอีกสองแอปพลิเคชันฯ ยังไม่สามารถรวบรวมสถานที่ และกิจกรรมมาได้ครอบคลุมขนาดนี้

5. การศึกษาความพฤติในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวจากการศึกษาข้อมูลจากแอปพลิเคชัน การสัมภาษณ์ และการทบทวนวรรณกรรม ให้ข้อสังเกตจากการเลือกใช้อุปกรณ์พลิเคชัน โดยสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. Pre-Traveling Application 2. Real Time Traveling Application 3. Mix Period Application โดย กลุ่ม Pre-Traveling Application หรือ กลุ่มแอปพลิเคชันที่ใช้ก่อนการท่องเที่ยว คือแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการ เพื่อเตรียมพร้อมก่อนออก

เดินทาง เช่น การจองที่พัก ตัวเครื่องบิน/รถไฟ วางแผนการเดินทาง ข้อมูลการปฏิบัติ และคลาสเรียน ตัวอย่างแอปฯ ในกลุ่มนี้เช่น Traveloka, Expedia, Skyscanner, Airbnb, Agoda, Booking, Class bento, Klook, Get to Go เป็นต้น แอปฯ ในกลุ่มนี้ นักท่องเที่ยวจะใช้บริการที่ผู้ให้บริการเสนอ ก่อนการออกเดินทาง โดยมีอัตรามากกว่า 90% ของงานบริการในแอปพลิเคชัน ซึ่งนักท่องเที่ยวแทบไม่มีความจำเป็นต้องเปิดแอปพลิเคชันนั้น ๆ อีกเลย ตลอดการเดินทาง

กลุ่ม Real Time Traveling Application หรือ กลุ่มแอปฯ ที่ใช้ขณะการท่องเที่ยว คือแอปฯ ที่ตอบสนองความต้องการ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวใน ณ ขณะเวลานั้น ๆ และมีการตอบสนองที่สามารถทราบข้อมูล หรือแก้ไขปัญหาได้ทันที เช่น การแปลภาษา การค้นหาเส้นทาง การการขนส่ง การให้บริการแผนที่ การรายงานสภาพอากาศ การให้ความช่วยเหลือ สื่อสาร รวมถึง การเงิน ตัวอย่างแอปฯ ในกลุ่มนี้ เช่น Google Maps, Rain Viewer, Grab, Ubers, Beam, Line, WhatsApp, Google Translate, Mobile Banking เป็นต้น แอปฯ ในกลุ่มนี้ นักท่องเที่ยวจะใช้บริการที่ผู้ให้บริการเสนอ ขณะการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีอัตรามากกว่า 80% ของงานบริการในแอปพลิเคชัน ซึ่งนักท่องเที่ยวมักเปิดใช้แอปพลิเคชัน ขณะเดินทางท่องเที่ยวอยู่เสมอ สำหรับกลุ่ม Mix Period Application หรือกลุ่มแอปพลิเคชันที่ใช้ทั้งก่อน และ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การสร้างและจดจำทริปการเดินทาง, Search Engine , การให้ข้อมูลแบบครอบคลุม, การรวบรวมการให้รีวิว และการรวบรวมโปรโมชัน ตัวอย่างแอปพลิเคชันในกลุ่มนี้ เช่น Google Search, Triplt, TripAdvisor, Wongnai, Gowabi, Eatigo, PackPoint เป็นต้น แอปพลิเคชันในกลุ่มนี้ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนเริ่มเดินทาง และระหว่างการเดินทาง ซึ่งจะมีความจำเพาะในแต่ละฟังก์ชันที่แอปพลิเคชันนั้น ๆ ให้บริการ

6. ฟังก์ชันที่สำคัญสำหรับแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว

จากการสำรวจ และวิเคราะห์ฟังก์ชันเพื่อการตอบสนองการใช้งานของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถอำนวยความสะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพในการท่องเที่ยวของ Expat ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยได้เห็นฟังก์ชัน และรูปแบบที่สำคัญที่จำเป็น และอีกส่วนสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน ดังนี้

6.1 ฟังก์ชันที่จำเป็นคือฟังก์ชันที่จำเป็นต้องมีเพื่อใช้ในการหาข้อมูล หรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในเวลานั้น ๆ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

6.1.1 ฟังก์ชันแผนที่ซึ่งฟังก์ชันนี้ทำให้แอปพลิเคชันอย่าง TripAdvisor ที่สามารถรวบรวมสถานที่อย่างเช่น วัด พิพิธภัณฑ์ ร้านอาหาร คาเฟ่ หรือ attraction อื่น ๆ ได้ในเครือข่ายแผนที่ของตัวเอง สร้างให้เกิดเครือข่ายสำหรับนักเดินทางได้อย่างดี

6.1.2 ฟังก์ชันการรีวิว สถานที่ และกิจกรรม ด้วยการรีวิวจะให้ผู้ที่จะไปใช้งานหรือเดินทางได้เห็นภาพ จากผู้ใช้จริง และการเขียนอธิบายเพื่อสามารถตัดสินใจก่อนการเดินทางได้ อีกทั้งยังเป็นเกณฑ์ประเมินให้กับผู้ให้บริการให้คอยดูแลธุรกิจของตนเองให้มีประสิทธิภาพตลอดเวลา

6.1.3 ฟังก์ชันระบบจัดเก็บ และประมวลผลข้อมูล เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เลย โดยฟังก์ชันนี้จะทำการรับข้อมูลที่จำเป็นต่อการเดินทางและส่งต่อสู่เครือข่าย และฟังก์ชันในแอปพลิเคชัน หรือ Portal อื่น เพื่อแสดงผลที่ตอบสนองต่อข้อมูลที่ได้ลงรายละเอียดไว้ กล่าวเช่น การลงจำนวนการเดินทาง 3 ท่าน 1 ท่านมีรถเข็น ข้อมูลนี้จะถูกจดจำและแสดงในระบบถึงการเดิน และสถานที่ ที่ Handicap friendly ทั้งหมดในผลการค้นหา หรือการแนะนำ ทั้งนี้ยังสามารถเชื่อมโยงกับระบบสุขภาพได้ด้วย เมื่อเราใส่รายละเอียดทางการแพทย์ลงไป สามารถเชื่อมยังไปยังโรงพยาบาล หรือ แอปพลิเคชันเพื่อดูสุขภาพได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

6.1.4 ระบบ Help Center เป็นอีกฟังก์ชันหนึ่งที่ขาดไม่ได้เนื่องจากการสื่อสารระหว่างชาวต่างชาติ และชาวไทยยังคงเป็นภาษาที่สามอยู่ ดังนั้นมักมีการสื่อสารที่ไม่สามารถเข้าใจกันได้ หรือบางกิจกรรมหรือสถานที่ไม่สามารถให้ข้อมูลที่จำเพาะได้ แม้แต่มีเหตุปัญหามาจากปัจจัยอื่น ๆ ตามมา จะได้ให้ความช่วยเหลือได้ทัน และสิ่งสำคัญใน Help Center จำเป็นต้องมีคือ ระบบแชท กับเจ้าหน้าที่หรือเบอร์โทรศัพท์ ที่ติดต่อได้ ให้ความช่วยเหลือได้

6.2 ฟังก์ชันเสริม

เพื่อพัฒนาคุณภาพในการท่องเที่ยวให้สะดวกสบายขึ้น โดยในกลุ่มนี้จะมี 2 แนวคิดหลักดังนี้ 1. การจัดการข้อมูลการเดินทาง 2. การแจ้งเตือนสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง 3. ระบบการเชื่อมต่อ (Portal) 4. การค้นหาด้วยภาพ

6.2.1 ฟังก์ชันเพื่อการจัดข้อมูลการเดินทาง ในที่นี้หมายถึงฟังก์ชันที่ให้ความช่วยเหลือในการรวบรวมเอกสารสำคัญ การจอง การชำระเงิน เวลา และการเดินทางที่ผู้เดินทางได้เลือกไว้มา รวมกันในฟังก์ชันนี้เพื่อสร้าง Timeline ขึ้นมา เพื่อความสะดวกในการวางแผน และจัดการการเดินทาง และไม่ต้องกังวลเรื่องการเก็บเอกสารหลายที่ หรืออีเมลที่มากเกินไปจนความจำเป็น สามารถรวมในฟังก์ชันนี้ได้ โดยมีกรณีศึกษาจาก แอปพลิเคชัน Triplt ที่ให้บริการการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลการเดินทางไว้ในที่เดียวกัน โดยสามารถทำด้วยตนเองได้ และ forward email การยืนยันไปยังเว็บไซต์ของ Triplt ทำให้การรวบรวมข้อมูลสะดวกยิ่งขึ้น เพียงเราส่งเมลล์ไปทุกอย่างจะถูกประมวลผลและแสดงในแอปพลิเคชันได้ทันที ทั้งนี้นอกจากการบันทึกข้อมูลที่ได้เลือก และจองมาแล้ว ฟังก์ชันนี้ควรจะสร้าง Route Timeline ที่เหมาะสมกับข้อมูลการเดินทางที่กรอกไว้

ในระบบข้อมูล Data Trip ของแอปพลิเคชันได้ด้วยว่าในระยะเวลาไหนควรทำอะไร พร้อมกับความต้องการพิเศษเช่นรถเข็น หรือเดินทางพร้อมเด็กเล็กจะต้องถูกประมวลผลใน Route นี้ได้เช่นกัน

6.2.2 ฟังก์ชันการแจ้งเตือนสถานการณ์หรือการเปลี่ยนแปลง

การแจ้งเตือนในสภาพแวดล้อมของประเทศไทยมีผลต่อการท่องเที่ยวมาก หากมีฝนตกหนักใกล้เข้ามา ทางฟังก์ชันนี้ต้องสามารถแจ้งเตือนความเป็นไปได้ของฝน เพื่อให้ผู้เดินทางสามารถจัดการกับตนเองได้ทันเวลา และนอกจากนั้นฟังก์ชันสามารถแนะนำสถานที่ใกล้เคียงเพื่อท่องเที่ยว หรือนั่งพักทดแทนการเดินทางในแผนก่อนหน้านี้ได้ ในทางกลับกัน หากก่อนหน้ามีการพยากรณ์ว่าฝนตก แต่เมื่อใกล้ถึงเวลา แล้วไม่มีฝน ฟังก์ชันก็ควรจะมีการแจ้งเตือนเช่นกัน นอกจากนี้ การแจ้งเตือนสามารถใช้กับเหตุการณ์ทางการเมือง การเดินทางผิดปกติ เช่น รถชน หรือการจราจรติดขัดมากกว่าปกติ หรือ การปิดถนน รวมถึงข้อกำหนด และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลเช่น การหยุดสงกรานต์ หรือการงดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา

6.2.3 ฟังก์ชันการเชื่อมต่อ (Portal)

ในแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวที่มีการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้ง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว การกิน และกิจกรรมนั้นสามารถทำให้ครอบคลุมได้ยาก และใช้ต้นทุนในการบริหารสูง การให้แอปพลิเคชันทำงานเป็น Portal หรือทางผ่านเชื่อมต่อไปยังแอปพลิเคชันอื่นหรือผู้ให้บริการอื่น ๆ ในเรื่องที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการเฉพาะทาง เป็นทางเลือกที่ดีในการเชื่อมต่อธุรกิจเข้าหากัน ทำให้แอปพลิเคชันของผู้พัฒนากลายเป็น One stop Service ด้านการให้ข้อมูล และสามารถส่งต่อเข้าสู่การสำรองที่นั่ง ที่พัก หรือชำระเงินผ่านทาง Portal นั้น ๆ ได้ เช่น เราต้องการไปเที่ยวเชียงใหม่ เริ่มจากค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว สร้างทริปไลน์เวลา และเมื่อจะต้องสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน ก็สามารถเรียกใช้ข้อมูลที่ลงทะเบียนใน Data trip ได้ทันที เพื่อค้นหาไฟลท์บินไปเชียงใหม่ที่เหมาะสมที่สุดกับความต้องการ และเมื่อเลิกใช้งานหรือต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มก็สามารถเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ที่ให้บริการการค้นหาบัตรโดยสารเครื่องบินสำรองที่นั่ง และชำระเงินได้ต่อไป

6.2.4 การค้นหาด้วยภาพ

โดยปกติแล้วการค้นหาสถานที่ในแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว มักเป็นการแสดงโลเคชัน หรือการพิมพ์คีย์เวิร์ดลงไป แต่เนื่องจากประเทศไทย ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก และยังถือว่าเป็นภาษาที่ 3 หรือ 4 ในประเทศส่วนมาก ทำให้ไม่สามารถใช้ฟังก์ชันนี้ได้ดีเท่าที่ควร การ Capture ภาพสถานที่ หรือ บ้ายภาษาไทย เพื่อการสืบค้นสถานที่นั้นจึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจที่ทำให้การ

เดินทางมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเดินทางไปยังเขตชนบท อีกทั้งการมีระบบรีวิวสถานที่ พร้อมภาพถ่ายจากผู้ให้บริการ ยังสามารถเพิ่มความหลากหลาย และประสิทธิภาพของระบบค้นหาด้วยภาพให้แม่นยำขึ้นอีกด้วย ซึ่งนอกจากถ่ายภาพสถานที่จริงแล้วค้นหาได้ ยังสามารถถ่ายภาพจากโปสเตอร์ หรือภาพโฆษณาเพื่อการค้นหาสถานที่ที่ถูกต้อง แต่ไม่แนชัดเรื่องข้อมูลได้อีกด้วย

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพิร ลิ้มไทย (2547) ศึกษาการประเมินพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยกำหนดการศึกษาแบ่งเป็น 6 หัวข้อคือ แหล่งท่องเที่ยว สินค้า คุณภาพบริการ ความปลอดภัย ขนบธรรมเนียมประเพณี และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามรายงานผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในมกมีการวางแผนไว้เป็นส่วนใหญ่ เดินทางพร้อมกับเพื่อน และญาติ โดยมีแนวโน้มจะกลับมาเที่ยวในประเทศไทยอีกแน่นอน ด้านทัศนคติต่อด้านแหล่งท่องเที่ยว สินค้า ขนบธรรมเนียมประเพณี ความหลากหลายทางด้านประสบการณ์ เพศ อายุ และรายได้ต่อปี ที่มีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การสำรวจทางสถิติพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ 5 อันดับเรียงจากมากไปน้อยดังนี้ การท่องเที่ยวชมเมือง และวิถีชีวิตท้องถิ่น การเที่ยวชมธรรมชาติเพื่อพักผ่อน การรับประทานอาหารไทย การเที่ยวแบบผจญภัย เช่น เดินป่า การซื้อสินค้าไทย ตามลำดับ ผลการวิจัยยังแสดงค่าสถิติของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1 คนจำแนกต่อค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทโดยเฉลี่ยดังนี้ การซื้อสินค้าไทย 211,171.95 บาท การบันเทิง 10,586.11 บาท อาหาร 8,629.04 บาท ที่พักอาศัย 8,335.07 บาท ทัวร์ท้องถิ่น 6,685.36 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5,147.71 บาท โดยรวมเฉลี่ยคนละ 241,785.36 บาท และมีแนวโน้มว่าผู้ที่ท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาานมักจะมค่าใช้จ่ายต่างจากระยะสั้นสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ

อรุณรุ่ง วงศ์กังวาล และคนอื่นๆ (2559) ได้อธิบายว่า การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานคร ในกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากผลงานวิจัยข้างต้นสรุปได้ว่า ส่วนหนึ่งที่สำคัญในส่วนประกอบของการเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาตินั้นคือความเต็มใจให้บริการ ซึ่งมีทั้งส่วนดี และส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยวของไทย งานวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ยังขาดจิตสำนึกในการให้บริการ แต่มีความเป็นกัลยาณมิตรที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น สามารถแนะนำหรือช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจ แต่ก็ยังตีราคาเหมา หรือคิดราคาผู้โดยสารด้วยอัตราที่ไม่เป็นธรรม (ไม่ใช้การเก็บค่าโดยสารที่ ตรงไปตรงมา) และส่วนสำคัญอีกหนึ่งเรื่องคือการที่ไม่สามารถสื่อสารตอบโต้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยความเห็นจากนักวิชาการ ที่ปรึกษางานวิจัยให้ความเห็นว่า ‘หลายคนมองว่าไม่ใช่เรื่องใหญ่ แต่เรื่องรถ การเดินทางนี้ เป็นเรื่องใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักพูดกันว่าราคารถโดยสารไม่เท่ากัน เรียกเก็บราคากับชาวต่างชาติ ไม่เท่ากับคนไทย ซึ่งเรื่องจิตสำนึกการให้บริการนั้นเป็นเรื่อง ปัจเจกบุคคล การทำให้ได้มาตรฐานเท่ากันถึงจะให้ภาครัฐ หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ควบคุมก็เป็นไปได้ยาก

การแก้ไขปัญหา จากงานวิจัยได้สรุปกรอบการดำเนินงาน โดยเสนอให้มีหน่วยงานกลางเข้ามาดูแลเรื่องการให้ความรู้ เรื่องจิตสำนึก และบริการ เนื่องจากการทำงานจากภาครัฐจะทำให้รู้สึกว่าเป็นการควบคุม และบังคับมากกว่าส่งเสริม อีกทั้งยังสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมอื่น ๆ เช่น การให้รางวัล หรือได้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับผู้ให้บริการที่ปฏิบัติงานได้ในระดับที่น่าพอใจ อีกหนึ่งข้อเสนอที่ประเทศไทยยังขาดอยู่คือการจัดตั้งสมาคมผู้ให้ความคุ้มครอง และดูแลผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากสามารถเพิ่มมาตรฐานได้แล้ว ทางผู้ประกอบการเองก็รู้สึกว่ามีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ผลประโยชน์และมีอำนาจการต่อรองกับภาครัฐ และนโยบายในอนาคตมากขึ้นอีกด้วย

สกุล จริยาแจ่มสิทธิ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้เก็บข้อมูลวิจัยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถสื่อสารเข้าใจ ภาษาอังกฤษได้พบว่า กลุ่มนี้มีการเพศชายร้อยละ 56.25 หญิง 43.0 และเพศทางเลือก 0.75 ส่วน ทางด้านอายุช่วงวัย 21-40 ปีนั้นมีจำนวนมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 71.8 จากแบบสอบถามสามารถเรียงระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวประเทศไทย ได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวประเทศไทย ภาพรวมของกลุ่ม ตัวอย่างเป็นไปในเชิงบวก คือเห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 และค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลางทั้งหมด โดยด้านการคมนาคมมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.49 รองลงมาคือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้วิจัยได้ระบุข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาดังนี้

1. ควรให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูล ของสถานที่ และข่าวสารเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวประเทศไทยนั้นมีหลากหลายมิติ ควรกำหนดข้อบ่งชี้ หรือลงลึกถึงจังหวัดที่นักท่องเที่ยว ต้องการเดินทางไปด้วย
3. ควรมีการศึกษาเพื่อการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก

เอกลักษณ์ เลาวหรานนท์ (2553) กล่าวว่า งานวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยในกรุงเทพมหานครในวันหยุด จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของชาวญี่ปุ่นที่พักอาศัยในประเทศไทยพบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวต่อสัปดาห์ กลุ่มที่ท่องเที่ยว 1 วัน ต่อสัปดาห์มีจำนวนมาก

ที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 29.4 และกลุ่มผู้ร่วมเดินทางจะเป็นกลุ่มเพื่อนร่วมงาน มากกว่า ครอบครัว และเที่ยวคนเดียวอย่างมีนัยสำคัญ โดยคิดเป็นร้อยละ 64.2 การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มนี้ ทำให้เห็นว่าปัจจัยหลักคือเรื่องค่าใช้จ่ายที่ราคาถูกเป็นหลัก และควบคู่ไปกับชมทัศนียภาพธรรมชาติ และเรียนรู้วัฒนธรรม นอกจากนี้กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวมักไปกับบริษัททัวร์ที่ให้บริการ โดยมีอัตราส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนกลุ่มที่ เดินทางด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 29 ค่าใช้จ่ายที่กลุ่มชาวญี่ปุ่นใช้เป็นหลักคิดเป็นกลุ่มที่มากที่สุดคือค่าอาหาร รองลงมาคือ ค่าเดินทาง และช้อปปิ้ง โดยต่อ 1 ทริปการเดินทางโดยเฉลี่ยมักใช้เงินราว 10,000-15,000 บาท โดยขั้นต่ำคือ 5,000 บาท สูงสุดอยู่ที่ 25,000 บาท

Chitraphan Varangkana (2021) ศึกษาเรื่อง The Development of Mobile Application for Famous Temples Tourism Promotion in Suphan Buri พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการเที่ยว นั้นมีความต้องการแอปพลิเคชันที่สามารถเสิร์ชหาสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ มาเป็นอันดับหนึ่ง มีคะแนนอยู่ที่ 4.72 (คะแนนเต็ม 5) มีความไหลลื่นในการใช้งาน และสามารถประมวลผลได้เร็ว ; 4.64 มีความถูกต้องของข้อมูล ; 4.60 มีการออกแบบที่ดี ; 4.54 มีระบบนำทาง ; 4.52 ใช้งานง่าย ; 4.46 และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ ; 4.32 จากกลุ่มเป้าหมายคนไทย วัย 21-30

ผลการสำรวจจากงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว นั้น ต่างมีความต้องการที่จะค้นหาสิ่งที่อยู่ในใจของผู้ท่องเที่ยวให้ปรากฏในการใช้งานอยู่เป็นอันดับต้น ๆ มากกว่าการใช้งานแอปพลิเคชันที่ง่าย หรือรวดเร็วด้วยซ้ำ การใช้มุ่งเน้นไปที่การเดินทางของตนเองและผู้ร่วมเดินทาง ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้อื่นมาเป็นอันดับท้าย ๆ

Jiraporn Boonying (2018) ทำผลการสำรวจความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ผ่านเว็บไซต์บริการการท่องเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มความคาดหวังเป็นสองกลุ่มประเภท

1. Functionality and Usability Factors เช่น ภาษา, ระบบจองออนไลน์, กลุ่มคอมมิวนิตี้ออนไลน์, การให้คำแนะนำหรือ Photo gallery, การให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

2. Quality of Information Factors เช่น การติดต่อให้ข้อมูล, ข้อมูลการซื้อขาย, ข้อมูลการให้บริการหรือการซื้อ, การออกแบบเว็บไซต์, สถานะปัจจุบันของข้อมูลนั้น เป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มที่ 1 นั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 (เต็ม 5 คะแนน) โดยมีข้อที่คนให้คะแนนความต้องการมากเป็นอันดับ 1 ; 4.19 คะแนน คือ การเข้าถึงข้อมูลใน และใช้งานเว็บไซต์ง่าย ในส่วนที่สองนั้น ข้อที่คนให้คะแนนมาเป็นอันดับ 1 ; 4.21 คะแนน คือ สถานะปัจจุบันของข้อมูล(ของสถานที่

หรือสินค้า) ในส่วนของงานวิจัยชิ้นนี้ยังสรุปและไล่ลำดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ที่ประกอบไปด้วยฟังก์ชัน และการใช้งานดังนี้

- การเข้าถึงง่าย
- สามารถเข้าถึงข้อมูลจำเพาะได้ และมีรายละเอียดครบถ้วนภายในตัว
- ใช้เวลาตอบสนองน้อย
- ภาษา (อย่างน้อยภาษาอังกฤษ และภาษาท้องถิ่น)

ส่วนทางด้านคุณภาพนั้น มีรายละเอียดดังนี้

- ข้อมูลการให้บริการ หรือสินค้า โดยคาดหวังให้เว็บไซต์ สามารถให้บริการ หรือซื้อขาย

สินค้าได้

- ข้อมูลการซื้อขาย โดยสามารถซื้อ จอง จ่าย และจบในที่เดียว
- การครอบคลุมอย่างมีคุณภาพ การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการท่องเที่ยวควรแสดงให้เห็น

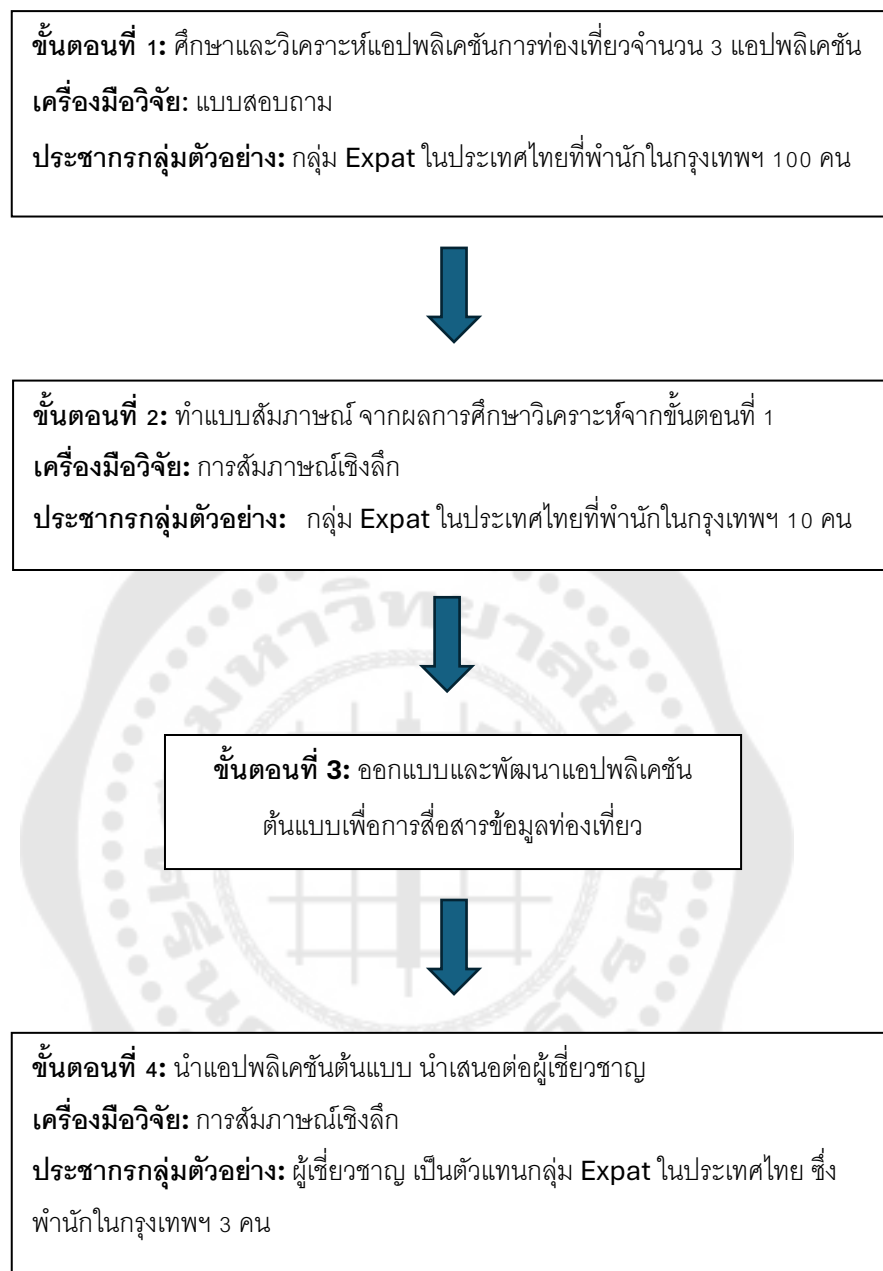
อย่างหลยมุม หลยมิติ ซึ่งสามารถประกอบการตัดสินใจของผู้ใช้ได้ นำไปสู่ความสุขของผู้ใช้งาน และแอปพลิเคชัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบการใช้งาน ฟังก์ชันที่เป็นประโยชน์ ปัญหาที่เกิดขึ้น และความต้องการเลือกใช้ แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว 3 แอปพลิเคชัน ได้แก่ TripAdvisor, Airbnb และ Klook โดยมุ่งเน้นเพื่อพัฒนารูปแบบของการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นให้ให้เหมาะสมกับกลุ่ม Expat และเมื่อได้ทราบปัญหา และความต้องการจากผู้บริโภสดังกล่าว จึงนำไปสร้างคำถามจำเพาะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้การสัมภาษณ์ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์คำตอบที่ได้จากผลของแบบสอบถาม และเมื่อได้ข้อสรุปแล้ว นำมาพัฒนาออกแบบสร้างแอปพลิเคชันต้นแบบ สำหรับกลุ่ม EXPAT เพื่อการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร





ภาพประกอบ 11 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567)

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การคำนวณความต้องการประชากรกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรของการวิจัยนี้ คือ กลุ่ม Expat ในประเทศไทยที่พำนักในกรุงเทพฯ และบริเวณพล ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และมีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันทั้งหมด 2 ใน 3 ของแอปพลิเคชันนี้ TripAdvisor, Airbnb, Klook

วิธีการคิดคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มเป้าหมาย

1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ในกรุงเทพฯ และบริเวณพล โดยมีจำนวนประมาณ 100,000 คน (TERRA BKK, 2562; สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. กลุ่มงานพัฒนาระบบควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว, 2562)

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยใช้สูตรการคำนวณ จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สูตร

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

แทนค่า

$$n = \frac{100,000}{1 + (100,000)(0.1)^2}$$

$$n = 99.9 \text{ คน หรือ } 100 \text{ คน}$$

เมื่อ

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 10%

สรุปขนาดกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 100 คน

ทั้งนี้ได้กำหนดให้กลุ่มสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นมากจากกลุ่มสัมภาษณ์เชิงปริมาณ เพื่อที่จะได้สังเคราะห์ชุดคำถามออกมาได้ และสามารถตั้งคำถามให้ตรงจุดในการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย และเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) จำนวน 100 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้แอปพลิเคชันในการท่องเที่ยวของพนักงานชาวต่างชาติ (EXPAT) ที่อาศัยในกรุงเทพฯ ผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีรายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวข้องกับวิธีการสื่อสาร การทำกิจกรรมระหว่างความต้องการสำหรับการเดินทาง เป็นต้น ในรูปแบบของการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีเนื้อหาเปรียบเทียบข้อมูลด้านความต้องการฟังก์ชัน และความซับซ้อนของแอปพลิเคชันที่มีให้ใช้งานในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 กลุ่ม Expat ที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) และเคยใช้แอปพลิเคชัน 2 ใน 3 ของแอปพลิเคชันนี้ TripAdvisor, Airbnb, Klook

โดยสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเชิงปริมาณเพื่อจำกัด และจัดกลุ่มของคำถาม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้รับมาสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงปัญหา และแนวทางการแก้ไขในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ที่เป็นตัวแทนกลุ่ม Expat ในประเทศไทยที่พำนักในกรุงเทพฯ จำนวน 3 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ท่านที่ 1 ชาวอเมริกัน อายุ 44 ปี เป็นผู้ทำธุรกิจภาคการท่องเที่ยว และทำงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ท่านที่ 2 ชาวอังกฤษ อายุ 53 ปี เป็นเจ้าของกิจการห้องพักในประเทศไทย และต่างประเทศในแอปพลิเคชัน Airbnb

ท่านที่ 3 ชาวญี่ปุ่น อายุ 47 ปี เป็นอาจารย์คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และให้คำแนะนำการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มชาวญี่ปุ่น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้คำแนะนำในการออกแบบแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย ซึ่งเครื่องมือสองแบบมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ผู้วิจัยเตรียมความรู้ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อตั้งคำถาม
2. ผู้วิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการรวบรวมข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากหนังสือ เว็บไซต์ และการให้คำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อความถูกต้องของการวิจัยและตรงประเด็นมากที่สุด
3. คำถามในแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างขึ้นเอง บนพื้นฐานของแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อครอบคลุมขอบเขตงานวิจัยเพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี ที่กำหนดไว้จากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ประกอบด้วย

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยแจกจ่ายแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย และนำมาดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาและพัฒนารูปแบบแอปพลิเคชัน ต้นแบบสำหรับนักท่องเที่ยว Expat ได้แก่ ข้อมูลหนังสือเรื่องการออกแบบสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน หนังสือการสนับสนุนการท่องเที่ยว Expat Technology การพัฒนาการสื่อสาร พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data)

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวม ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางต่าง ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานดูแลการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ Thailand Expat Travel Deal

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยว Expat ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ความต้องการ การใช้งาน ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ

3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

สร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อประเมินความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะในการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว

สร้างแบบสอบถามอย่างง่ายในรูปแบบออนไลน์ เพื่อกระจายให้กลุ่มประชากรทดลองทำ มุ่งหวังชุดข้อมูลที่ทำให้เห็นการจำแนกของกลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชัน และภาพรวมของการให้บริการของแอปพลิเคชันทั้ง 3 แอปพลิเคชัน โดยใช้การวิเคราะห์แอปพลิเคชันในเชิงโครงสร้างของแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ดังที่เสนอไว้ในบทที่ 2 โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชากรของการวิจัยนี้ คือ กลุ่ม Expat ในประเทศไทยที่พำนักในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และใช้แอปพลิเคชันเพื่อการค้นแบบทั้งหมด 2 ใน 3 ของแอปพลิเคชันนี้ TripAdvisor, Air BnB, Klook จำนวน 100 คน

ผู้วิจัยได้ออกแบบและสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและการศึกษานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อให้ทราบความต้องการจากกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ การศึกษา และข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) มีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการค้นคว้าหรือหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) มีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการท่องเที่ยว หรือทำกิจกรรม ในการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) มีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้ และความพึงพอใจของรูปแบบของแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว ที่ต้องการให้นำเสนอ ทั้งการออกแบบ สี สัน การสร้างความสนใจและความคาดหวังให้กับผู้ใช้งานผ่านช่องทางนี้ โดยข้อมูลมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) มีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) แบบตัวต่อตัวผ่านการสัมภาษณ์จากผู้วิจัย เลือกสัมภาษณ์จากกลุ่ม Expat ที่เป็นนักท่องเที่ยว โดยเป็น

กลุ่มที่เคยไปท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบและการใช้งาน หรือฟังก์ชันที่อยากให้มีในแอปพลิเคชัน เพื่อที่จะสามารถสนับสนุนการเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงปัญหาที่พบมากในการท่องเที่ยวที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศ และการเปรียบเทียบกับแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่น ๆ

จากการวิเคราะห์ในบทที่สอง ได้แสดงถึงการเปรียบเทียบการให้บริการของแอปพลิเคชัน ทั้ง 3 แอปพลิเคชัน TripAdvisor, Airbnb, Klook จึงได้เห็นการทำงานเบื้องต้น และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ ในบริบทและสถานการณ์ที่ต่างกัน อีกทั้งยังนำการวิเคราะห์พฤติกรรมการทำงาน ที่แบ่งออกเป็น 3 ประเภท เพื่อที่จะสามารถเจาะจงลงไปในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

โดยผู้วิจัยทำหน้าที่สัมภาษณ์สังเกตการณ์เชิงภาคสนาม ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และได้ข้อมูลลึกที่สุด โดยมีโครงสร้างคำถาม เป็นแบบ Semi – Structure กึ่งวางโครงสร้าง โดยมีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า กำหนดประเด็นคำถามให้มีความครอบคลุม และระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์มีอิสระที่จะซักถามเจาะลึกนอกเหนือจากคำถามที่เตรียมไว้ และผู้ได้รับการสัมภาษณ์ก็มีอิสระในการตอบคำถามเช่นกัน

โดยขั้นแรกผู้วิจัยได้แนะนำตัว แสดงเจตนาวิจัย โดยการสัมภาษณ์นั้นมีลักษณะแบบเป็นกันเองเชิงพูดคุยเพื่อนำไปสู่คำตอบในหัวข้อต่าง ๆ ใช้เวลาต่อคนโดยประมาณ 20-30 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่าน โดยจะสัมภาษณ์ตามหัวข้อ โดยข้อมูลเหล่านี้ได้จากการศึกษาค้นคว้า จนกว่าจะหมดข้อสงสัยใด ๆ หรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว จึงหยุดการสัมภาษณ์

นำแบบสัมภาษณ์ขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ และหาค่าดัชนีความสอดคล้องเมื่อได้สร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลแล้วเครื่องมือต้องมีคุณภาพที่ดี เพื่อข้อมูลที่เก็บรวบรวมวิเคราะห์ แล้วนำเสนอข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเมื่อนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจผิดพลาดน้อยที่สุด คุณภาพของเครื่องมือ รวบรวมพิจารณาคุณลักษณะดังนี้ ความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) และผ่านการวิเคราะห์ความเที่ยงตรง ด้วยวิธีการคิดวิเคราะห์ความสอดคล้อง ดังที่อธิบายไว้ในหัวข้อ ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4. วิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลข้อมูลในการศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับ Expat ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการอาศัยแนวคิด ทฤษฎี

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการวิจัยในการวิเคราะห์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกมา 2 รูปแบบคือ สร้างเป็นแอปพลิเคชันต้นแบบ สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่ม Expat ในประเทศไทย และรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ โดยการนำเข้าและประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งมีลำดับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ตารางแจกแจงความถี่ เป็นค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการจัดอันดับ (Ordering) เพื่อการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในด้านต่าง ๆ
2. การสรุปข้อมูลจากแบบสอบถามถึงความต้องการที่หลากหลายในหัวข้อเดียวกัน เพื่อจัดลำดับความสำคัญของคำตอบในข้อนั้น ๆ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลที่ได้นั้น ได้มาจากการถอดเทปสัมภาษณ์ จะคัดคำตอบออกเป็นส่วน ๆ และเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นให้สอดคล้องกัน โดยพิจารณาประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. จัดทำระบบข้อมูล ให้สามารถตรวจสอบ และกลับมาทบทวนได้
2. จัดกลุ่มคำตอบที่ใกล้เคียงกัน ไว้ในหมวดหมู่เดียวกัน เพื่อง่ายต่อการค้นหาและนำไปใช้
3. เขียนหรือบันทึกอย่างละเอียดชัดเจน โดยไม่มีการนำกฎหรือทฤษฎีต่าง ๆ มาควบคุมการเขียนบรรยายที่เกิดขึ้น
4. ใช้ความถี่ ร้อยละ และการจัดอันดับ เพื่อให้เห็นความสำคัญของข้อมูล

5. การสร้างรูปแบบการใช้งาน และงานออกแบบแอปพลิเคชันใหม่

สร้างรูปแบบการใช้งาน ของแอปพลิเคชันใหม่ สำหรับการท่องเที่ยวของ Expat ในประเทศไทย โดยนำเสนอตั้งแต่รูปแบบของแอปพลิเคชัน ฟังก์ชันตอบสนองความต้องการ Customer Journey และการออกแบบ UX/UI ที่เหมาะสมกับการสื่อสารกับกลุ่มประชากร โดยใช้ข้อมูลที่วิเคราะห์จากขั้นตอนที่ 4 มาประกอบการออกแบบ ที่สามารถสืบหาเหตุของการกระทำ และการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันดังกล่าว

6. การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ

นำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมายจากขั้นตอนที่ 4 ที่ได้ตัวโมเดลต้นแบบ พร้อมงานออกแบบ UX และ UI จึงนำงานออกแบบดังกล่าวขึ้นนำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 คน เพื่อแสดงโมเดลต้นแบบของแอปพลิเคชันที่ สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Expat ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยจำแนกการนำเสนอของโมเดล เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การออกแบบสำหรับแอปพลิเคชันใหม่

ส่วนที่ 1.1 การออกแบบแบรนด์

ส่วนที่ 1.2 การออกแบบ UX / UI ของแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 2 การกำหนดฟังก์ชันสำหรับแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 2.1 การกำหนดฟังก์ชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของ Expat

ส่วนที่ 2.2 การพัฒนาการสื่อสาร และแก้ไขปัญหาสำหรับการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2.3 ระบบการให้คะแนนในแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 3 Customer Journey

ส่วนที่ 3.1 การกำหนด Customer Journey

ส่วนที่ 3.2 การเชื่อมต่อของแอปพลิเคชันกับแอปพลิเคชันอื่น

จากนั้นสรุปข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไข พัฒนาแอปพลิเคชัน

บทที่ 4

ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว จำนวน 3 แอปพลิเคชัน

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ‘ประสิทธิภาพการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว จากกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat)’ โดยนำข้อมูลที่ได้รับมา เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) สำหรับการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากวิธีดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยจึงสามารถวิเคราะห์ดำเนินการตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3. แนวทางการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) สำหรับการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งได้มาจากการแจกแบบสอบถามกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) จำนวน 100 คน

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	67	67
หญิง	33	33
ไม่ระบุ	0	0
รวม	100	100

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30	6	6
30-40	26	26
40-50	49	49
50-60	19	19
60-70	0	0
รวม	100	100

จากตาราง 1 และ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุช่วง 40-50 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และอันดับที่สองคือ ผู้ที่มีอายุช่วง 30-40 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 โดยทั้งหมดนั้นเป็นเพศชาย 67 คน และหญิง 33 คน

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ชาวอเมริกัน	33	33
ชาวอังกฤษ	36	36
ชาวญี่ปุ่น	16	16
ชาวสวีเดน	6	6
ชาวสวิตเซอร์แลนด์	3	3
ชาวอิตาลี	2	2
ชาวเกาหลี	4	4
รวม	100	100

จากตาราง 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัญชาติอังกฤษ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36 และอันดับที่สองคือ ผู้ที่มีสัญชาติอเมริกันจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 อันดับสามคือ ผู้ถือสัญชาติญี่ปุ่นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ส่วนสองอันดับสุดท้ายคือ อิตาลี และ สวิตเซอร์แลนด์ โดยมีจำนวน 2 และ 3 คน ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะสมรส

สถานะสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	71	71
สมรสแล้ว	29	29
รวม	100	100

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกันในประเทศไทย

จำนวนคนในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	73	73
2 คน	27	27
มากกว่า 2 คน	0	0
รวม	100	100

ตาราง 6 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุตร

จำนวนคนในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีบุตร	81	81
มีบุตร 1 คน	17	17
มีบุตร 2 คน	2	2
มีบุตรมากกว่า 2 คน	0	0
รวม	100	100

จากตาราง 4-6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 71 และแต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 29 ส่วนจำนวนคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกันในประเทศไทย อาศัยอยู่กันเป็นคู่ ร้อยละ 27 อยู่เพียงลำพัง คิดเป็นร้อยละ 73 โดยทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ไม่มีบุตร

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
Office Staff	27	27
Engineer	9	9
Consultant & Business	23	23
Programmer	6	6
Teacher	19	19
Media	5	5
Artist	7	7
Housewife	4	4
รวม	100	100

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อปี

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 300,000 บาท/ปี	4	4
300,000-599,999 บาท/ปี	7	7
600,000-899,999 บาท/ปี	14	14
900,000-1,199,999 บาท/ปี	19	19
1,200,000-1,499,999 บาท/ปี	28	28
มากกว่า 1,500,000 บาท/ปี	25	25
รวม	100	100

จากตาราง 7 และ 8 ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำอาชีพพนักงานออฟฟิศ มากถึง 27 คน ในวงการธุรกิจ และที่ปรึกษา มากถึง 23 คน ลำดับถัดมาคือ ทำงานการศึกษา (ครู) 19 คน คิดเป็นลำดับถัดมาคือวิศวกร จำนวน 9 คน ลำดับสุดท้ายคือแม่บ้าน จำนวน 4 คน โดยทั้งหมดนี้มีผู้มีรายได้ต่อปีมากกว่า 1,500,000 บาท สูงถึง 25 คน รองจากผู้ที่มีรายได้ 1,200,000 – 1,499,999 บาทต่อปี ที่มีจำนวน 28 คนเช่นกัน

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	0	0
1 ปี	27	27
2 ปี	41	41
3 ปี	14	14
มากกว่า 3 ปี	18	18
รวม	100	100

ตาราง 9 แสดงถึงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในประเทศไทยมาแล้ว 2 ปี โดยคิดเป็น 41 % ส่วนอีก โดยกลุ่มที่อาศัยอยู่มากกว่า 3 ปีมีมากถึง 18%

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

ตาราง 10 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่การใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

ความถี่ / เดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 /เดือน	33	33
6-10 /เดือน	67	67
11-15 /เดือน	0	0
มากกว่า 15 ครั้ง / เดือน	0	0
รวม	100	100

ตาราง 10 แสดงให้เห็นถึงความถี่ของการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities) โดยผู้ตอบแบบสอบถาม 67 คน มีความถี่ราว 6-10 ครั้ง ต่อเดือน ในขณะที่ 33 คนที่เหลือ มีความถี่ 1-5 ครั้ง ต่อเดือน

ตาราง 11 แสดงระยะเวลาที่ใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

ระยะเวลาที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ชั่วโมง	0	0
ครึ่งวัน	74	74
1 วัน	0	0
2 วัน	26	26
3 วัน	0	0
รวม	100	100

ตาราง 12 แสดงจำนวนคนที่กลุ่มเป้าหมายใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยวด้วย (Leisure activities)

เดินทางกี่ท่าน	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	29	29
2 คน	59	59
3 คน	12	12
4 คน	0	0
มากกว่า 4 คน	0	0
รวม	100	100

จากตาราง 11 และ 12 ทำให้เห็นว่า การใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยวของกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expatriate) นั้น ใช้เวลาแบบเดินทางครึ่งวัน และเดินทางเป็นคู่ โดยมีอัตราร้อยละมากถึง 74 และ 59 ส่วน การใช้เวลา 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 26 การเดินทางคนเดียว ร้อยละ 29 และเดินทางเป็นกลุ่ม 3 คน ร้อยละ 12

ตาราง 13 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
Elders	0	0
Babies	0	0
Pets	0	0
Handicap	0	0
Friends	32	45.07
Family	39	54.03
Others	0	0
รวม	71	100

ตาราง 14 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการของผู้เดินทางในการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
Wheels Friendly	0	0
Elders Friendly	8	8
Family Restroom	14	14
Prayer room	0	0
Other	78	78
รวม	100	100

จากตาราง 13 และ 14 การเดินทางใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities) ในกลุ่มเป้าหมายนั้นมักใช้กับครอบครัวโดยคิดเป็นร้อยละ 54.03 ส่วนเดินทางกับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 45.07 โดยการเดินทางกับครอบครัว หรือกับเพื่อน มีความต้องการใช้ห้องน้ำครอบครัว จำนวน 14 คน และการใช้เวลากับการเดิน และสถานที่ที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ 8 คน โดยที่เหลือตอบในช่อง อื่น ๆ ซึ่งเป็นไปได้ว่า ไม่ต้องการความต้องการพิเศษอื่น เนื่องจากไม่มีข้อให้ตอบว่าไม่ต้องการ

ตาราง 15 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทางของผู้เดินทางในการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
Personal Car	67	34.4
Bus	24	12.3
Train	31	15.9
BTS/MRT	37	18.9
Boat-Ferry	0	0
Taxi/TukTuk	0	0
Motorcycle	4	2.5
Walk	24	12.3
Plane	8	4.1
Others	0	0
รวม	195	100

จากตาราง 15 แสดงวิธีการเดินทางทำให้พบว่า กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) มีการใช้รถยนต์ส่วนตัวมากเป็นอันดับแรก โดยมีอัตราร้อยละ 34.4 ส่วนลำดับถัดมาคือ BTS/MRT คิดเป็นร้อยละ 18.9

ตาราง 16 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้แอปพลิเคชันของผู้เดินทางในการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

แอปพลิเคชัน	จำนวน	ร้อยละ
Airbnb	84	17.2
Klook	27	5.5
Tripadvisor	67	13.7
Google/Search/Map	77	15.7
Wongai	59	12.1
GoWabi	37	7.5
Triplt	4	0.8
Booking.com	55	11.2
Agoda	78	15.9
Others	0	0
None of these	0	0
รวม	488	100

แอปพลิเคชัน Airbnb เป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้ในกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) มากที่สุด คิดเป็นอัตราร้อยละ 17.2 โดยที่อันดับสองคือ Agoda คิดเป็น 15.9 เปอร์เซ็นต์

ตาราง 17 แสดงอัตราร้อยละของแอปพลิเคชันที่กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) เลือกใช้สำหรับการเดินทาง โดยแบ่งตามลักษณะเวลาการใช้งานแอปพลิเคชัน

กลุ่มการใช้งานก่อนเดินทาง	กลุ่มใช้งานระหว่างเดินทาง	กลุ่มผสม
Airbnb 17.2%	Tripadvisor 13.7%	Google 15.7%
Agoda 15.9%	Wongnai 12.1%	Klook 6.5%
Booking.com 11.2%		Triplt 0.8%
GoWabi 7.5%		

จากตาราง 17 แสดงให้เห็นว่า Airbnb เป็น แอปพลิเคชันพลีเซนต์ที่คนใช้งานสูงสุดในกลุ่มการใช้งานก่อนการเดินทาง ต่อด้วย Agoda, Booking.com, GoWabi ตามลำดับ ส่วนกลุ่มการใช้งานระหว่างการเดินทาง Tripadvisor มาเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วย Wongnai (แอปพลิเคชันสัญชาติไทย) ในกลุ่มนี้เป็นที่น่าสนใจที่มีกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) เลือกใช้แอปพลิเคชันท้องถิ่นมากถึงร้อยละ 12.1 สุดท้ายกลุ่มผสม อันดับที่ 1 คือ Google ซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 15.7 โดยถัดมาคือ Klook ร้อยละ 6.5 โดยหากตัดความ multitasking ของ Google ที่รวมทั้ง Maps หรือ Search Engine ทำให้ ทั้ง Airbnb TripAdvisor และ Klook เป็นแอปพลิเคชันที่เป็นตัวแทนของทั้ง 3 ลักษณะเวลาการใช้งานได้อย่างดี

ตาราง 18 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบระหว่างการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว (Leisure activities)

ปัญหาที่พบ	จำนวน	ร้อยละ
Difficulty in transportation	57	31.3
Weather conditions	65	35.7
Communication	44	24.1
Pick Pocketing/Scamming	10	5.5
High Cost / Expensive	0	0
Health and Physical Limitations	0	0
Cultural Differences	0	0
Difficulty in making Arrangements	6	3.3
รวม	182	100

ปัญหาหลักในการท่องเที่ยวของ กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) จากแบบสำรวจ ทำให้เห็นว่า ปัญหาของสภาพอากาศ (ฝน / แดด/ น้ำท่วม) เป็นสิ่งที่กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย (Expat) คิดว่าเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ถัดมาคือความยากลำบากในการเดินทาง โดยคิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนในเรื่องราคาที่สูง การบริการทางสุขภาพ และความแตกต่างทางวัฒนธรรมกลับไม่เป็นปัญหาใด ๆ

ส่วนที่ 3 การใช้งานแอปพลิเคชัน Airbnb

Questions	Satisfaction rating Scale				
	1	2	3	4	5
Attractions information (such as landmarks, tourists attractions)	-	-	12	86	2
Accommodation Information (Such as Hotels, guest houses)	-	-	4	15	81
Experience Information (Such as Workshop, Guide)	-	-	17	74	9
Overall interface of Airbnb (Website / mobile application)	-	-	6	83	11
Icon and Infographic Design	-	-	1	90	9
Navigating on the platform	-	2	9	69	22
Amount in-app advertisement	-	-	6	92	2
Helpfulness of Community (such as reviews and social media)	-	-	4	91	5
Accommodation booking process	-	-	14	77	9
Search feature	-	-	5	89	6
Map Function (to see overall information of city or district)	-	-	32	66	1
Help Center is useful	-	-	28	70	2
Responsiveness of call center / help desk	-	-	33	55	12
Other problems you have encountered or experienced?	-	-	-	-	-

ภาพประกอบ 12 แสดงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Airbnb

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

จากภาพประกอบ 12 ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Airbnb แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มผู้ใช้งานนั้นมีความพึงพอใจในส่วนของการให้ข้อมูลที่พิก โดยให้ค่าความพึงพอใจมากที่สุด มากถึง 81% (ให้ค่าความพึงพอใจ จาก 1 ถึง 5 โดย 1 คือไม่พอใจ และ 5 คือพอใจมากที่สุด) ซึ่งค่า ความพึงพอใจมากที่สุดนั้นมีเพียงการให้ข้อมูลที่พิกที่มีค่าสูงเกิน 50% ส่วนการให้บริการอื่น ๆ ทั้งหมด อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจ (ค่าความพึงพอใจ 4) โดยทั้งหมดมีอัตราร้อยละ 60-92 ซึ่งถือว่าอยู่ใน เกณฑ์ดีมาก นอกจากนี้จากข้อมูลข้างต้นยังทำให้เห็นว่าการให้ค่าความพึงพอใจระดับ 3 มีจำนวน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28 ในเรื่องระบบให้ความช่วยเหลือ ซึ่งไม่ได้มีค่าความไม่พึงพอใจสูงมากนัก

ตาราง 19 แสดงฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน Airbnb

ฟังก์ชัน	จำนวน	ร้อยละ
Maps	44	44
Booking	74	74
Help Center	41	41
Hosting	49	49
Weather Forecast	0	0
Routing	0	0
Reservation	24	24
Review	69	69
Community	54	54
รวม	355	355

จากตาราง 19 แสดงให้เห็นว่าฟังก์ชันที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบในแอปพลิเคชัน Airbnb มากที่สุดนั้นคือ ระบบการจอง โดยมีคนชอบถึง 74 คน ลำดับที่สองคือระบบการให้คำแนะนำ 69 คน การให้บริการชุมชน 54 คน และการเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 49 คน ส่วนแผนที่ และการให้ความช่วยเหลือ มีคนให้ความชื่นชอบที่ 44 และ 41 คนตามลำดับ ส่วนการพยากรณ์อากาศ และการนำทางนั้น ไม่มีใครชื่นชอบในฟังก์ชันนี้เลย (ในแอปพลิเคชันไม่มีบริการ)

ส่วนที่ 4 การใช้งานแอปพลิเคชัน Tripadvisor

Questions	Satisfaction rating Scale				
	1	2	3	4	5
Attractions information (such as landmarks, tourists attractions)	-	-	16	71	13
Accommodation Information (Such as Hotels, guest houses)	-	-	18	81	1
Experience Information (Such as Workshop, Guide)	-	4	17	77	2
Overall interface of Airbnb (Website / mobile application)	-	-	46	54	-
Icon and Infographic Design	-	7	44	47	2
Navigating on the platform	-	13	59	28	0
Amount in-app advertisement	-	-	8	92	
Helpfulness of Community (such as reviews and social media)	-	11	78	11	-
Accommodation booking process	-	12	79	9	-
Search feature	-	-	7	77	16
Map Function (to see overall information of city or district)	-	-	9	84	7
Help Center is useful	-	13	69	11	7
Responsiveness of call center / help desk	-	9	78	13	-
Other problems you have encountered or experienced?	-	-	-	-	-

ภาพประกอบ 13 แสดงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Tripadvisor

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรรมเทพ รัตนากร (2567).

จากภาพประกอบ 13 ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Tripadvisor แสดงให้เห็นว่าจากกลุ่มผู้ใช้งานนั้นมีฟังก์ชันข้อมูลสถานที่ และการค้นหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (ค่าความพึงพอใจ 5) เกิน 10% (ให้ค่าความพึงพอใจ จาก 1 ถึง 5 โดย 1 คือไม่พอใจ และ 5 คือพอใจมากที่สุด) ส่วนค่าความพึงพอใจระดับ 4 นั้นฟังก์ชันการขึ้นโฆษณาภายในแอปพลิเคชัน เป็นลำดับที่ 1 โดยมีอัตราร้อยละ 92 อันดับที่ 2 คือ ระบบแผนที่ คิดเป็นร้อยละ 84 ส่วนการให้ข้อมูลที่ปัก การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และการทำกิจกรรม ได้รับความนิยมพึงพอใจคิดเป็นร้อยละ 81, 71 และ 77 ตามลำดับ ส่วนฟังก์ชันที่มีการให้ค่าความพึงพอใจระดับ 3 มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 79 ในเรื่องระบบการจอง และชุมชน แต่ฟังก์ชันที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด (ค่าความพึงพอใจ 2) คือการใช้งาน และระบบความช่วยเหลือแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 13

ตาราง 20 แสดงฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน TripAdvisor

ฟังก์ชัน	จำนวน	ร้อยละ
Maps	34	34
Booking	14	14
Help Center	17	17
Hosting	0	0
Weather Forecast	0	0
Routing	29	29
Reservation	0	0
Review	65	65
Community	47	47
รวม	206	206

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นว่าฟังก์ชันที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบในแอปพลิเคชัน TripAdvisor มากที่สุดนั้นคือ ระบบการให้คำแนะนำ โดยมีคนชอบถึง 65 คน ลำดับที่สองคือ ชุมชน จำนวน 47 คน ส่วนระบบการให้การนำทาง และ แผนที่ มีคนให้ความชื่นชอบที่ 29 และ 34 คน ตามลำดับ ส่วนการพยากรณ์อากาศ การเป็นเจ้าของกิจการ และระบบการจอง ไม่มีใครใคร่ชื่นชอบฟังก์ชันทั้งสามนี้เลย (ระบบพยากรณ์อากาศไม่มีในแอปพลิเคชัน)

ส่วนที่ 5 การใช้งานแอปพลิเคชัน Klook

Questions	Satisfaction rating Scale				
	1	2	3	4	5
Attractions information (such as landmarks, tourists attractions)	-	-	9	75	5
Accommodation Information (Such as Hotels, guest houses)	-	-	15	82	3
Experience Information (Such as Workshop, Guide)	-	-	-	13	87
Overall interface of Airbnb (Website / mobile application)	-	-	6	21	73
Icon and Infographic Design	-	-	-	9	91
Navigating on the platform	-		10	85	5
Amount in-app advertisement	-	-	30	70	-
Helpfulness of Community (such as reviews and social media)	-	-	20	80	-
Accommodation booking process	-	-	15	85	-
Search feature	-	-	70	25	5
Map Function (to see overall information of city or district)	-	-	-	80	20
Help Center is useful	-		11	83	6
Responsiveness of call center / help desk	-		20	75	5
Other problems you have encountered or experienced?	-	-	-	-	-

ภาพประกอบ 14 แสดงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Klook

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

จากภาพประกอบ 14 ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Klook แสดงให้เห็นว่าจากกลุ่มผู้ใช้งานนั้นมีความพึงพอใจในส่วนของกรออกแบบสัญลักษณ์ และการให้ข้อมูลผ่านกราฟิก

โดยให้ค่าความพึงพอใจมากที่สุด มากถึง 91% (ให้ค่าความพึงพอใจ จาก 1 ถึง 5 โดย 1 คือไม่พอใจ และ 5 คือพอใจมากที่สุด) โดยเป็นค่าที่สูงที่สุดใน 3 แอปพลิเคชัน การให้ข้อมูลการทำกิจกรรม และการออกแบบ Interface คิดเป็นร้อยละ 87 และ 73 ตามลำดับ ซึ่งค่าความพึงพอใจในระดับ 4 มีค่าสูงเกิน 50% ในส่วนการให้บริการอื่น ๆ ทั้งหมด มีเพียงระบบการค้นหาภายในแอปพลิเคชัน ที่มีความพึงพอใจในระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 70

ตาราง 21 แสดงฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน Klook

ฟังก์ชัน	จำนวน	ร้อยละ
Maps	5	5
Booking	15	15
Help Center	12	12
Hosting	0	0
Weather Forecast	0	0
Routing	17	17
Reservation	18	18
Review	26	26
Community	6	6
รวม	99	99

จากตาราง 21 แสดงให้เห็นว่าฟังก์ชันที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบในแอปพลิเคชัน Klook มากที่สุดนั่นคือ ระบบการให้คะแนน โดยมีคนชอบ 26 คน ลำดับที่สองคือ ระบบการจอง จำนวน 18 คน ส่วนระบบการให้การนำทาง และการให้ความช่วยเหลือ มีคนให้ความชื่นชอบที่ 17 และ 12 คน ตามลำดับ ส่วนการพยากรณ์อากาศ การเป็นเจ้าของกิจการ ไม่มีใครชื่นชอบฟังก์ชันทั้งสองนี้เลย (ระบบพยากรณ์อากาศไม่มีในแอปพลิเคชัน)

2. การสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากผลการตอบแบบสอบถามของ Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) จำนวน 100 คน ทำให้เห็นแนวโน้มความต้องการ และความชื่นชอบในแอปพลิเคชัน ที่แตกต่างกันจึงเกิดข้อสงสัยและต้องการหาคำตอบที่ละเอียดและเข้าถึงได้มากขึ้น โดยนำข้อสงสัย

มาปรับเป็นการตั้งคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ซึ่งคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถแบ่งเป็น 3 หัวข้อใหญ่ดังนี้

1. ปัญหาในการท่องเที่ยว
2. ฟังก์ชันในแอปพลิเคชัน
3. การออกแบบแอปพลิเคชัน

2.1 คำถามกลุ่มปัญหาในการท่องเที่ยว

คำถามกลุ่มนี้มุ่งไปที่ปัญหาและเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดความยากลำบากทั้งทางกายภาพ และทางความรู้สึก ทั้งก่อนเดินทาง และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (ไม่เกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน) โดยมี 3 คำถามดังนี้

1. เหตุการณ์ใดหากเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้ล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว
2. มีปัญหาอะไรที่มักเกิดขึ้นซ้ำบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว
3. ท่านต้องการให้มีการพัฒนาหรือแนะนำอะไร เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว

2.2 คำถามกลุ่มฟังก์ชันในแอปพลิเคชัน

คำถามกลุ่มนี้กำหนดให้ครอบคลุมภายในประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยกำหนดคำถามออกมา 4 ข้อดังนี้

1. ฟังก์ชันที่สำคัญที่สุดในแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 3 อันดับ
2. การใช้ฟังก์ชันใดที่มักเกิดความผิดพลาด หรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้
3. มีฟังก์ชันใดที่แอปพลิเคชันในปัจจุบันไม่ได้ให้บริการ แต่อยากให้มีในอนาคต
4. ผู้ใช้ต้องการข้อมูล หรือการให้บริการด้านไหนบ้าง ในฟังก์ชันการรีวิว และชุมชน

2.3 คำถามกลุ่มการออกแบบแอปพลิเคชัน

คำถามกลุ่มนี้จำกัดเพียงการออกแบบกราฟิก และการเลือกใช้ภาพ/วิดีโอ/ทัศนียภาพภายในแอปพลิเคชัน รวมถึงขั้นตอน และลำดับการใช้งาน โดยมีคำถามจำนวน 3 ข้อดังนี้

1. หากต้องเลือกสี หรือภาพ สำหรับแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวในประเทศไทย จะเป็นอะไร และทำไมถึงนึกถึงสิ่งเหล่านี้
2. การใช้สัญลักษณ์ และอินโฟกราฟิก ทำให้เกิดความเข้าใจ และแทนค่าการสื่อสารได้ดีหรือไม่
3. สำหรับการใช้งานแอปพลิเคชัน การลำดับขั้นตอน และการเชื่อมต่อระหว่างฟังก์ชัน มีผลต่อการเข้าใจ และความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้น้อยอย่างไร

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสร้างคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก และนัดหมายกลุ่มเป้าหมาย Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ที่สะดวกให้สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน โดยมีรายละเอียดส่วนบุคคลพอสังเขปดังนี้

ตาราง 22 แสดงรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลพอสังเขป ของตัวแทน Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับ	สัญชาติ	อายุ	อาชีพ	ความถี่ในการท่องเที่ยว
1	สหรัฐอเมริกา	37	ครูโรงเรียนนานาชาติ	5-6 ครั้ง/เดือน
2	สหรัฐอเมริกา	38	ครูโรงเรียนนานาชาติ	5-6 ครั้ง/เดือน
3	สหรัฐอเมริกา	34	ครูโรงเรียนนานาชาติ	5-6 ครั้ง/เดือน
4	สหรัฐอเมริกา	45	พนักงานบริษัท	2-3 ครั้ง/เดือน
5	สหรัฐอเมริกา	44	พนักงานบริษัท	5-6 ครั้ง/เดือน
6	อังกฤษ	47	ธุรกิจส่วนตัว	2-3 ครั้ง/เดือน
7	อังกฤษ	53	ธุรกิจส่วนตัว	1-2 ครั้ง/เดือน
8	ญี่ปุ่น	47	อาจารย์มหาวิทยาลัย	1-2 ครั้ง/เดือน
9	ออสเตรเลีย	39	ครูโรงเรียนนานาชาติ	5-6 ครั้ง/เดือน
10	ออสเตรเลีย	34	พนักงานบริษัท/ครู	5-6 ครั้ง/เดือน

จากตาราง 22 การสัมภาษณ์เชิงลึก จำแนกตามสัญชาติเป็น สหรัฐอเมริกา จำนวน 5 คน อังกฤษ 2 คน ออสเตรเลีย 2 คน และญี่ปุ่น 1 คน จำแนกตามช่วงอายุ 30-40 ปีมีจำนวนมากที่สุด ถึง 5 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวมากถึง 5-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 6 คน

4. การรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่ม กับ Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย)

4.1 ประเด็นเหตุการณ์ที่จะทำให้ล้มเลิกความตั้งใจในการท่องเที่ยว

ปัจจัยภายนอก การล้มเลิกแผนการเดินทางที่เกิดขึ้นบ่อย อันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอกเป็นหลัก สาเหตุสำคัญเกือบทั้งหมดคือฝน เนื่องจากการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายนั้น พึ่งพาระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพฯ จึงทำให้การเดินทางสัญจรลำบากหากเกิดฝนตกหนัก และน้ำ

ท่วมขัง การออกจากบ้านแบบครึ่งวัน หรือการนัดหมายเพื่อน ถูกเลื่อน หรือยกเลิกไป ปัญหาจากปัจจัยภายนอกส่วนน้อย คือสภาพการจราจร ในกลุ่มที่มีอายุมากและใช้รถยนต์ส่วนตัว การเดินทางเข้าเมืองในสภาพที่การจราจรหนาแน่นทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานที่ปลายทางได้ แต่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก เพราะหลายคนที่อาศัยที่ประเทศไทยมานานก็จะปรับตัวหรือสามารถคาดคะเนความเสี่ยงตรงนี้ได้

ปัจจัยภายใน จากการสัมภาษณ์ในกลุ่มนี้ ปัจจัยภายในเช่น เรื่องความสัมพันธ์ส่วนตัว การจัดการเวลา และสุขภาพ ไม่ได้มีผลชัดเจนต่อการล้มเลิกการท่องเที่ยว โดยให้เหตุผลว่าเป็นเรื่องที่ต้องจัดการแยกจากเรื่องการพักผ่อน

4.2 ประเด็นปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่พบเป็นประจำ

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า ปัญหาที่มักเกิดขึ้นบ่อยคือการใช้ภาษา ส่วนใหญ่เกิดจากการสื่อสารเพื่อสอบถามข้อมูล หรือต้องการให้ข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ โดยยกตัวอย่างเช่น การบอกสถานที่ปลายทางเมื่อขึ้นแท็กซี่ หรือรถโดยสารประเภทมอเตอร์ไซค์วิน และรถสองแถว แต่การเดินทางกลับที่พักไม่พบปัญหาเนื่องจากรายละเอียด และการออกเสียงของที่พักอาศัยได้ แต่ปัญหาเรื่อง การอ่านก็มีผลมากเช่นกัน โดยที่เมื่อเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในชุมชน มักมีเพียงคำบรรยายภาษาไทย จึงทำให้ไม่เข้าใจเนื้อหา หรือมากไปกว่านั้น ชื่อของสถานที่หรือป้ายบอกทางก็ไม่สามารถอ่านให้เข้าใจได้ จึงจำเป็นต้องใช้แอปพลิเคชัน Google Translate ในฟังก์ชันกล้องสแกนอ่านแปลภาษา แต่แต่ละรูปแบบอักษรก็อาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดขึ้นได้เช่นกัน

นอกจากนี้การแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ ก็มักเกิดความคลาดเคลื่อนในการทั้งชื่อสถานที่ หรือการให้ข้อมูล ชาวต่างชาติที่ไม่มีความคุ้นชินเรื่องภาษา และการออกเสียงเมื่อพบหรือค้นหาสถานที่ใหม่ มักเกิดความสับสนขึ้น เช่น คำว่า เทวกุล จากการออกเสียง และการใช้ภาษาเทียบจากรากศัพท์ จะเขียนว่า Dhevakula (Dhe-va-Ku-la) แต่ก็ยังมีการสะกดตามคำไทยอย่าง Thevakul หรือ Tewakul อยู่บ่อยครั้ง จึงทำให้เกิดความสับสนขึ้น อีกทั้งการตั้งชื่อสถานที่ ที่ไม่ได้เชื่อมโยงกับพื้นที่ และชื่อซ้ำกัน แต่สถานที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความสับสน เช่น สถานีรถไฟฟ้า พญาไท (Phaya Thai BTS Station) ทั้งอยู่บนถนนพญาไท (Thanon Phaya Thai) แต่ไม่ได้อยู่ในเขต พญาไท ส่วนพระราชวังพญาไท ตั้งในเขตพญาไท แต่ไม่ได้อยู่บนถนนพญาไท ผวนกับชื่อภาษาอังกฤษที่ใช้ว่า PhyaThai Palace แตกต่างจากที่อื่นอีกด้วย

4.3 ประเด็นการเสนอในการพัฒนาเพื่อยกระดับการเดินทางท่องเที่ยว

สืบเนื่องจากข้อ 4.2 ทางผู้ให้สัมภาษณ์เสนอให้มีการเพิ่มเติมภาษาอังกฤษในป้ายบอกทาง หรือทำควอเตอร์โค้ดสำหรับข้อมูลภาษาอังกฤษเพิ่มเติม รวมถึงการจัดการรถยนต์ส่วนตัวในพื้นที่ตัวเมืองกรุงเทพฯ ให้มีความคล่องตัวในการใช้รถสัญจร และทำให้รถโดยสารประจำทางสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ อย่างตรงเวลา

4.4 ประเด็นการเลือกฟังก์ชันที่สำคัญที่สุดในแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 3 อันดับ

อันดับที่หนึ่ง จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายฟังก์ชันที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยว มีความสำคัญอันดับ 1 ถึง 7 คน คือฟังก์ชันค้นหา หลายคนต้องการตัวช่วยการค้นหาที่มีประสิทธิภาพสามารถตรวจสอบคำศัพท์ใกล้เคียง แม้แต่การเสนอสถานที่ใกล้เคียง หรือมีความเกี่ยวข้องกับคำที่ใช้ค้นหา เพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ อีกทั้งการแสดงตำแหน่งสถานที่ และให้ข้อมูลเบื้องต้นในหน้าค้นหา สำคัญมากต่อการเลือกเดินทาง หรือศึกษาสถานที่นั้น ๆ เพิ่มเติม หนึ่งในผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นที่น่าสนใจว่า เขาอยากรู้ในสิ่งที่ไม่คิดว่าจำเป็น โดยยกตัวอย่างว่า เมื่อค้นหาสถานที่สำหรับไปพักผ่อน ตัดสินใจไปที่วัดแห่งหนึ่ง แต่ไม่ได้มีการบอกว่าห้ามใส่กางเกงขาสั้น หรือแม้แต่การพาสัตว์เลี้ยงไปเที่ยว ไม่มีบอกหรือนำสัตว์เลี้ยงเข้าได้ไหม เมื่อโทรไปก็สื่อสารกันลำบากอีกด้วย

อันดับที่สอง ฟังก์ชันการให้คะแนนหรือรีวิวนั้น ถูกให้คะแนนความสำคัญเป็นอันดับสอง เพราะว่ารีวิวจากผู้ใช้งานจริงจะทำให้เห็นมิติของสถานที่ได้มากกว่า และที่สำคัญคือรีวิวของชาวต่างชาติด้วยกันเองจะมีมุมมองที่น่าสนใจแตกต่างจากรีวิวของคนในพื้นที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวไว้ว่า “รีวิวที่เป็นคนชาติเดียวกันเขียน ทำให้น่าสนใจมากขึ้น สามารถตัดสินใจไปได้เลย” ที่กล่าวมาด้วยเหตุผลว่า คนประเทศเดียวกัน วัฒนธรรมที่โตมาคล้ายกัน อาจมีความชื่นชอบและความต้องการคล้าย ๆ กัน และมีแนวโน้มคล้ายตามได้มาก แม้แต่เรื่องอุณหภูมิ เช่น รีวิวชาวอังกฤษในวัดโพธิ์ บอกว่าร้อนมาก แต่รีวิวของชาวอิตาลีบอกว่าอากาศไม่ร้อน คนเชื้อชาติอังกฤษก็อาจจะไม่เชื่อบทความความคิดเห็นของชาวอิตาลี

อันดับที่สาม ฟังก์ชันข้อมูลส่วนไม่ใช่ฟังก์ชันหลักของแอปพลิเคชัน ที่มีการวิเคราะห์เบื้องต้น และในแบบสอบถามก็มีคนพูดถึงแค่ผิวเผิน ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า หากข้อมูลของผู้ใช้ สามารถจดจำรายละเอียดข้อมูลการเดินทางไว้อย่างครบถ้วนแล้ว จะช่วยลดภาระการเก็บเอกสาร และการลิ้มเอกสารสำคัญไปได้ รวมถึงข้อมูลที่ลิ้มบันทึกไว้ แล้วเสียเวลาตามหารายละเอียดใหม่อีกครั้ง ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ตัวอย่างว่า เพื่อป้องกันการหลงลืม ได้กดบันทึกหน้าจอ (Captured Screen) แล้วจึงรวบรวมเป็นอัลบั้มภาพเก็บไว้ ซึ่งรวมทั้งบัตรโดยสารการเดินทาง บัตรเข้าชมสถานที่ รายละเอียดการเดินทาง หรือรวมถึงสำเนาพาสปอร์ตส่วนตัวสำหรับยืนยันตัวตน

4.5 ประเด็นการใช้งานฟังก์ชันในแอปพลิเคชันที่มักเกิดความผิดพลาด หรือไม่ สามารถตอบสนองความต้องการได้

ฟังก์ชันที่มักทำงานผิดพลาด หรือรายละเอียดไม่ถูกต้อง เป็นกลุ่มปัญหาที่เป็นเรื่องใหญ่ เนื่องจากปลายทางผู้ใช้ไม่ทราบว่าข้อมูลเหล่านี้ผิด ไม่ตรงตามความเป็นจริง โดยยกตัวอย่างเช่น การเสิร์ชว่าพิพิธภัณฑ์นี้เปิดให้บริการ 11.00-18.00 ปิดทุกวันจันทร์ แต่แท้จริงแล้วปิดวันจันทร์ - อังคาร อีกทั้งหากมีกิจกรรม หรือประกาศที่แตกต่างจากสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ระบบไม่ได้ประมวลผลส่วนนี้เข้ามาด้วย (ซึ่งในความเป็นจริง เจ้าของสถานที่นั้น ๆ ต้องเป็นคนแจ้ง) ยกตัวอย่างเช่น วันนี้ร้านอาหารปิดเนื่องจากกิจกรรมภายใน ถูกประกาศในสื่อโซเชียลมีเดีย แต่ในแอปพลิเคชัน เมื่อเสิร์ชข้อมูลยังแสดงว่าเปิดตามปกติอยู่ เป็นต้น

ฟังก์ชันที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ปัญหานี้แตกต่างจากการทำงานผิดพลาดตรงที่เมื่อฟังก์ชันตอบสนองความต้องการด้วยผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว กลับไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ที่ให้อยู่ที่นั่น ๆ โดยมักเกิดขึ้นกับการเสิร์ช เนื่องจากกลุ่ม Expat ไม่สามารถพิมพ์ตัวอักษรภาษาไทยได้ (ทั้งไม่สามารถสะกด และอ่านภาษาไทยได้) จึงต้องเสิร์ชเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้เกิดการคลาดเคลื่อนในชื่อของสถานที่ กิจการ และข้อมูลของสถานที่นั้น ๆ นอกจากนั้นที่อยู่ของสถานที่อาจไม่ถูกแปลภาษามาด้วย หรือแปลภาษามากก็ไม่สามารถอ่านเป็นภาษาไทยได้ อาจเนื่องด้วยระบบฟังก์ชันของการเปลี่ยนภาษา หรือข้อมูลในระบบถูกใส่รายละเอียดมาเป็นเพียงภาษาไทย ทำให้การประเมินผลผิดพลาด และทำให้เกิดความยากลำบากในการใช้งาน

4.6 ประเด็นฟังก์ชันใดที่แอปพลิเคชันในปัจจุบันไม่ได้ให้บริการ แต่อยากให้มีในอนาคต

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายไม่ได้มีฟังก์ชันไหนที่ต้องการ นอกเหนือจากที่ให้บริการในแอปพลิเคชันในปัจจุบัน แต่ต้องการใช้ข้อมูลจากหลายแอปพลิเคชันมาผนวกกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชัน Rain Viewer โดยแอปพลิเคชันนี้จะบอกตำแหน่งและทิศทางการเคลื่อนที่ของเมฆฝน และคาดคะเนเวลาที่ฝนจะเริ่มตก และหยุดลงในพื้นที่ที่เราต้องการทราบ ซึ่งทำให้ต้องเปิดแอปพลิเคชันนี้ควบคู่กับการค้นหาข้อมูลที่ต้องเกี่ยววันนั้น ๆ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงจากการทำงานระหว่างแอปฯ คือการจดจำสถานที่ในแอปพลิเคชัน Rain Viewer แตกต่างจากแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยจะแบ่งเป็นเขต หรือเมือง และเป็นการดูภาพรวม ไม่ได้เจาะลงไปยังสถานที่จำเพาะที่อยากทราบ และเมื่อต้องการค้นหา ก็พบปัญหาเรื่องภาษา อย่างที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อก่อน อีกทั้งมีปัญหาเรื่องการจดจำแผนที่และพื้นที่ที่ไม่คุ้นชินอีกด้วย ทำให้การใช้แอปพลิเคชันคู่กันในการวางแผนเป็นไปด้วยความยากลำบาก



ภาพประกอบ 15 ตัวอย่างแอปพลิเคชัน Rain viewer

ที่มา: Rain Viewer (2567).

4.7 ประเด็นความต้องการข้อมูล หรือการให้บริการในส่วนของฟังก์ชันการให้คะแนน และชุมชน

สืบเนื่องจากจากประเด็นฟังก์ชันสำคัญนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับฟังก์ชันการให้คะแนน ทางผู้ให้มีแนวโน้มจะเชื่อถือการให้คะแนนของกลุ่มคนที่มาจากประเทศเดียวกันมากกว่า และยังให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับฟังก์ชันนี้เพิ่มเติม โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวอ้างอิงแอปพลิเคชัน Google Maps ที่ภาพในสถานที่นั้น ๆ จะถูกรวบรวมขึ้นมาจากรีวิว หรือการให้คะแนนจากผู้ใช้งานจริง จึงทำให้เห็นภาพของสถานที่ ภาพของเมนูอาหาร และมุมของผู้ใช้งานจริง จึงเหมาะที่จะประกอบการตัดสินใจ ในการไปสถานที่นั้น ๆ และยังเหมาะสำหรับการลองอะไรใหม่ ๆ เช่นกัน “ชอบดูรูปของคนทีรีวิวอาหารในแอปฯ ว่าที่เขาชอบ เขากินอะไรไม่เหมือนกับที่ร้านแนะนำบ้าง” หรือในเชิงลบ “จากร้านที่รีวิว ให้คะแนนกันสูง ๆ จะกดดูว่าคนที่ให้ 1-2 ดาว คำเขียนว่าไปโดนอะไรมา ทำไมถึงให้คะแนนแบบนี้” และกลุ่มเป้าหมายนั้นก็ยังให้ความสำคัญกับการแนะนำ หรือ Tips อื่น ๆ ด้วย อย่างเช่น กลุ่มเป้าหมายจะให้ความสนใจกับ KOL (Key Opinion Leader) ที่เป็นชาวต่างชาติด้วยกัน ทำนำเสนอชีวิตในประเทศไทย มากกว่า ดูรีวิว หรือการนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป ตัวอย่างที่ชัดเจนอีกอันหนึ่งคือกลุ่มของคนญี่ปุ่นในไทย ผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นให้ความเห็นว่า “ภรรยาผมจะมีกลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่นที่แนะนำที่เที่ยว ของกินกันบ่อย ๆ เขาก็จะเอามาเล่าให้ฟังประจำ หรือคลิปของคุณ Maibaru Vlog ทาง YouTube เป็นคนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในไทย ก็เอามาดูด้วยกันเสมอ”

4.8 ประเด็นการเลือกสี หรือภาพ สำหรับแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวในประเทศไทย จะเป็นอะไร และทำไมถึงนึกถึงสิ่งเหล่านี้

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย พูดถึงสีเหลืองเป็นส่วนใหญ่ โดยให้เหตุผลถึงสีของสถานที่ทางศาสนา เจดีย์ หรือขนม ทองหยิบ ฝอยทอง อีกตัวอย่างที่น่าสนใจ คือกล่าวไปว่าเห็นภาพใส่เสื้อที่มักใช้สีเหลือง - ทองในการทำโลโก้ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ส่วนสีอีกสีหนึ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์พูดถึงคือสีแดง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ พูดถึงพริก ให้ความเห็นว่ามีสีสันของอาหารไทย มักจะมีพริกแดง ๆ วางประดับใส่อยู่ ส่วนภาพที่ผู้ให้สัมภาษณ์นึกถึงแตกต่างกันมาก โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มสถาปัตยกรรม ผู้ที่ตอบในกลุ่มนี้พูดถึงสถานที่ที่พูดถึงความโดดเด่นของสถาปัตยกรรม ที่มีรูปทรงไม่เหมือนกับที่อื่น “ วัดอรุณฯ (หมายถึงพระปรางค์) พอเห็นก็จะนึกถึงประเทศไทย” ผมว่ามันดูตลก แต่ดีกมมานานมันแปลกตามาก ผมเห็นทุกครั้งตอนไปทำงานจนนึกภาพอย่างอื่นไม่ออกแล้วครับ ”

กลุ่มอาหาร “ผัดไทย ทุกคนในโลกนี้รู้จักผัดไทย แล้วมันก็มีชื่อไทยในนั้นด้วย ใครเห็นก็ต้องรู้ว่าไทย” “ต้มยำ ฉันเคยดูตอนเด็ก ๆ ที่มีคนมาต๋อย ๆ โทนี่จา” เขาให้ความเห็นว่า จำไม่ได้หรอกนะว่าต้มยำในภาพยนตร์หน้าตาเป็นอย่างไร แต่จำชื่อต้มยำได้ และคิดว่าทุกคนก็จะจำได้

กลุ่มภาษา เลขไทย เป็นตัวเลือกหนึ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์เลือกมา โดยให้เหตุผลว่า การใช้ระบบเลขไทย ที่มีภาษาของตัวเองและสื่อสารสิ่งที่เบ็นสากลนั้นทำให้มีความเป็น Universal และเป็นเอกลักษณ์ภายในตัว

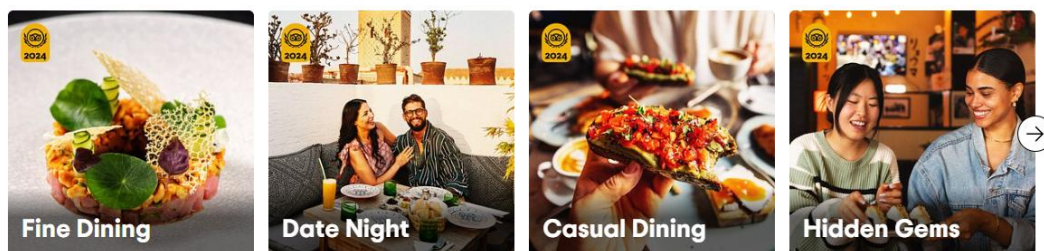
4.9 ประเด็นการใช้สัญลักษณ์ และข้อมูลเชิงกราฟิก ทำให้เกิดความเข้าใจ และแทนค่าการสื่อสารได้ดีหรือไม่

จากการตอบแบบสอบถาม สิ่งที่น่าสนใจคือการใช้ข้อมูลเชิงกราฟิก และสัญลักษณ์แทนการสื่อความนั้น แอปพลิเคชัน Klook ได้คะแนนมากที่สุดจากทั้ง 3 แอปพลิเคชัน ซึ่งจากผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า Klook มีการใช้สัญลักษณ์แทนหัวข้อ หรือประกอบหัวข้อ หรือใช้ Infographic / Banner ในการสื่อสาร แตกต่างจาก Tripadvisor และ Airbnb ที่มีตัวหนังสือ กับภาพถ่ายเป็นหลัก “ผมว่า TripAdvisor มีคลังภาพที่สวยงามมากพอ ที่จะเอามาอวด” ในทางกลับกัน Klook ที่เน้นไปทางกิจกรรม และไม่ใช่ว่าเจ้าของสถานที่ 100% ก็เลือกใช้ภาพซ้ำ ๆ ไปมา หรือภาพที่สื่อสารแบบเหมารวม “ Klook ไม่ค่อยมีภาพมั้ง เลยใช้รูปที่ดูเหมือนซื้อมาจาก stock (หัวเราะ)” การใช้ข้อมูลเชิงกราฟิกนั้นช่วยอธิบาย และสรุปใจความได้ดี โดยยกตัวอย่าง Banner ของ Klook เหมาะกับการใช้เป็นการโฆษณา ตัวอย่างสถานที่ หรือโปรโมชั่นใช้งาน ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีข้อความยืดยาวมากมาย ดูไม่สบายตา และยุ่งยาก ส่วนสัญลักษณ์นั้นไม่ได้มีความแตกต่างอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นภาพจริง หรือสัญลักษณ์ก็สื่อสารได้ ภาพจริงอาจทำให้รู้สึกน่าสนใจ และดูใจมากกว่า แต่

สัญลักษณ์ก็ทำให้ภาพรวมของการออกแบบไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นสากล ขึ้นอยู่กับบริบทการใช้งานมากกว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างไว้เช่น ภาพจริงเหมาะกับระบบชุมชนและการให้คะแนนมากกว่า ส่วนการใช้สัญลักษณ์ก็เหมาะกับฟังก์ชันการค้นหา หรือข้อมูลผู้ใช้

Treat yourself to an award-winning meal

2024's Travelers' Choice Awards Best of the Best Restaurants



ภาพประกอบ 16 ภาพและหัวข้อในแอปพลิเคชัน Tripadvisor

ที่มา: TripAdvisor (2567).

ทำไมต้องใช้ Klook?



ครบและจบในที่เดียว

เปิด Klook ที่เดียวก็เที่ยวได้ เพราะเรามีทั้งทัวร์, โรงแรม, รถเช่า, อาหาร ฯลฯ พร้อมให้บริการ



รับดีลเด็ดจากกิจกรรมดี

พบกับกิจกรรมที่ใช้ในราคาพิเศษ พร้อมรับเครดิต Klook เพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งหน้า



จองง่ายแถมใช้สะดวก

จองเพื่อไปไหน? ไม่ต้องต่อคิว? ยกเลิกฟรี? ทุกอย่างนี้มีให้คุณที่ Klook



วางใจได้ไม่มีโกง

คุณสามารถอ่านรีวิวและติดต่อฝ่ายบริการลูกค้า Klook ได้เสมอ เพราะเราจริงใจและไม่มากล้าว

ภาพประกอบ 17 ภาพและหัวข้อในแอปพลิเคชัน Klook (1)

ที่มา : Klook (2567)

ข้อเสนอสำหรับคุณ

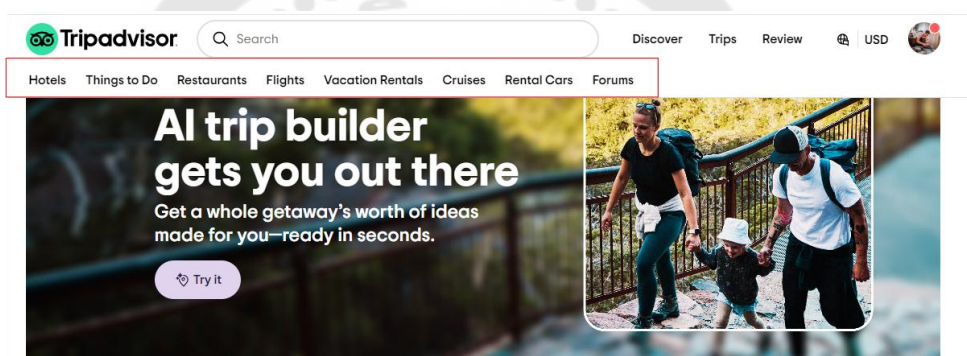


ภาพประกอบ 18 ภาพและหัวข้อในแอปพลิเคชัน Klook (2)

ที่มา: Klook (2567).

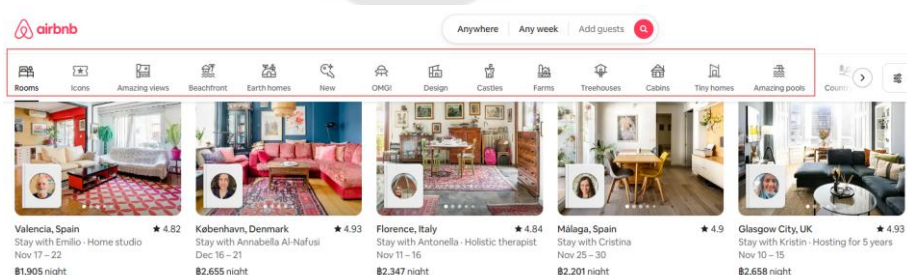
4.10 ประเด็นการใช้งานแอปพลิเคชัน การลำดับขั้นตอน และการเชื่อมต่อระหว่างฟังก์ชัน มีผลต่อการเข้าใจ และความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้น้อยอย่างไร

จากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว ลำดับขั้นตอนของการใช้งานไม่ได้ซับซ้อนจนใช้งานลำบากหรือติดขัดยุ่งยาก สามารถทำตามลำดับขั้นตอน ตามที่แอปพลิเคชันนำทางไปได้เรื่อย ๆ โดยไม่เกิดความสับสน การเปลี่ยนฟังก์ชัน หรือต้องการใช้ฟังก์ชันอื่น ๆ ก็ไม่ได้มีปัญหาหรือทำให้เกิดความสับสน ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ตัวอย่างว่า Tripadvisor เมื่อเข้าสู่เนื้อหาในส่วนที่ติ๊กลง เช่น รายละเอียดสถานที่ แล้วมีการเลื่อนหน้าจอขึ้น แทนที่จะเลื่อนลงอ่านเนื้อหาต่อ ตัว Hot bar ก็会上มาด้านบน เพื่อให้คลิกไปยังความต้องการอื่น ๆ ได้ ทำให้การเข้าสู่ฟังก์ชัน และเนื้อหาส่วนอื่นเป็นไปได้อย่างง่าย ส่วน Airbnb จะขึ้นแถบ Quick link การค้นหาค้างไว้



ภาพประกอบ 19 กรอบสีแดง แสดง Hot Bar ที่แสดงผลก็ต่อเมื่อเลื่อนหน้าจอขึ้น

ที่มา : TripAdvisor (2567)



ภาพประกอบ 20 กรอบสีแดง แสดง Quick Link แสดงผลของ Air bnb

ที่มา: Airbnb (2567).

ทั้งสองรูปแบบเป็นตัวอย่างในการเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันอื่น ๆ ภายในแอปพลิเคชัน โดยง่าย เป็นการคลิก หรือเลือกเพื่อไปยังหัวข้ออื่น ๆ ที่สนใจได้อย่างรวดเร็วโดยไม่จำเป็นต้องกลับไป หน้าโฮมเพจ หรือหน้ากลาง

4.11 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

ผู้ให้สัมภาษณ์มีข้อเสนอแนะ โดยภาพรวมแล้วอยากให้แอปพลิเคชันไม่ต้องซับซ้อน หรือทำอะไรได้ครอบคลุมทุกอย่าง แต่อยากให้มีแต่สิ่งที่สำคัญ และเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน แต่สามารถ ตอบโจทย์ความต้องการได้จริง อีกประการคือเรื่องของภาษาที่ใช้ในแอปพลิเคชัน อาจจะต้องมีการ แนะนำวิธีการอ่าน หรือสามารถอ่านออกเสียง คล้ายกับในระบบปฏิบัติการ iOS



ภาพประกอบ 21 การแสดงผลคำสั่งการพูดใน ระบบปฏิบัติการ iOS

ที่มา: Apple.com (2567).

ทั้งนี้จากการที่ได้ข้อมูล และความต้องการจากกลุ่มเป้าหมายด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก นั้น ทางผู้ทำวิจัยจึงนำไปปรับใช้ และออกแบบเป็นแอปพลิเคชันสำหรับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ต่อไป

สารนิพนธ์ เรื่องการออกแบบ และพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับ ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย จากที่ได้ทำการออกแบบสอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึกกับ กลุ่มเป้าหมายไปในบทที่ 4 จึงนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ โดยใช้ชื่อ แอปพลิเคชันว่า "Expat Buddy" เปรียบเสมือนเพื่อนสนิทคนใหม่ในประเทศไทย และยังเป็นเพื่อน ร่วมเดินทางที่จะนึกถึงตลอดเวลา

5. การออกแบบแอปพลิเคชันแอปพลิเคชันต้นแบบ

5.1 การคัดเลือกฟังก์ชันสำหรับแอปพลิเคชันต้นแบบ และ Customer Journey

จากข้อมูลผลสำรวจ และการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น จึงได้คัดเลือกฟังก์ชันสำหรับแอปพลิเคชันต้นแบบออกมา โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มฟังก์ชันหลัก (Core Function) เป็นกลุ่มฟังก์ชันสำคัญของแอปพลิเคชันต้นแบบ และมีหน้าที่เป็นฟังก์ชันที่กลุ่มเป้าหมายต้องการใช้จริง ทำให้นึกถึงแอปพลิเคชันนี้เป็นอันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย 3 ฟังก์ชันสำคัญดังนี้

ฟังก์ชันการสำรวจค้นหา (Explore) เป็นการสำรวจค้นหาที่เมื่อต้องการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก หรือกิจกรรมต่าง ๆ จะอยู่ในฟังก์ชันนี้ทั้งหมด โดยมีวิธีค้นหาหลัก 2 วิธีคือการค้นหาด้วยการพิมพ์ เป็นการใส่ข้อมูลคำสำคัญของในระบบจะค้นหาคำเหล่านั้นในระบบและแสดงผลออกมาให้ผู้เลือกใช้สิ่งที่ใกล้เคียงกับความต้องการมากที่สุด โดยจะค้นหาทั้งคำในภาษาที่ระบบได้รับ รวมถึงคำแปลภาษาไทย - อังกฤษ (การทำงานแบบเดียวกับ Google Maps) เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของภาษาในข้อมูลระบบ (ข้อมูลอาจจะถูกบันทึกด้วยภาษาใดภาษาหนึ่ง) ส่วนวิธีที่สองคือการค้นหาจากแผนที่ ระบบจะเปิดหน้าต่างแผนที่ในบริเวณใกล้เคียงสถานที่ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ใช้ขึ้นมา จากนั้นผู้ใช้สามารถค้นหาและสำรวจพื้นที่นั้น ๆ ด้วยตัวเอง สุดท้ายคือการค้นหาแบบหมวดหมู่เป็นการค้นแบบย่อยในส่วนของแผนที่เมื่อต้องการสถานที่แบบเร่งด่วน เมื่อกดในหมวดหมู่นั้น ๆ จะแสดงผลสถานที่ในกลุ่มบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงขึ้นมา เช่น ร้านอาหาร (Restaurant) หรือปั้มน้ำมัน (Gas station) ซึ่งเป็นการสนับสนุนในการสำรวจค้นหา ให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น และสะดวกสบาย

นอกจากวิธีการค้นหา แอปพลิเคชันก็จะมีคำแนะนำเพื่อเป็นตัวเลือกสำหรับผู้ใช้อีกด้วย โดยจะมีระบบประมวลผลจากความถี่ในการค้นหาว่าผู้ใช้บ่อยครั้งไหนสนใจอะไรเป็นพิเศษ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ บาร์ หรือพิพิธภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาภายในแอปพลิเคชัน

ฟังก์ชันกลุ่มชุมชน (Community) เป็นฟังก์ชันที่รวบรวมความคิดเห็น และสร้างขึ้นโดยผู้ใช้งานจริง โดยมีโครงสร้างเป็นชุมชนสำหรับผู้ใช้งาน ที่อาจเป็น Content Creator หรือต้องการหารายละเอียดจากผู้ใช้งานจริง ไม่ใช่เจ้าของกิจการเป็นผู้ให้เอง โดยแบ่งเป็น 2 ฟังก์ชันใหญ่ คือระบบการให้คะแนน (Review) และการให้คำแนะนำ (Guide/Blog) ระบบการให้คะแนน (Review) มีความสำคัญมากสำหรับผู้ใช้งานในการตัดสินใจเลือกสถานที่ หรือกิจกรรมนั้น ๆ นั้นมีโครงสร้างไม่ได้แตกต่างจากแอปพลิเคชันที่มีให้บริการปัจจุบันมากนัก โดยผู้ใช้สามารถให้คะแนนความพึงพอใจเป็นระบบดวงดาว เต็ม 5 ดาวลดหลั่นลงไปตามความชื่นชอบในประสบการณ์ที่ได้รับ รวมถึงการเขียน และแชร์ภาพต่าง ๆ ลงไปในการเขียน โดยระบบนี้จะมีเฉพาะผู้ใช้งานเท่านั้นที่เป็นผู้ให้คะแนน เจ้าของกิจการ ไม่สามารถในการเพิ่มเติมหรือแก้ไขได้ โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน (ในกรณีมีการรีวิวด้านลบ สามารถยื่นรายละเอียดความจริงเพื่อแก้ไขได้) อีก

ส่วนสำคัญของระบบการให้คะแนนคือการรวบรวมภาพจากผู้ใช้งาน โดยภาพทั้งหมดในแกลลอรี่ของสถานที่นั้น ๆ จะมาจากผู้ใช้งานจริงที่ให้คะแนนในสถานที่นั้น ๆ เท่านั้น

ระบบการให้คำแนะนำ (Guide/Blog) เป็นการรวบรวม Blog / Vlog ของผู้ใช้ที่สร้างไว้ในระบบ หรือเป็น Portal ช่องทางนำเสนอ Content ของผู้ใช้นั้น ๆ เป็นการให้คำแนะนำ และเชิงให้ข้อมูล เนื่องจากจากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับข้อมูลจากผู้ใช้ที่เป็นชาวต่างชาติในไทยเช่นกัน ระบบการรวบรวมหมวดหมู่คอนเทนต์จะเป็นฟังก์ชัน Trending ช่วงนี้จะมีอะไรกำลังเป็นกระแสในปัจจุบัน ทางผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน จะรวบรวมคอนเทนต์ รีวิว หรือ Blog ที่เกี่ยวข้องมาจัดหมวดหมู่แนะนำในระบบนี้ ตัวอย่างเช่น Trending หมู่แต่งพีแวนอร์ ก็จะมีรวบรวม Blog การไปเยี่ยมหมู่แต่ง การไปเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว รีวิวการเดินทาง รีวิวสวนสัตว์ ภาพในระบบ มารวมไว้ในระบบ Trending หัวข้อนี้เป็นต้น

ฟังก์ชันกลุ่มข้อมูลผู้ใช้ (Traveler Profile) ฟังก์ชันนี้ได้แนวคิดมากจากระบบเปลี่ยนภาษาอัตโนมัติ และการ Auto Caption เปลี่ยนภาษาที่กำลังเป็นที่น่าสนใจในปัจจุบัน อันมีผลมาจากการพัฒนาระบบเอไอ ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกที่สามารถเก็บข้อมูล และรายละเอียดไว้ที่เดียวกันได้ แอปพลิเคชันหนึ่งที่สามารถรวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทางและข้อมูลเอกสารทั้งหมดได้โดยง่ายคือ Triplt โดยมีการใส่รายละเอียดผู้ใช้ไว้ในแอปพลิเคชัน จากนั้นเมื่อมี confirmation email ส่งมา ผู้ใช้เพียงทำการ Forward email ไปยัง email สำหรับรับข้อมูลของ Triplt จากนั้นระบบทำการอัปเดตรายละเอียดและข้อมูลที่ส่งมาเข้าสู่แอปพลิเคชัน สร้างเป็นข้อมูลทริปการเดินทางให้กับผู้ใช้ ทำให้เมื่อต้องตามหาเอกสารใด ๆ หรือข้อมูลก็สามารถเปิดจากทริปนั้น ๆ ได้เลย ไม่ต้องไล่หาอีเมล หรือภาพแคปชันหน้าจอ ซึ่งการรวบรวมข้อมูลตรงนี้ก็ยังสามารถอัปโหลดขึ้นไปในระบบด้วยตนเองเช่นกัน ดังนั้น ฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้ที่พัฒนาในแอปพลิเคชันต้นแบบนี้ จะสามารถรวบรวมเอกสาร และสามารถเปลี่ยนภาษาได้ โดยไม่ใช่แค่เพียงเปลี่ยนแค่ระบบคำสั่งในแอปพลิเคชัน แต่เปลี่ยนภาษาในเอกสารข้อมูลรายละเอียดทั้งหมดในทริปที่ผู้ใช้สร้างไว้

กลุ่มฟังก์ชันสนับสนุน (Supportive Function) ฟังก์ชันกลุ่มนี้จะเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยว และให้ข้อมูล หรือทางเลือกเพิ่มเติมจากฟังก์ชันหลัก แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

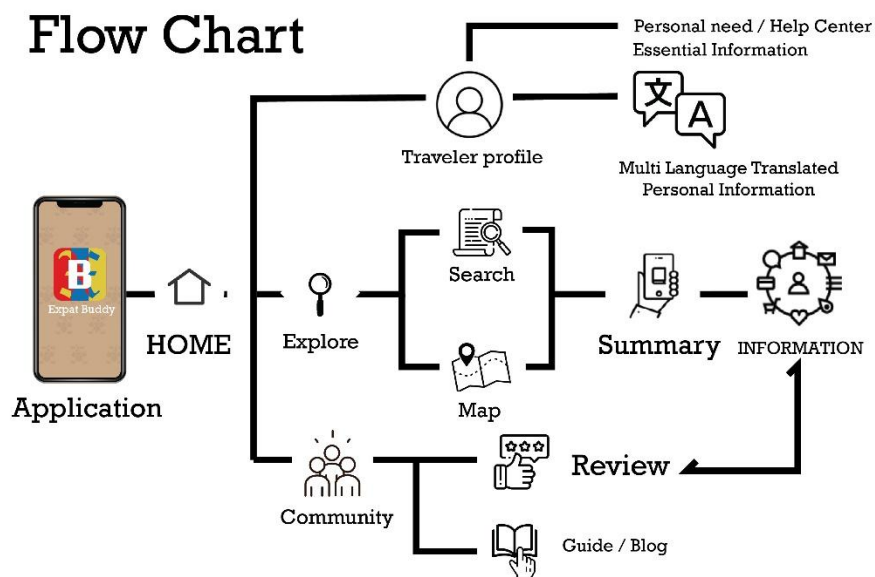
กลุ่มระบบการเสนอแนะ (Suggestion Function) เป็นกลุ่มที่เรียนรู้จากความต้องการของผู้ใช้ผ่านฟังก์ชันหลัก เพื่อเสนอแนะในมุมมองอื่น ๆ ที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ทั้งก่อนการเดินทาง และระหว่างการเดินทาง โดยฟังก์ชันที่เกี่ยวข้องในกลุ่มนี้เช่น ฟังก์ชันการเตือนสภาพอากาศ (ข้อมูลพื้นฐานจากแอปพลิเคชัน Rain Viewer ซึ่งเราสามารถดึงข้อมูลมาใช้ได้) โดยทำงานตั้งแต่กดเลือกในการค้นหาสถานที่ว่าบริเวณที่สนใจนั้นอาจจะมีฝนตกในขณะนี้ หรือแม้แต่การเพิ่มลง

ไปในทริปในวันที่ใกล้เคียง (ไม่เกิน 7 วัน) ก็สามารถคาดคะเนการตกของฝนได้ อีกส่วนคือแจ้งเตือนเมื่อพื้นที่ที่ผู้ใช้มีฝนตก หรือกำลังจะเกิดฝนในอีกกี่นาที่ข้างหน้า นอกจากฟังก์ชันเรื่องสภาพอากาศแล้ว สภาพการจราจรก็เป็นอีกหนึ่งฟังก์ชันที่ขาดไม่ได้ในการเดินทางในกรุงเทพมหานคร โดยจะมีการแจ้งเตือนสภาพการจราจร หรืออุบัติเหตุบนท้องถนนเมื่อเราอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ และสามารถแจ้งเตือนว่าเราต้องออกจากพื้นที่ปัจจุบัน ก็มองเพื่อไปถึงสถานที่นั้นให้ทันเวลาหากมีการเปลี่ยนแปลงของการจราจร (ข้อมูลพื้นฐานจากแอปพลิเคชัน Apple Calendar และ MAPS ในระบบปฏิบัติการ IOS)

กลุ่มระบบการให้ความช่วยเหลือ (Help Center) เป็นกลุ่มที่ให้ความช่วยเหลือกับผู้ใช้ ซึ่งจะต้องตอบสนองกับปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งระบบออนไลน์ และออฟไลน์ ซึ่งทำงานแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักดังนี้

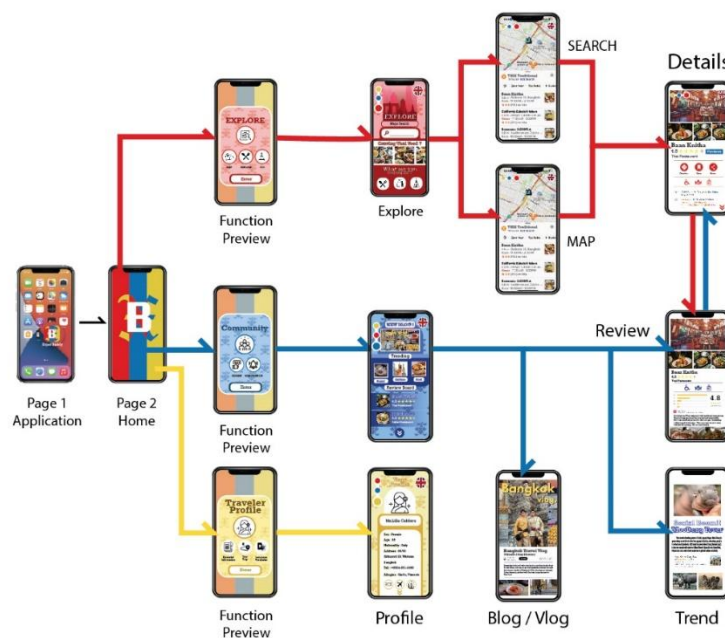
1. ระบบปัญหาที่พบบ่อย (FAQ Frequently asked question) เป็นระบบที่พบได้ทั่วไปในแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยจะนำรายการของปัญหาที่ถูกซักถามเข้ามาในระบบ และทำเป็นหัวข้อคำถามพร้อมคำตอบ - วิธีการแก้ปัญหา ซึ่งระบบนี้เป็นระบบช่วยเหลือตัวเอง

2. ระบบห้องแชท (Chat room function) เป็นการพูดคุยสนทนาในห้องแชท โดยจะเริ่มจากการพูดคุยกับ AI ก่อน ถามตอบกับข้อมูลในระบบ แต่หากไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้จะสามารถเข้าห้องแชทเพื่อพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ได้ ซึ่งตัวอย่างแอปพลิเคชันที่ใช้ระบบนี้เช่น Shopee และ Lalamove เป็นต้น ในการปฏิบัติการสามารถคัดกรองคำถาม และช่วยเหลือเบื้องต้นโดยไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรมนุษย์ แต่หากการแก้ไขไม่สำเร็จจึงเข้าสู่การช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ เป็นระบบที่ช่วยประหยัดทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพประกอบ 22 Flow Chart ของแอปพลิเคชันต้นแบบ

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนากกร (2567).



ภาพประกอบ 23 ภาพแสดงการทำลำดับการเข้าถึง
เชื่อมโยงฟังก์ชันต่าง ๆ ภายในแอปพลิเคชันต้นแบบ

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนากกร (2567).

จากภาพประกอบ 22 แสดง Flow Chart ของแอปพลิเคชันต้นแบบ โดยเมื่อเข้าสู่แอปพลิเคชันจะเข้ามาสู่หน้าจอกกลาง (Home) จากนั้นผู้ใช้งานสามารถเลือกเข้าฟังก์ชันหลักได้เลย

ฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้ (Traveler Profile) เมื่อเข้ามาจะสามารถเข้าสู่การใส่ข้อมูลการเดินทาง การแปลภาษาจากข้อมูล (Multi Language Translated) ข้อมูลบุคคล และการเดินทาง Personal Information และศูนย์ให้การช่วยเหลือ (Help Center)

ฟังก์ชันการสำรวจค้นหา (Explore) ในส่วนนี้จะเข้าสู่ฟังก์ชันการค้นหาด้วยคำ (Text Search) และ ฟังก์ชันแผนที่ (Map) เมื่อทำการค้นหาวีธีใดวิธีหนึ่งจะนำเสนอผลลัพธ์ในหน้าจอ การแสดงผลลัพธ์ (Summary) และเข้าสู่การให้ข้อมูล (Information) ในลำดับถัดไป และในหน้าข้อมูล ก็สามารถเชื่อมต่อไปยังส่วนการให้คะแนนของชุมชน และแบ่งปันข้อมูลกันทั้งสองส่วน

ฟังก์ชันกลุ่มชุมชน (Community) แบ่งเป็นสองส่วนใหญ่คือฟังก์ชันการให้คะแนน (Review) ซึ่งสามารถเชื่อมต่อกลับไปยังการให้ข้อมูล (Information) ของสถานที่หรือกิจกรรมนั้น ๆ และฟังก์ชันการแนะนำ (Guide / Blog) เป็นการนำเสนอข้อมูลจากผู้ใช้อื่น ๆ ที่ให้คำแนะนำ หรือพาไปชมสถานที่ต่าง ๆ

5.2 การสร้างรายได้จากแอปพลิเคชัน (Revenue Stream)

การสร้างรายได้จากแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่ม Expat ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยจากการสรุปผลเพื่อออกแบบแอปพลิเคชันข้างต้น ทำให้เห็นช่องทางการสร้างรายได้ อยู่หลายช่องทางที่น่าสนใจ โดยสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม ดังนี้

รายได้จากผู้ใช้งาน มาจากการสมัครสมาชิก (Subscription) รายเดือนสำหรับฟังก์ชันเพิ่มเติมเช่น เมื่อสมัครสมาชิก สามารถสร้างโปรไฟล์การเดินทางสำหรับผู้ร่วมเดินทางได้ สามารถสร้างทริปการเดินทางระยะยาว และการพยากรณ์อากาศล่วงหน้า รวมถึงการยกเลิกโฆษณาภายในแอปพลิเคชัน

รายได้จากการโฆษณา การโฆษณาภายในแอปพลิเคชันสามารถทำได้ใน 2 กรณีด้วยกันคือการโฆษณาจากภายในแอปพลิเคชัน โดยมุ่งเน้นให้เป็นผู้ประกอบการ และเจ้าของสถานที่ใช้โอกาสนี้ในการโปรโมทร้าน แลกกับค่าโฆษณา ในกรณีที่สองคือการโฆษณาจากสปอนเซอร์นอกแอปพลิเคชัน จำนวนการบริการอื่น ๆ หรือสินค้านอกเหนือการให้บริการของแอปพลิเคชัน เช่น การรับโฆษณาของ Grab หรือ Line Man การขายนาฬิกาเดินทางของ Garmin เป็นต้น โดยทั้งสองกรณีจะเป็นลักษณะของ Pop up เมื่อทำการค้นหาเสร็จสิ้น

ในส่วนของการดึงข้อมูลจาก Rain Viewer และการเชื่อมต่อเป็น Portal ไปยัง Google map หรือเว็บไซต์อื่น ๆ เช่น Youtube จะเป็นลักษณะของ Partnership กับทางผู้ผลิต

5.3 แนวทางการเลือกใช้องค์ประกอบศิลป์ และการออกแบบตราสัญลักษณ์

การเลือกองค์ประกอบศิลป์นั้นใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบ โดยต้องการหาองค์ประกอบที่มีการลดทอดและสามารถสร้างเป็นกราฟิกที่ไม่ยุ่งเหยิงและจดจำง่าย เลือกใช้แนวคิดที่มีความเรียบง่าย ต้องการให้ทุกคนเข้าใจภาพรวมเดียวกัน ต้องเป็นลวดลายที่ไม่รุงรัง และเมื่อย้อนกลับไปดูที่มา จะสามารถนึกถึงสถานที่นั้นได้ทันที เพื่อเป็นการตั้งคำถาม และตอบคำถามไปในตัว และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น พระปรางค์วัดอรุณราชวรารามฯ เป็นสถานที่ที่ถูกพูดถึงหลายครั้ง ทั้งอัตลักษณ์ที่จดจำได้ง่าย อีกทั้งยังปรากฏในสื่อต่างๆ ทั้งในตราสัญลักษณ์ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จนถึงเหรียญ 5 บาท จึงทำให้สามารถนึกถึงได้ง่าย จึงได้ศึกษาลงไปถึงองค์ประกอบอื่นๆ ในพระปรางค์ที่น่าสนใจ จนได้พบกับ ลายอัตลักษณ์ดอกไม้ร่วง ที่เป็นงานประดับกระเบื้องบนพระปรางค์ ประดับอยู่ที่บริเวณฐานที่สามารถเดินขึ้นไปได้ และเป็นจุดถ่ายภาพสำคัญของชาวต่างชาติอีกด้วย จึงทำให้เห็นลายอัตลักษณ์นี้ได้ในสื่อทั่วไป ที่มีความเรียบง่าย สะอาด และเป็นที่น่าจดจำ เมื่อใครถามถึงที่มา เมื่อกล่าวถึง The Temple of Dawn (วัดอรุณราชวรารามฯ) ก็ต้องเป็นที่รู้จักของชาว Expat ทุกคน

BRAND Ornaments

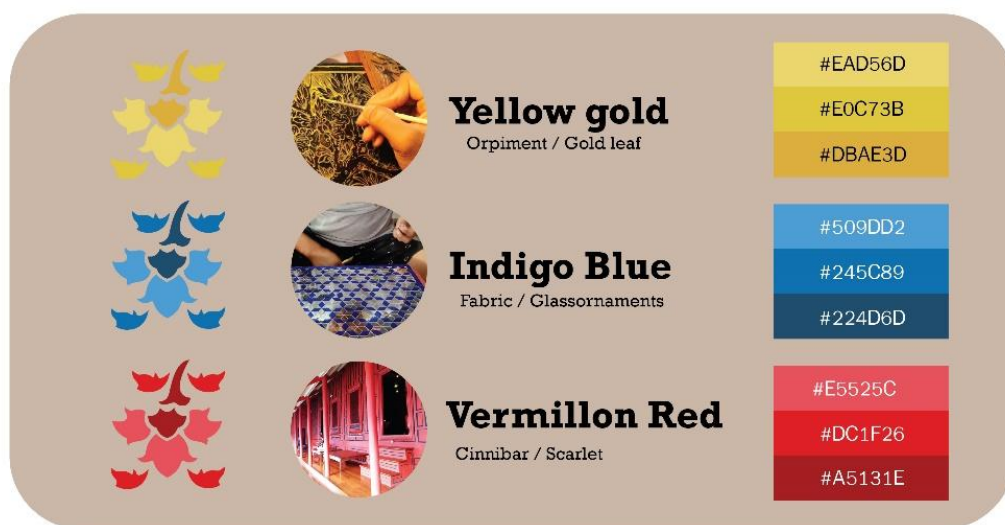


ภาพประกอบ 24 ลายดอกไม้ร่วง อัตลักษณ์พระปรางค์วัดอรุณฯ

ที่มา : โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

สีของแอปพลิเคชันต้นแบบ ได้แนวคิดของสีตั้งต้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก หัวข้อที่ 4.8 ว่าสีเหลืองจะเป็นสีที่คนนึกถึงประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการใช้สีในตราสัญลักษณ์ต่างๆที่มีความเป็นไทย เช่น ตราการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา หรือเจดีย์ พระอาราม รวมถึงพระพุทธรูป ถัดลงมาคือสีแดง ที่เชื่อมโยงกับพริกจากผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ให้ความรู้สึกถึงอาหารไทย จึงนำแนวคิดนี้มาประกอบกับ 3 พังค์ชันหลักของแอปพลิเคชันต้นแบบ โดยเพิ่มสีน้ำเงินลงไป เป็น เหลือง แดง น้ำเงิน เป็น 3 แม่สี ซึ่งเป็นสีที่คนจะจดจำเป็นรูปแบบ 3 สีได้ และยังเป็นสากลเพียงพอที่จะให้ทุกประเทศเข้าใจเหมือนกัน ซึ่งปรับความหมาย และเพิ่มการใช้งานด้วยการกำหนดค่าสีให้สอดคล้องกัน จากงานช่างฝีมือของไทย โดยสีเหลือง กำหนดอ้างอิงจาก งานปิดทอง สีลายรดน้ำ สีแดง กำหนดอ้างอิงจาก สีชาด งานอาคาร และอิฐ ส่วนสีน้ำเงินอ้างอิงจากงานผ้าคราม และประดับกระจก

BRAND Colors



ภาพประกอบ 25 การเลือกใช้ค่าสี อ้างอิงจากงานฝีมือในไทย

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

การออกแบบตราสัญลักษณ์นั้น เลือกใช้องค์ประกอบของสีทั้ง 3 สี เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างการจดจำแบรนด์ และเลือกใช้ตัวอักษร B เป็นตัวอักษรแทนคำว่า Buddy และเป็นใจความที่ต้องการให้คนจดจำให้ฐานะ Buddy เพื่อนร่วมทางเป็นอย่างแรก จากนั้นค่อยเห็น EXPAT ตามมา

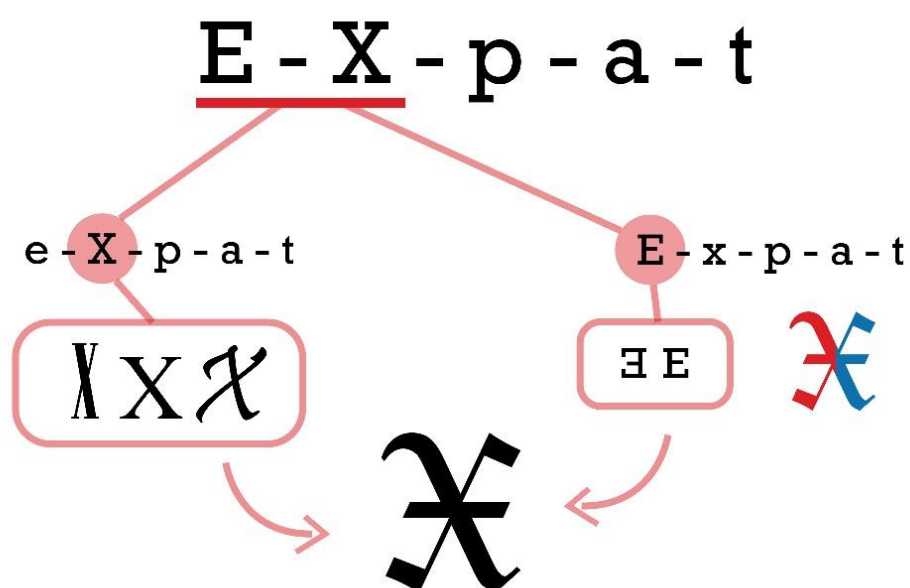
จึงทำให้การออกแบบคำว่า EXPAT เป็นอันดับรองลงมา

ในช่วงแรกของการออกแบบ เลือกใช้ตัวอักษร E เป็นการแทนค่า แต่เมื่อลองพัฒนาการออกแบบสัญลักษณ์แล้ว เมื่อใช้อักษรแทนเสียง E /อี/ แทนคำว่า Expat /เอ็กซ์แพต/ ไม่ปรากฏเสียงอักษร E ในคำนี้เลย จึงมาถึงตัวอักษร X /เอ็กซ์/ ที่ออกเสียงเป็นคำต้นของ Expat ได้อีกด้วยมาเป็นตัวอักษรแทนค่า Expat แต่ตัวอักษร X นั้นอาจมีความหมายไปทางด้านลบเช่นกัน จึงเลือกใช้รูปแบบอักษรที่มีความผสมศิลปะวัฒนธรรมลงไปด้วยสไตล์วิคตอเรีย ผสมกับการสร้างอักษรเอ็กซ์ให้มีลักษณะคล้ายอักษร E หันหลังชนกัน จึงเกิดอักษร X ในรูปแบบนี้ขึ้น ผสมกับสีและอักษร B จึงได้ตราสัญลักษณ์ที่ดูสนุก สามารถชักนำการเป็นที่จดจำของสี และนำเชื่อถือไปในทางเดียวกัน



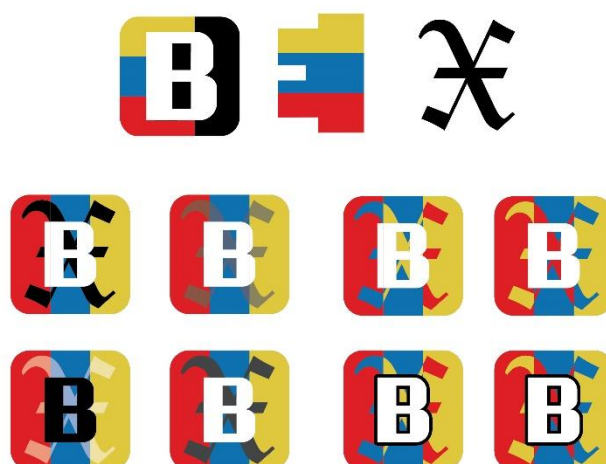
ภาพประกอบ 26 ภาพแสดงการคลี่คลายการเลือกใช้อักษร และแนวทางสี

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).



ภาพประกอบ 27 แสดงการพัฒนาตัวอักษร X สำหรับตราสัญลักษณ์

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).



ภาพประกอบ 28 แสดงตัวเลือกของตราสัญลักษณ์เมื่อประกอบองค์ประกอบเข้าด้วยกัน

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

BRAND LOGO



Expat Buddy

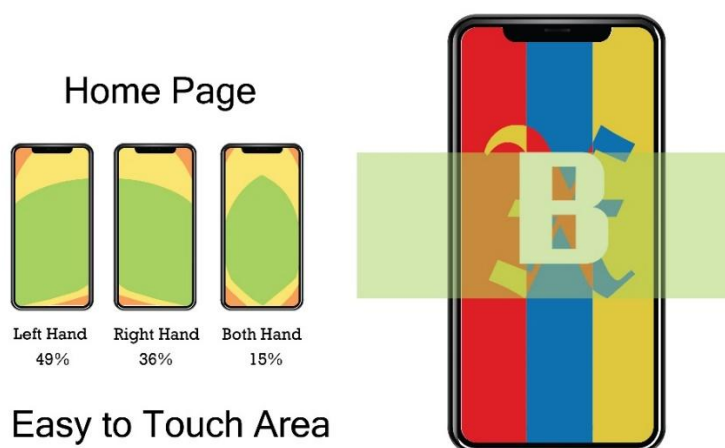


ภาพประกอบ 29 แสดงตราสัญลักษณ์ที่เลือกใช้ และแสดงผลเมื่ออยู่ในหน้าจอโทรศัพท์มือถือที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

5.4 การออกแบบ User Interface

สำหรับการออกแบบหน้าจอหลัก และการเลือกใช้อักษรภายในแอปพลิเคชัน แนวคิดที่ต้องการให้แอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนจึงเลือกใช้หน้าหลัก (Home Page) ให้สามารถเข้าสู่ฟังก์ชันหลักได้โดยง่ายที่สุด ซึ่งแนวทางในการวางการเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันนั้น ๆ ได้ผนวกเอาผลสำรวจการใช้งานว่าพื้นที่ส่วนใดของโทรศัพท์มือถือที่ง่ายต่อการสัมผัส ผลของผลสำรวจทำให้ออกแบบการเชื่อมต่อเข้าสู่ฟังก์ชันหลักทั้ง 3 (ข้อมูลผู้ใช้ / การค้นหา/ ระบบชุมชน) เป็นรูปแบบเส้นแถบสัมผัส (Touch Bar) ในรูปแบบเส้นแนวตั้งเหมือนกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ของแอปพลิเคชันอีกด้วย

จากสีทั้ง 3 สี เหลือง แดง น้ำเงิน นำมาจับคู่กับฟังก์ชันทั้ง 3 ข้อมูลผู้ใช้ การค้นหา และระบบชุมชน เมื่อสัมผัส แถบสัมผัส (Touch Bar) ตามสีของฟังก์ชันนั้น ๆ จะปรากฏหน้าต่างแบบผุดขึ้น (Pop up window) เพื่อแสดงข้อมูลของฟังก์ชันพอสังเขปผ่านสัญลักษณ์ จากนั้นหากกด Enter ก็จะเป็นการเข้าสู่หน้าจอฟังก์ชันนั้น ๆ ต่อไป



ภาพประกอบ 30 แสดงผลการสำรวจพื้นที่ที่สามารถสัมผัสหน้าจอโทรศัพท์ได้ง่าย และการวางพื้นที่ในหน้าจอหลัก (Home Page)

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนากกร (2567).



ภาพประกอบ 31 แสดงผลหน้าจอโทรศัพท์เมื่อสัมผัสแถบ Touch Bar และการเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนากกร (2567).

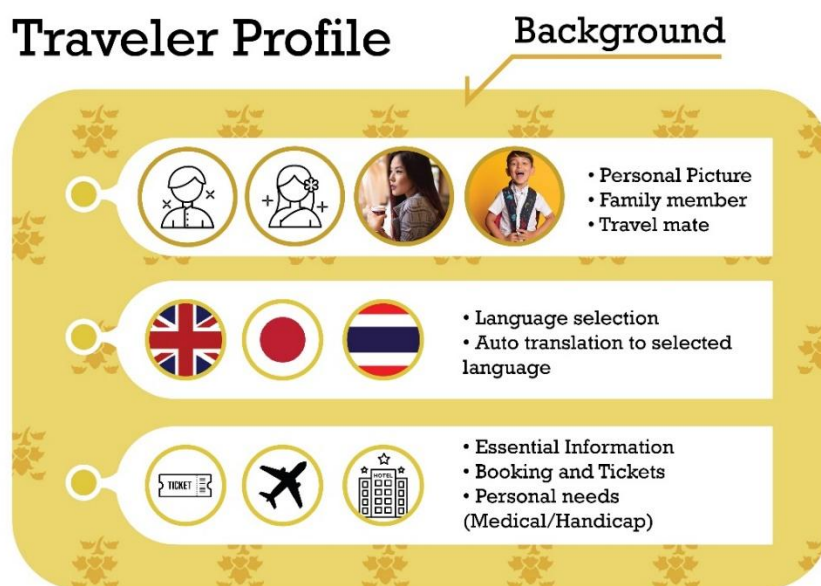
การเลือกใช้รูปแบบอักษร เนื่องจากแอปพลิเคชันนี้เป็นการรวบรวมผู้ใช้งานจากหลายเชื้อชาติ และภาษา ดังนั้นการเลือกภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก จึงเหมาะสมกับการใช้งาน และยังสามารถตั้งค่าภาษาอังกฤษเป็นค่ากลางสำหรับแปลภาษาไปยังภาษาอื่น ๆ ได้ และสามารถลดความคลาดเคลื่อนเมื่อแปลภาษาต่อกันหลายทอด เช่น การแปลภาษาอังกฤษเป็นภาษาอิตาลี มีแนวโน้มความถูกต้องมากกว่าการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอิตาลี ทั้งนี้ รูปแบบอักษร เลือกใช้เป็นตัวอักษรพิมพ์ ทั้งไทย และอังกฤษ ไม่มีการใช้รูปแบบอักษรที่เป็นตัวเขียน หรือลายมือ ในส่วนรูปแบบอักษรภาษาไทย ก็ต้องมีหัวตัวอักษร เพื่อให้ชาวต่างชาติคุ้นชินกับตัวอักษร



ภาพประกอบ 32 แสดงรูปแบบอักษรที่เลือกใช้สำหรับแอปพลิเคชัน

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนากกร (2567).

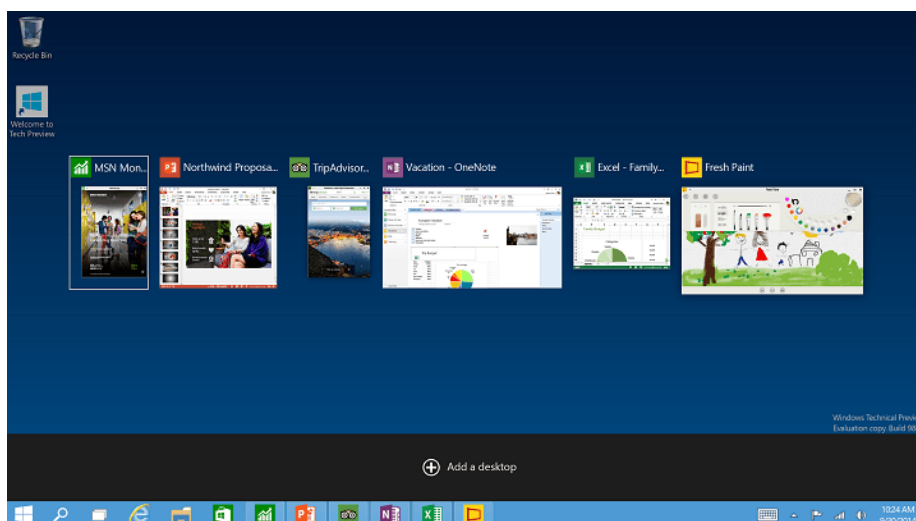
5.5 การออกแบบฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้งาน



ภาพประกอบ 33 กราฟฟิกแสดงภาพรวมในฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้งาน

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

จากการออกแบบฟังก์ชันในขั้นตอนการออกแบบ User Interface ที่ยังคงความเรียบง่าย และเข้าใจได้รวดเร็ว โดยการออกแบบทุกฟังก์ชันจะมีสิ่งที่เหมือนกัน คือแถบเลื่อนฟังก์ชันหลักที่เป็นปุ่มสไลด์สามสีแทนแต่ละฟังก์ชัน เพื่อการกดย้ายฟังก์ชัน แบบกลับไปกลับมาได้ โดยทำหน้าที่คล้ายการ Tab Window

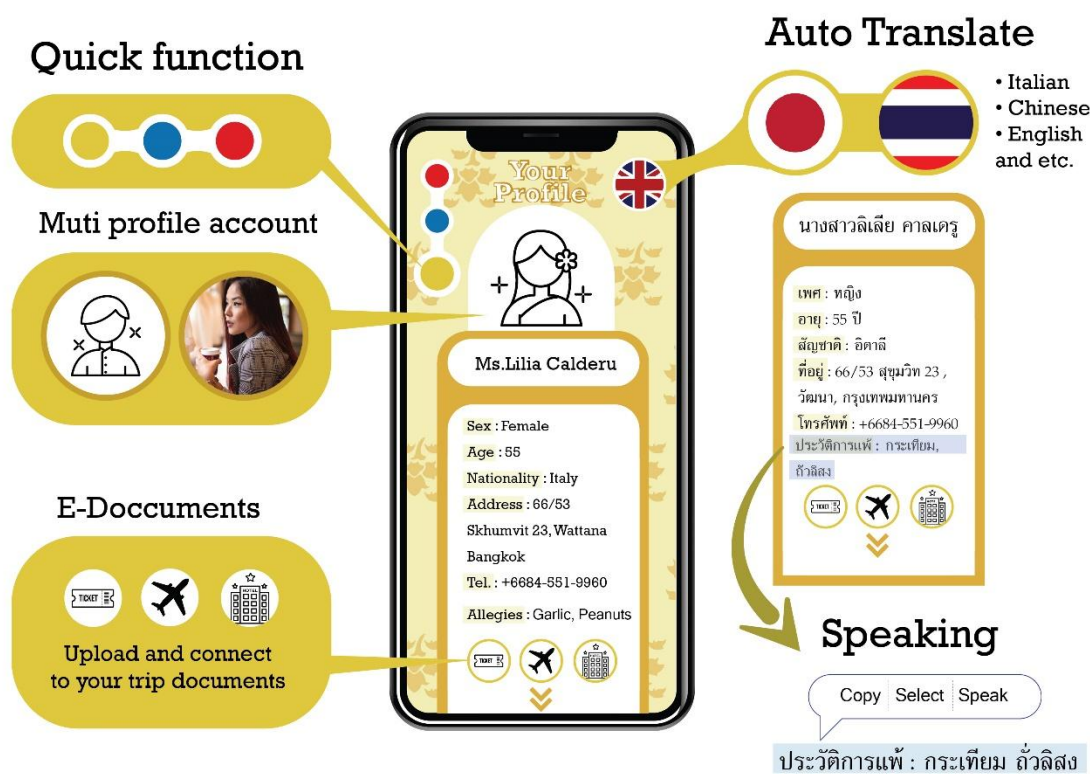


ภาพประกอบ 34 แสดงภาพการใช้ Tab Window บน PC

ที่มา : โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

ส่วนของการแปลภาษาอัตโนมัติ (Auto translate) โดยเป็นปุ่มเลือกภาษา เพื่อเปลี่ยนแปลงข้อมูลในระบบที่กรอกรายละเอียดได้ โดยสามารถกดค้างแล้วสไลด์เพื่อเลือกภาษาที่ต้องการให้แปลภาษา จากนั้นหน้าจอแสดงผลจะทำการโหลดซ้ำ (Refresh) เพื่อแสดงผลในภาษาที่ต้องการ สามารถใช้ระบบนี้กับเอกสารออนไลน์ (E-Documents) เช่นรายละเอียดบัตรเดินทาง เครื่องบิน บัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ รายละเอียดร้านอาหารและการจอง หรือแม้แต่ข้อมูลทางการแพทย์ที่จำเป็น จากที่ผู้ใช้พอโหลดไว้ในข้อมูลของผู้ใช้งาน และในทริปการเดินทาง อีกระบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาคือระบบการพูด และอ่านประโยคที่ต้องการ ลักษณะเดียวกับระบบ IOS โดยผู้ใช้สามารถใช้ได้ในทุกส่วนในแอปพลิเคชันนี้ เพื่อแลกข้อความแล้วให้อ่านออกเสียง ซึ่งสามารถเป็นการทดแทนช่องว่างทางภาษาที่ทำให้สื่อสารคลาดเคลื่อน เมื่อพบกับคนในพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นประจำ

ในฟังก์ชันนี้สามารถสร้างบัญชีผู้ใช้งานได้มากกว่า 1 คนโดยสามารถใส่ข้อมูลของผู้ร่วมเดินทางได้ เพื่อเก็บเอกสารไว้ในเครื่องเดียว หรือมีความจำเป็นต้องรวบรวมไว้เพื่อความสะดวก เช่นในกรณีเดินทางกับผู้สูงอายุ หรือเด็ก ซึ่งการเพิ่มบัญชีผู้ใช้จะเป็นบริการเพิ่มเติมโดยทางผู้ผลิตสามารถเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าถึงการใช้งานนี้



ภาพประกอบ 35 ภาพแสดงผลหน้าจอของฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้งาน

ที่มา : โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

5.7 การออกแบบฟังก์ชันการค้นหา (Search)

ในการออกแบบฟังก์ชันส่วนการค้นหาในฟังก์ชันนี้ไม่ได้มีรายละเอียดการออกแบบที่แตกต่างมากกว่าแอปพลิเคชันในปัจจุบันเท่าไรนัก แต่เป็นการออกแบบที่น่าจะเอาความต้องการการค้นหาขึ้นมาในอันดับแรก โดยเลือกใช้ตำแหน่ง และสีช่วยส่งเสริมกัน ส่วนรายละเอียดในหน้าแสดงผลนี้ เน้นไปที่การสนับสนุนการค้นหาให้รวดเร็ว ทั้งช่องการค้นหาที่พิมพ์ง่าย การกดเข้าระบบแผนที่ และการค้นหาในระบบ Category แต่ส่วนสำคัญอีกส่วนคือการแนะนำของแอปพลิเคชัน ที่จะประมวลผลการค้นหาว่าบัญชีผู้ใช้นี้ มีปริมาณการค้นหาอะไรเป็นพิเศษ จากนั้นจึงแสดงผลสถานที่ใกล้เคียง ในรูปแบบที่ผู้ใช้นั้น ๆ สนใจ ขึ้นมาแสดงผลในฟังก์ชันนี้อีกด้วย

ในฟังก์ชันแผนที่ (Maps) สามารถปักหมุดเพื่อจดจำสถานที่ และยังบันทึกลงไปในข้อมูลการเดินทาง หรือมทริปในบัญชีผู้ใช้ได้อีกด้วย ในฟังก์ชันนี้สามารถเลือกรูปแบบหมุดได้หลายรูปแบบเพื่อแยกหมวดหมู่ตามที่เราต้องการ (ลักษณะเดียวกับ Google Maps) โดยมีตัวอย่างหมุด เช่น สถานที่ที่อยากไป (Want to go) การเดินทาง (On your Trip) ที่ชื่นชอบ (Favorite) และการแนะนำจากแอปพลิเคชัน (Recommended) นอกจากนี้ บริการเพิ่มเติมเมื่อทำการสมัครสมาชิก สามารถเลือกการดูแผนที่แบบ 3D ซึ่งจะซ้อนทับลงในระบบแผนที่หลัก ซึ่งสามารถคาดคะเนการเกิดฝนล่วงหน้าได้ และมีการแจ้งเตือนทั้งระหว่างการใช้ออปพลิเคชัน ภายนอกแอปพลิเคชัน และเมื่อปิดล็อกหน้าจอ

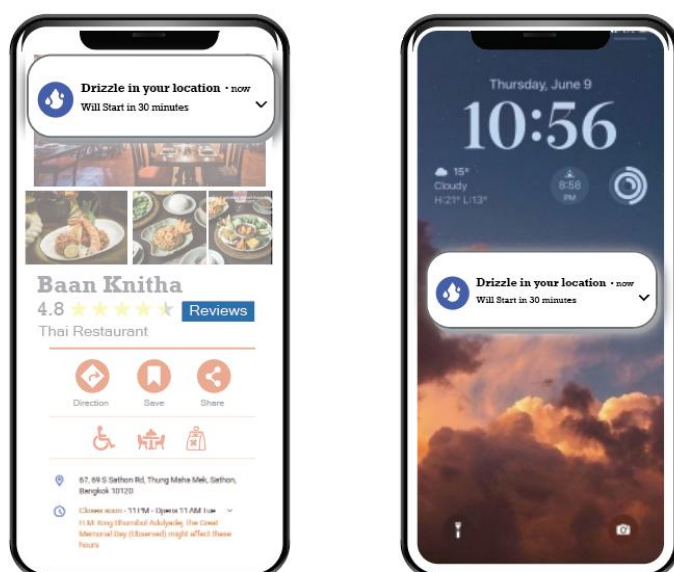
Explore

Background



ภาพประกอบ 36 กราฟิกแสดงภาพรวมในฟังก์ชันการค้นหา

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).



ภาพประกอบ 37 แบนเนอร์แจ้งเตือนสภาพอากาศภายในแอปพลิเคชัน และเมื่อลืคหน้าจอ

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

ในหน้าจอหลักของฟังก์ชันที่สามฟังก์ชันหลัก จะออกแบบให้การใช้เวลานี้สัมพันธ์เวลาใช้งานยังคงอยู่ในพื้นที่ที่ยังสัมพันธ์ง่าย เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งในหน้าจอนี้จะแสดงผลของการค้นหาอยู่บริเวณกลางหน้าจอ ด้านบนมีแถบสำหรับเข้าสู่ระบบแผนที่ ส่วนด้านล่างเป็นกลุ่มนำเสนอและการค้นหาแบบแยกประเภทตามลำดับ

เมื่อผู้ใช้งานพิมพ์คำสำคัญเพื่อค้นหาแล้ว จะนำเข้าสู่หน้าจอแสดงผลลัพธ์ (Result) พร้อมข้อมูลผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องของ (Summary) เพื่อแสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ให้เลือกกดเข้าสู่หน้าของสถานที่นั้น ๆ โดยข้อมูลที่จะแสดงในส่วนผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องของ (Summary) จะประกอบด้วย

1. ชื่อสถานที่
2. ระยะทางจากตำแหน่งผู้ใช้ปัจจุบัน
3. ประเภทของสถานที่ (ร้านอาหาร โรงแรม พิพิธภัณฑ์)
4. เวลาทำการ
5. คะแนนรีวิว
6. ภาพถ่าย



ภาพประกอบ 38 ภาพแสดงหน้าจอแสดงผลฟังก์ชันการค้นหา (Explore)

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

เมื่อผู้ใช้งานกดเลือกผลลัพธ์ที่สนใจแล้ว จะนำเข้าสู่หน้าจอแสดงข้อมูล (Information) ของสถานที่นั้น ๆ ซึ่งมีข้อมูลเพิ่มเติมจากหน้าก่อนดังนี้

1. การเดินทาง
2. เบอร์ติดต่อ
3. การจองที่นั่ง
4. รายละเอียดพื้นที่เพิ่มเติมในรูปแบบสัญลักษณ์

หากเป็นร้านอาหารเช่น นั่งทานที่ร้าน / รับกลับบ้าน / เป็นมิตรต่อผู้พิการ

เป็นต้น

5. แกลลอรี่ภาพ
6. การให้คะแนน (Review)

การเดินทางนั้นจะทำหน้าที่ Portal เชื่อมต่อไปยังแอปพลิเคชัน Google map เพื่อส่งต่อการบริการการคำนวณระยะทาง เวลา ในสถานที่นั้น ๆ ต่อไป

ข้อมูล แกลลอรี่ภาพ และการให้คะแนน (Review) สองส่วนนี้จะมีการดึงข้อมูลจาก ฟังก์ชันชุมชน (Community) เข้ามาประกอบกัน หน้าจะจแสดงแกลลอรี่ภาพถ่ายจากคลังภาพที่ ชุมชนอัปโหลดขึ้นมา และ การให้คะแนน (Review) ก็ยังเชื่อมต่อไปยังหน้ารวมคะแนนในฟังก์ชัน ชุมชน

Searching Results and Information



ภาพประกอบ 39 แสดงผลหน้าจอข้อมูล (Information)

ที่มา : โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

5.8 การออกแบบฟังก์ชันชุมชน (Community)

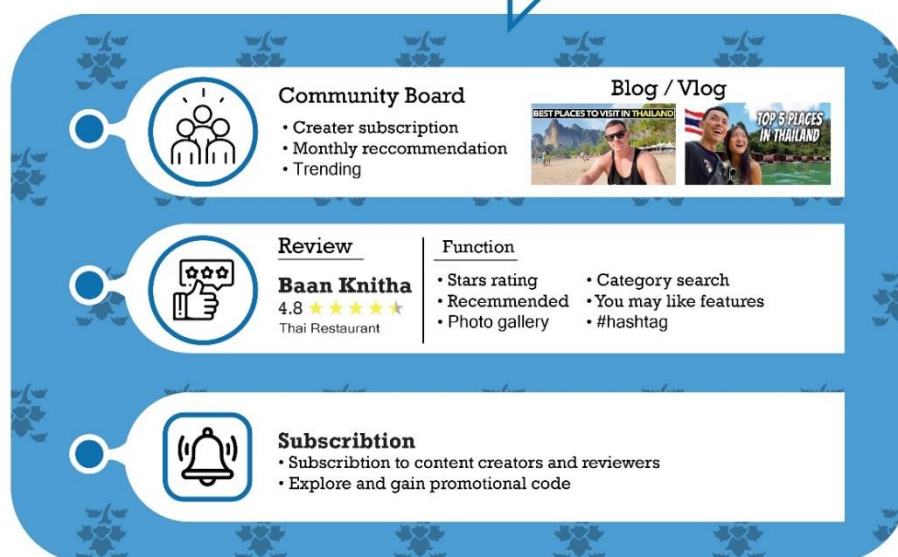
ฟังก์ชันชุมชน (Community) นั้นมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอของผู้ใช้ด้วยกันเองที่เป็นกลุ่ม Expat หรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย การดีไซน์ในฟังก์ชันนี้จะเน้นไปที่ภาพ ของ Blog หรือ Vlog ที่ผู้ใช้งานอัปโหลดไว้ ให้ดึงดูดผู้ใช้ในการเข้าชม ให้เห็นคนต่างชาติเหมือนกันจะทำให้เกิด Sense of community มากขึ้น โดยจะมีการอัปเดต Monthly Recommendation บทความต่าง ๆ ที่ผู้ใช้งานสร้างไว้ และสามารถติดตามผู้ใช้งานที่เป็น Creator ที่เราชื่นชอบ โดยสัดส่วนของการ นำเสนอบทความและภาพจะใหญ่และเด่นที่สุดในการออกแบบ

ฟังก์ชันย่อย Trending จะเป็นรูปแบบหน้าจอภาพเล็ก ถัดลงมาด้านล่างอยู่ในโซนที่สามารถสัมผัสได้ง่ายเพื่อผลักดันฟังก์ชัน Trending นี้ ถึงแม้จะเล็ก แต่ก็ยังเป็นฟังก์ชันที่อัปเดตให้ทัน

ปัจจุบันตลอดเวลาเพื่อตามกระแสสังคมว่ามีอะไรที่กำลังเป็นที่สนใจ หรือนิยมในขณะนี้ ตัวอย่างเช่น หมูแดงฟิวเวอร์ เป็นต้น

Community

Background



ภาพประกอบ 40 กราฟฟิกแสดงภาพรวมในฟังก์ชันชุมชน

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

นอกจาก Trending จะเกาะกลุ่มความสนใจในสังคมแล้ว ยังรวมกับ Location Base ของแต่ละพื้นที่ของผู้ใช้งานอีกด้วย เช่น งาน Night at The Museum จัดที่มิวเซียมสยาม ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แถวนั้นก็จะได้รับการแจ้งเตือนก่อน หรืองานเทศกาลไทยญี่ปุ่น จัดบริเวณสุขุมวิท ก็จะมีการแจ้งเตือนที่บริเวณนั้นเป็นหลัก

ฟังก์ชันการให้คะแนน (Review) นั้นจะอยู่ในพื้นที่รวมเรียกว่า Review Board ในหน้าจอฟังก์ชันหลักจะเป็นการแสดงผลการให้คะแนนล่าสุด ว่าตอนนี้ใครได้ให้คะแนนที่ไหนบ้าง เพื่อให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวของผู้ใช้งานภายในแอปพลิเคชัน และผู้ใช้งานสามารถได้เรียงความสดใหม่ของการให้คะแนนได้ ภายใน Review Board ของสถานที่นั้น ๆ จะประกอบข้อมูลร้านพร้อมคะแนนการรีวิว

โดยแสดงผลเป็นดาว ตั้งแต่ 5 ดาวคือเยี่ยมที่สุด จนถึง 1 ดาวคือไม่เป็นที่พอใจ ซึ่งการให้คะแนนจะเรียงตามคะแนนที่ให้จากมากไปหาน้อย โดยไม่สัมพันธ์กับเวลา แต่ก็สามารถตั้งค่าเพื่อ

อ่านตามเวลาการให้คะแนนได้เช่นกัน ภาพทั้งหมดที่รวมอยู่ในแกลลอรี่ ก็จะจำแนกตามบุคคลให้ให้คะแนนในโพสต์นั้น ๆ เช่นกัน เพื่อประกอบข้อความที่เขียน ใน Review Board นี้สามารถเชื่อมต่อกลับไปยังหน้า Summary ในฟังก์ชัน Explore ได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 41 ภาพแสดงหน้าจอแสดงผลฟังก์ชันชุมชน (Community)

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

Content creator and subscription



ภาพประกอบ 42 ภาพแสดงหน้าจอแสดงผลหน้า Blog / Vlog ของผู้ใช้งานที่เป็น Creator

ที่มา : โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567)

4.9 ผลการนำเสนอแอปพลิเคชันต้นแบบกับผู้เชี่ยวชาญ

จากการออกแบบฟังก์ชัน และภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับกลุ่ม Expat ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จนสำเร็จเป็นภาพสำหรับการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายแล้ว

จึงได้มีการขอตัวอย่างจากผู้เชี่ยวชาญ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทดลองใช้ และรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจำนวน 3 คน โดยมีรายละเอียดและความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันดังนี้

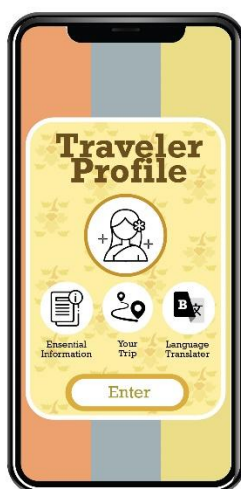
ท่านที่ 1 ชาวอเมริกัน อายุ 44 ปี เป็นผู้ทำธุรกิจภาคการท่องเที่ยว และทำร่วมงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ท่านที่ 2 ชาวอังกฤษ อายุ 53 ปี เป็นเจ้าของกิจการห้องพักในประเทศไทย และต่างประเทศในแอปพลิเคชัน Airbnb

ท่านที่ 3 ชาวญี่ปุ่น อายุ 47 ปี เป็นอาจารย์คณะครุศาสตร์จุฬาฯ และให้คำแนะนำการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มชาวญี่ปุ่น



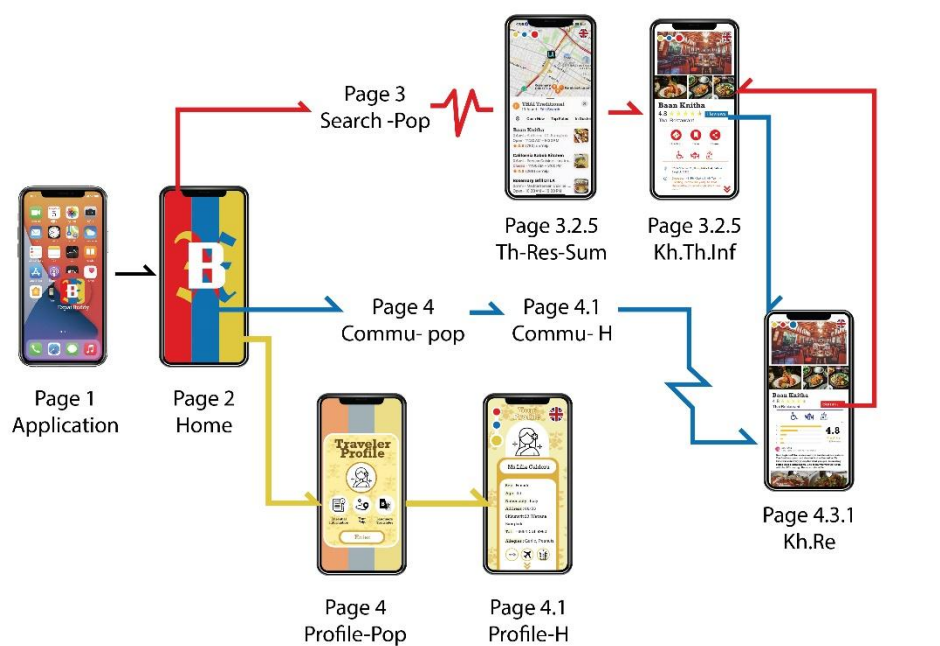
Page 2



Page 5



Page 3.3



ภาพประกอบ 44 แสดงตัวอย่างแผนผังการทดสอบที่ผู้วิจัยใช้ในการทดสอบระบบ
หลังบ้านเมื่อผู้ทดสอบต้องการเข้าสู่ฟังก์ชันต่าง ๆ

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

ชาวสหรัฐอเมริกา ให้ความคิดเห็นว่าตัวแอปพลิเคชันมีแกนฟังก์ชันหลัก 3 อันที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยส่วนตัวของผู้ให้คำแนะนำสนใจการแปลภาษาอัตโนมัติมาก หากสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวสะดวกขึ้น รวมถึงการใช้งานนอกเหนือการท่องเที่ยว หากสามารถใช้เก็บและแปลภาษาของเอกสารที่ใช้ในราชการ หรือยืนยันตัวตน แทนการพกพาสปอร์ต เอกสารเข้าสถานที่ เอกสารรับรองการทำงานได้ จะทำให้ลดภาระไปได้มาก เพียงแต่ไม่มั่นใจว่าในการดึงข้อมูล หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เพื่อประมวลผลตามที่ผู้วิจัยต้องการจะต้องใช้เงินทุนมากแค่ไหน อาจจะมีต้นทุนที่สูงไปหรือเปล่า หรืออาจจะเป็นการเรียกเก็บเงินในการซื้อแอปพลิเคชันต่อไป

ชาวอังกฤษ กล่าวว่า หากเพียงฟัง และใช้งานจากการพูดคุย คาดว่าจะไม่มีปัญหาแต่เนื่องจากอายุค่อนข้างมาก จะมีปัญหาระบบสายตา ควรมีระบบการตั้งค่าขนาดอักษรเพิ่มเติมด้วย (ขณะทดลองใช้การพิมพ์เป็นการ์ดภาพ) ในส่วนของระบบการค้นหา เนื่องจากออกแบบมาโดยยึดโยงหลายฟังก์ชันมาจาก Google Map จึงไม่ได้มีอะไรที่แตกต่างกันมาก อีกทั้ง Google Map ได้นำระบบพยากรณ์อากาศเข้ามาใช้ในแอปพลิเคชันแล้ว (เพิ่มเข้ามาช่วงต้นปี 2024 เป็นกรอบข้อความเล็ก ๆ) แต่ยังไม่ได้มีข้อมูลมากนัก เมื่อแอปพลิเคชันต้นแบบ Expat Buddy จะใช้ฟังก์ชันการดูสภาพอากาศ ก็ต้องสามารถทำได้ดีกว่าโดยเฉพาะหากข้อมูลเฉพาะเจาะจงในประเทศไทย การดูกราฟิกเมฆฝนไม่ได้มีผลอะไรกับผู้สูงอายุ เพราะดูไม่เป็น แค่เป็นการแจ้งเตือนก็เพียงพอแล้ว ในส่วนของฟังก์ชันชุมชน (Community) น่าจะเพิ่มเติมการค้นหาหมวดหมู่ หรือพิมพ์คำสำคัญอย่างฟังก์ชันการค้นหาด้วย เพื่อจะได้เสิร์ชหาข้อมูล คำแนะนำ และรีวิวที่เกี่ยวข้อง เพราะในฟังก์ชันการค้นหา เมื่อกดค้นหาไปจะเป็นเพียงการแสดงผลของสถานที่ต่าง ๆ ผู้ร่วมทดสอบยกตัวอย่างว่า “เหมือนใช้ค้นหาใน Google map ได้ แต่พอเปิด YouTube แต่ไม่มีที่ให้ใส่คำค้นหา ต้องไถหน้าโฮมวนไปเรื่อย ๆ” อย่างไรก็ตามฟังก์ชันทั้ง 3 ก็เหมาะสมกับความต้องการจริง ๆ ไม่จำเป็นต้องมีฟังก์ชันหลักเพิ่มเติม หรือจำเป็นต้องรวมในแอปพลิเคชันนี้ ถ้าไปพัฒนาต่อจะเป็นการดีไม่ใช่แค่เพียงต่อการท่องเที่ยว แต่รวมไปถึงคุณภาพชีวิตของ Expat คนอื่น ๆ ด้วย

ชาวญี่ปุ่น เรื่องการดีไซน์องค์ประกอบ สามารถจำลองดอกไม้ร่วงที่ใช้เป็นพื้นหลังได้ (อาจจะเป็นเพราะเคยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นลวดลายนี้มาก่อน) ฟังก์ชันหลักทั้ง 3 ฟังก์ชันสามารถเลือกไปกลับมาได้ง่าย สะดวกตอบใจกับความสงสัยในการค้นหา แต่เสนอว่าเมื่อกดกลับไปมาระหว่างฟังก์ชัน จะต้องมีการเก็บข้อมูลที่ทำค้างไว้ด้วย เช่น ขณะกำลังอ่านบทความน่าเที่ยวที่หนึ่งแล้วต้องการทราบข้อมูลที่พิกัดตนเองว่าอยู่ใกล้หรือไม่ เมื่อกดไปยังหน้าข้อมูลผู้ใช้ ดูเสร็จแล้ว จะกดกลับมายังฟังก์ชันชุมชน เมื่อกดกลับมาก็ยังควรเป็นหน้าบทความน่าเที่ยว ไม่ใช่หน้าหลักของฟังก์ชัน

นี้ และอีกส่วนที่ยังขาดคือปุ่มย้อนกลับ (Back) เพื่อกลับไปยังหน้าก่อนในกรณีที่ยังไม่ถูกใจข้อมูลหรือกลับไปดูผลลัพธ์อื่น ๆ ไม่อย่างนั้นจะต้องกลับไปเริ่มหน้าฟังก์ชันหลักใหม่ ส่วนที่ชอบมากคือ Trending ผู้ร่วมทดสอบบอกว่า นี่คือนี่ที่ภรรยาเขาจะเอาไปคุยในกลุ่มเพื่อนแน่นอน ซึ่งในตัวอย่างของแอปพลิเคชันที่ทำไว้ 3 ภาพ คือ หมูแดง (ลูกฮิปโปแคระ) เขารู้จักหมูแดงมาจากภรรยา ซึ่งเนื้อหาที่สามารถเชื่อมโยงดูวีว การเดินทาง และบทความ น่าจะเป็นข้อมูลที่สามารถชี้แนะคนให้ทราบว่าจะไรที่สังคมกำลังสนใจ และผลักดันให้เกิดความสนใจใหม่ ๆ ขึ้น เขายังกล่าวอีกว่าที่ประเทศญี่ปุ่นร้านอาหาร ร้านคาเฟ่จะมีเมนูที่เขียนไว้เพื่อเป็นของตามกระแสโดยเฉพาะ เช่น เป็นที่นิยมในกลุ่มเด็กสาว เป็นที่นิยมสำหรับคนทำงานออฟฟิศ เป็นต้น ส่วนในระบบ Trending นี้ก็อาจจะเป็นสารตั้งต้นให้กลุ่มชาวต่างชาติคนอื่น ๆ เอาไปพูดคุยกันได้รู้จักอะไรที่คนไทยกำลังนิยมอยู่ ไม่ใช่แค่ฟังจากที่พวกบล็อกเกอร์แนะนำอย่างเดียว ในด้านฟังก์ชันเพิ่มเติม เสนอว่าควรมีปุ่มสำหรับการตั้งค่า (Setting) เพื่อปรับรายละเอียดต่าง ๆ ภาษาของระบบ ลด/เพิ่มเสียง การแจ้งเตือน และอื่น ๆ

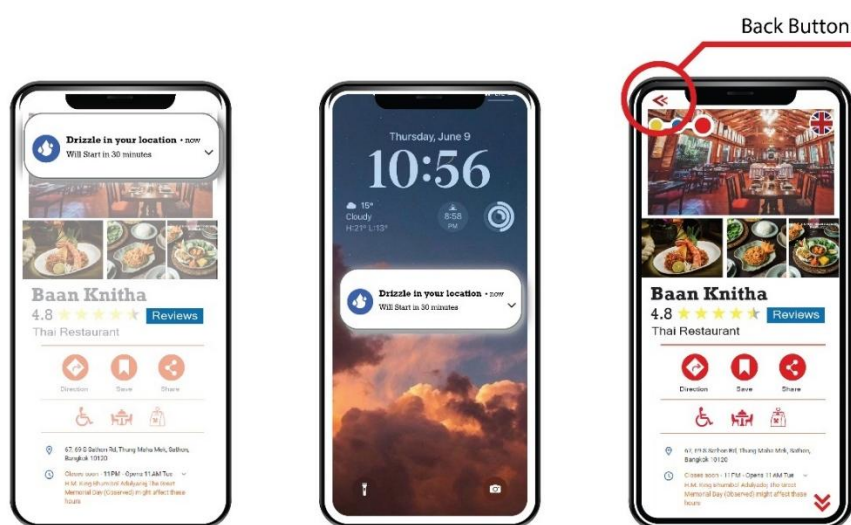
4.10 แนวทางการปรับปรุงแอปพลิเคชันต้นแบบ

จากข้อเสนอแนะจากผู้ร่วมทดลองใช้ทั้งสามคน มีหลายความคิดเห็นที่น่าสนใจ และเห็นควรปรับแก้ไขในขั้นตอนการพัฒนาต่อไปโดยแบ่งเป็น 2 หัวข้อใหญ่ดังนี้

1. **สิ่งที่แอปพลิเคชันต้นแบบยังไม่ได้รองรับ** ในส่วนข้อเสนอแนะที่ต้องเพิ่มเติมลงไปแอปพลิเคชันต้นแบบ “Expat buddy” 1) การใช้ระบบปุ่มย้อนกลับ (Back) เพราะถึงแม้จะปรับเปลี่ยนไปมาระหว่างฟังก์ชันสะดวกแค่ไหนการย้อนกลับก็สำคัญในการเปลี่ยนแปลงความต้องการ หรือการเรียกดูผลลัพธ์อื่น ๆ เช่นกัน แทนการเริ่มต้นในฟังก์ชันหลักใหม่ 2) ระบบการตั้งค่า (Setting) เป็นรายละเอียดที่ถูกมองข้ามไปในตอนต้นของการออกแบบ อาจจะเป็นเพราะเป็นรายละเอียดพื้นฐานที่มีมาตรฐานเดียวกัน เช่นการปรับเสียง ขนาดตัวอักษร ภาษาพื้นฐานของแอปพลิเคชัน หรือการแจ้งเตือน

2. **สิ่งที่แอปพลิเคชันต้นแบบต้องพัฒนา** ลำดับต่อไปในการพัฒนาฟังก์ชันในแอปพลิเคชัน คือเพิ่มระบบการค้นหาย่อยในแต่ละฟังก์ชันเพิ่มเติม เช่น การค้นหาตามความสนใจต่าง ๆ ในฟังก์ชันชุมชน หรือการค้นหาเอกสารภายในฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้งาน เมื่อแอปพลิเคชันอยู่ในระบบการใช้งาน การจดจำขั้นตอน และผลลัพธ์ก่อนการเปลี่ยนฟังก์ชันไปมาก็ต้องคงการกระทำเดิมไว้ก่อนเช่นกัน ในด้านการร่วมมือกับแอปพลิเคชัน และผู้พัฒนาในระบบอื่น ๆ เพื่อที่จะสามารถดึงข้อมูลมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพแอปพลิเคชันให้สามารถเดินนำหน้าแอปพลิเคชันอื่นได้ เพราะถ้าหากกลายเป็นผู้ตามแนวคิดหรือฟังก์ชันใหม่ ๆ หรือพัฒนาได้ไม่เทียบเท่าแอปพลิเคชันที่ยึดครองตลาดอยู่เดิมได้ ก็จะไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนต่อไป

4.11 การปรับแก้แอปพลิเคชันต้นแบบ และการต่อยอด



ภาพประกอบ 45 การแจ้งเตือนของแอปพลิเคชัน และปุ่ม Back

ที่มา: โดยผู้วิจัย ธรณ์เทพ รัตนกร (2567).

จากคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจึงมีการออกแบบเพิ่มเติมแก้ไขเล็กน้อยสำหรับเป็นแนวทางการต่อยอด การใช้รูปแบบการแจ้งเตือนภายในแอปพลิเคชัน และภาพนอกแอปพลิเคชัน การสร้างปุ่มย้อนกลับ (Back) สำหรับกลับไปยังหน้าก่อนเพื่อเป็นการทำงานไป-กลับของการเดินทางในแอปพลิเคชันต้นแบบอีกด้วย การต่อยอดหลังจากการปรับปรุงแก้ไขนั้น อาจจะเป็นการหา Key Partnership ที่แข็งแกร่งเพียงพอ และสามารถให้แอปพลิเคชัน Expat buddy แลกเปลี่ยนข้อมูลมาใช้งาน หรือแอปพลิเคชันที่สามารถเป็น Portal เชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันที่นอกเหนือการให้บริการได้ เช่น การขอที่พัก หรือตัวการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้แอปพลิเคชันต้นแบบนี้สามารถเป็นแนวทางเพื่อผลิตแอปพลิเคชัน ไม่ใช่เพียงแค่ในประเทศไทย แต่ยังเป็นต้นแบบให้การท่องเที่ยวของชาว Expat ในต่างประเทศได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากฟังก์ชันหลักนั้นไม่ได้ยึดโยงกับสภาพสังคม ภูมิประเทศ แต่ยึดโยงกับแต่ละกลุ่มผู้ใช้ ที่นับว่าเป็นบุคคลภายนอกประเทศ ที่อาศัยอยู่ในต่างแดนเป็นเวลานาน ทำให้สามารถต่อยอดความต้องการเหล่านี้ในฟังก์ชันการใช้งานหลัก ทั้งการค้นหา ระบบชุมชน และฟังก์ชันข้อมูลผู้ใช้ได้อีกด้วย

ตาราง 23 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจำนวน 3 แอปพลิเคชัน และแอปพลิเคชันต้นแบบ

ผลการศึกษา	ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน	ฟังก์ชันที่มีความชื่นชอบ ภายในแอปพลิเคชัน	ด้านการออกแบบ
Airbnb	การค้นหา และให้ข้อมูลที่พักนั้นเป็นที่พึงพอใจสูงสุดในทุกส่วนของแอปพลิเคชัน โดยมีผู้พึงพอใจที่สุดมากถึง 81 % ของผลสำรวจ ในฟังก์ชันภาพรวมทั้งแอปพลิเคชันกลุ่มผู้ใช้งานค่อนข้างพึงพอใจมาก เช่น ฟังก์ชันภาพไอคอนกราฟิก ฟังก์ชันการเสิร์ชทั่วไป การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และระบบการจองสิ่งที่พักกลุ่มผู้ใช้เกนส์ที่พึงพอใจปานกลางคือ การตอบสนองต่อการช่วยเหลือ โดยคิดเป็น 33 %	ฟังก์ชันที่ผู้ใช้กลุ่มผู้ใช้งานชื่นชอบที่สุดคือ ระบบการสำรองที่พักโดยคิดเป็นร้อยละ 20.8 จากแบบทดสอบ และการให้คะแนน (Review) เป็นอันดับที่สอง คิดเป็นร้อยละ 19.4 ฟังก์ชันแผนที่ ระบบช่วยเหลือระบบชุมชน และการเป็นเจ้าของนั้นมีคะแนนไล่เลี่ยกันในช่วงร้อยละ 11 - 15 ฟังก์ชันที่ไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้ใช้งานเลย คือ การพยากรณ์อากาศ และการนำเส้นทาง	การออกแบบไอคอนกราฟิกเป็นที่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานมาก คิดเป็นร้อยละ 90 (มา ก ที่ ส ด ใน ที่ ง 3 แอปพลิเคชัน)
TripAdvisor	ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้พึงพอใจมากที่สุด คือฟังก์ชันข้อมูลสถานที่ และการค้นหา โดยคิดเป็น 13% และ 16% ฟังก์ชันอื่นๆ ที่ทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง และพึงพอใจไม่ได้มีฟังก์ชันอะไรที่ดียิ่งชัดเจน และไม่พึงพอใจอย่างชัดเจนฟังก์ชันที่อยู่ในเกณฑ์ไม่ค่อยพึงพอใจมากที่สุดคือการใช้งานในแอปพลิเคชัน และการช่วยเหลือภายในแอปพลิเคชันโดยคิดเป็น 13 % เท่า ๆ กัน	ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้ชื่นชอบมากที่สุดคือ การให้คะแนนโดยคิดเป็น 31.5% ในฟังก์ชันแผนที่ และชุมชน มีคนชื่นชอบอยู่ในช่วง 16.5-22.8 % ฟังก์ชันที่ไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้ใช้งานเลย คือ การเป็นเจ้าของกิจการ การพยากรณ์อากาศ และระบบการจอง	การออกแบบไอคอนกราฟิกคะแนนในส่วนนี้กระจาย เป็นความพึงพอใจปานกลาง และพึงพอใจมาก อย่างละเท่าๆ กันโดยคิดเป็นร้อยละ 44 และ 47
Klook	ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้พึงพอใจมากที่สุด การออกแบบสัญลักษณ์ และการออกแบบกราฟิก โดยคิดเป็น 91%และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวกิจกรรม คิดเป็น 87 % ฟังก์ชันอื่นๆ ที่ทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง และพึงพอใจฟังก์ชันที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลางมากที่สุดคือฟังก์ชันการค้นหา คิดเป็นร้อยละ 70 แตกต่างจากด้านอื่นๆ ที่อยู่ในช่วง 10-30 %	ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้ชื่นชอบมากที่สุดคือ การให้คะแนนโดยคิดเป็น 26.26% ในฟังก์ชันการสำรองที่พักระบบการให้ความช่วยเหลือ การจดจำเส้นทาง และการจองสถานที่ มีคนชื่นชอบอยู่ในช่วง 12-18 % ฟังก์ชันที่ไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้ใช้งานเลย คือ การเป็นเจ้าของกิจการ และการพยากรณ์อากาศ	การออกแบบไอคอนกราฟิกเป็นที่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานมาก คิดเป็นร้อยละ 91 (มา ก ที่ ส ด ใน ที่ ง 3 แอปพลิเคชัน)

ตาราง 24 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจากกลุ่มภาษาจีนดั้งเดิม

ผลการศึกษา	ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก	ปัจจัยการสื่อสาร
ปัญหาในการท่องเที่ยวของ Expat	ปัจจัยที่เกิดจากตัวเองเช่นการจัดเวลา ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง และสุขภาพ ไม่มีผลใด ๆ ต่อการล้มเลิกการท่องเที่ยว	ปัญหาจากสภาพอากาศต่อการตัดสินใจในการเดินทาง หรือล้มเลิกการเดินทางมาก เนื่องจากอาจจะเกิดความไม่สะดวกในการเดินทาง และเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือถูกจำกัดกิจกรรมปัญหาสภาพจราจรนี้เป็นปัญหาส่วนน้อยเนื่องจากสามารถคาดคะเนความเสียหายของการติดขัดบนถนนได้ รวมถึงการจัดสรรทรัพยากร และขนส่งมวลชนให้มีประสิทธิภาพ	ปัญหาจากการสื่อสาร ในการสื่อสารสองทาง มักเกิดขึ้นในขณะที่ต้องการสื่อสารรายละเอียดเฉพาะ เช่น ที่หมายปลายทาง หรือการเดินทางในเส้นทางหรือพื้นที่ที่ไม่คุ้นเคย ส่วนการสื่อสารทางเดียวเกิดขึ้นจากการอ่านข้อมูล หรือการบอกทางที่มีเพียงป้ายภาษาไทย รวมถึงการใช้ชื่อภาษาอังกฤษที่ไม่เหมือนกัน เช่น Phaya Thai และ Phya Thai เป็นต้น การมีภาษาอังกฤษกำกับในป้ายบอกทาง หรือสถานที่นั้น ๆ
ผลการศึกษา	ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ	คำแนะนำ
ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน	ฟังก์ชันที่มีความสำคัญที่สุด 3 อันดับแรกในแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวคือ ฟังก์ชันการให้คะแนน และฟังก์ชันข้อมูลส่วนบุคคลตามลำดับ โดยแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวควรต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ ฟังก์ชันในการพยากรณ์อากาศสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในกลุ่มผู้ใช้งานได้	เมื่อฟังก์ชันให้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือข้อมูลไม่ครบ เช่น ระบบเห็นว่าเปิดทำงาน 11.00-18.00 แต่เมื่อไปถึงที่หมายแล้ว ห้องจำหน่ายบัตรปิดเวลา 16.30 ทำให้ไม่สามารถเข้าชมได้ เป็นปัญหาที่พบเจอบ่อยครั้ง และทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ส่วนฟังก์ชันที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่น การให้คำแนะนำ แล้วผลลัพธ์ไม่ตรงตามความต้องการ โดยเฉพาะการเสิร์ชหาภาษาซึ่งจะทำให้เกิดการคลาดเคลื่อนจนทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ เมื่อต้องการฟังก์ชันให้ข้อมูลหลายอย่างจำเป็นต้องใช้หลายแอปพลิเคชันผนวกกันเพราะไม่มีแอปพลิเคชันใดให้บริการได้ครบ	การให้คะแนน เขียนคำแนะนำ และรีวิว จากผู้ใช้งานที่มาจากประเทศเดียวกัน หรือบริเวณใกล้เคียง จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในกลุ่มผู้ใช้งานที่มาจากประเทศเดียวกันมากขึ้น และพร้อมจะทำตามสิ่งที่ผู้ให้คะแนน หรือคำแนะนำให้ฟังก์ชันบัญชีผู้ใช้ที่ดี จะช่วยลดภาระการเก็บเอกสาร และการสัมภาษณ์ลูกค้าได้

ตาราง 25 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านการออกแบบ

ผลการศึกษา	ด้านอัตลักษณ์ และ การจัดจำประเทศไทย	การใช้งานภายในแอปพลิเคชัน	คำแนะนำ
การออกแบบแอปพลิเคชัน	พระปรางค์วัดอรุณราชวรารามฯ และอาคารมหาคร เป็นสถานที่ของไทยที่กลุ่ม Expat นั้นจดจำภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี ผิดไท และต้มยำกุ้ง เป็นอาหารของไทย ที่กลุ่ม Expat นั้นจดจำภาพลักษณ์ได้ดี ตัวเลขไทย เป็นระบบสัญลักษณ์ที่ดีที่กลุ่ม Expat นั้นจดจำภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี สีสีกกลุ่ม Expat นั้นถึงเมื่อพูดถึงประเทศไทย คือ สีเหลือง และแดง	การใช้สัญลักษณ์ หรือภาพจริงนั้น มีความเหมาะสมต่างกันในแต่ละบริบท ภาพจริง เหมาะสำหรับการให้คะแนน และชุมชน ส่วนสัญลักษณ์ เหมาะกับการใช้ในระบบค้นหา หรือข้อมูลส่วนบุคคล การใช้ข้อมูลเชิงกราฟิก สามารถทำให้เข้าใจเรื่องราว ยาว ๆ แทนที่จะเป็นการใช้อักษรเขียนอธิบาย และยังทำให้น่าสนใจมากขึ้น เหมาะกับการโฆษณาสถานที่ หรือโปรแกรม	การมีระบบ Quick Link ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันอื่น ทำให้การใช้งานแอปพลิเคชันสะดวกสบายมากขึ้น ระบบการอ่านออกเสียงสามารถช่วยให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างง่ายดายหากมีระบบนี้อยู่ในแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว

ตาราง 26 ผลการนำเสนอแอปพลิเคชันต้นแบบกับผู้เชี่ยวชาญ

ผลการศึกษา	ความพึงพอใจ	ระบบฟังก์ชัน และแก้ไขในอนาคต	ความสะดวกในการใช้งาน
การให้ คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	แอปพลิเคชันต้นแบบสามารถใช้งานได้จริง โดยมีฟังก์ชันเพียงพอและตรงจุดการใช้งาน ระบบ Trending เป็นระบบที่สามารถช่วยให้ เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ดี และ นำเสนอได้ครอบคลุมทั้งกับความสนใจใน สังคมปัจจุบัน	ควรมีระบบการตั้งค่าเพื่อปรับความเฉพาะ แก่บุคคล เช่น ขนาดตัวอักษร การเพิ่มเติม การพยากรณ์อากาศลงไปได้ดีกว่า แอปพลิเคชันในตลาดปัจจุบัน	ระบบ Trending เป็นระบบที่สามารถช่วยให้ เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ดี และนำเสนอได้ครอบคลุมทั้งกับความสนใจ ในสังคมปัจจุบัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับพนักงานชาวต่างชาติ (EXPAT) ที่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) 2) ออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) ดำเนินการทดลองตามแบบแผนการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์ (In-dept - Interview) ประชากรในกลุ่ม Expat ในประเทศไทย และเมื่อออกแบบสำเร็จแล้ว จึงนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และเมื่อได้รับคำแนะนำ ดิฉันจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ และ หาแนวทางแก้ไข ปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการผู้ใช้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจำนวน 3 แอปพลิเคชัน และแอปพลิเคชันต้นแบบ

พบว่ากลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานแอปพลิเคชันทั้ง 3 แอปพลิเคชันนั้นมีความต้องการในแต่ละแอปพลิเคชันมีความพึงพอใจแต่ละฟังก์ชันในแต่ละแอปพลิเคชันแตกต่างกันออกไป รวมถึงภาพลักษณ์ วิธีการใช้งานของแอปพลิเคชันที่จะมีผลทั้งแนวคิด และการออกแบบ โดยมีใจความสรุปดังนี้

ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน

แอปพลิเคชัน Airbnb

1. การค้นหา และให้ข้อมูลที่พิกนั้นเป็นที่พึงพอใจสูงสุดในทั้งสามแอปพลิเคชัน โดยมีผู้พึงพอใจที่สุดมากถึง 81 % ของผลสำรวจในฟังก์ชันภาพรวมทั้งแอปพลิเคชันกลุ่มผู้ใช้งานค่อนข้างพึงพอใจมากเช่น การออกแบบไอคอนกราฟฟิก ฟังก์ชันการเสิร์ชทั่วไป การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และระบบการจองสิ่งที่พักกลุ่มผู้ใช้เกณฑ์พึงพอใจปานกลางคือ การตอบสนองต่อการช่วยเหลือ โดยคิดเป็น 33 %

2. ฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานชื่นชอบที่สุดคือ ระบบการสำรองที่พักโดยคิดเป็นร้อยละ 20.8 จากแบบทดสอบ และการให้คะแนน (Review) เป็นอันดับที่สอง คิดเป็นร้อยละ 19.4

3. ฟังก์ชันแผนที่ ระบบช่วยเหลือ ระบบชุมชน และการเป็นเจ้าของนั้นมีคะแนนใกล้เคียงกันในช่วงร้อยละ 11 - 15

4. ฟังก์ชันที่ไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้ใช้งานเลย คือ การพยากรณ์อากาศ และการนำเส้นทาง

แอปพลิเคชัน TripAdvisor

1. ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้พึงพอใจมากที่สุด คือฟังก์ชันข้อมูลสถานที่ และการค้นหา โดยคิดเป็น 13% และ 16%

2. ฟังก์ชันอื่น ๆ ทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง และพึงพอใจ ไม่ได้มีฟังก์ชันอะไรที่ดีอย่างชัดเจน และไม่พึงพอใจอย่างชัดเจน

3. ฟังก์ชันที่อยู่ในเกณฑ์ไม่ค่อยพึงพอใจมากที่สุดคือ การใช้งานในแอปพลิเคชัน และการช่วยเหลือภายในแอปพลิเคชัน โดยคิดเป็น 13 % เท่า ๆ กัน

4. ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้ชื่นชอบมากที่สุดคือ การให้คะแนนโดยคิดเป็น 31.5%

5. ในฟังก์ชันแผนที่ และชุมชน มีคนชื่นชอบอยู่ในช่วง 16.5-22.8 %

6. ฟังก์ชันที่ไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้ใช้งานเลย คือ การเป็นเจ้าของกิจการ การพยากรณ์อากาศ และระบบการจอง

แอปพลิเคชัน Klook

1. ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้พึงพอใจมากที่สุด การออกแบบสัญลักษณ์ และการออกแบบกราฟิก โดยคิดเป็น 91% และการให้ข้อมูลการทบทวนกิจกรรม คิดเป็น 87 %

2. ฟังก์ชันอื่น ๆ ทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง และพึงพอใจ

3. ฟังก์ชันที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลางมากที่สุดคือฟังก์ชันการค้นหา คิดเป็นร้อยละ 70 แตกต่างจากด้านอื่น ๆ ที่อยู่ในช่วง 10-30 %

4. ฟังก์ชันที่กลุ่มผู้ใช้ชื่นชอบมากที่สุดคือ การให้คะแนนโดยคิดเป็น 26.26%

5. ในฟังก์ชันการสำรองที่พัก ระบบการให้ความช่วยเหลือ การจดจำเส้นทาง และการจองสถานที่ มีคนชื่นชอบอยู่ในช่วง 12-18 %

6. ฟังก์ชันที่ไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้ใช้งานเลย คือ การเป็นเจ้าของกิจการ และการพยากรณ์อากาศ

การออกแบบแอปพลิเคชัน

แอปพลิเคชัน Airbnb

การออกแบบไอคอนกราฟฟิก เป็นที่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานมาก คิดเป็นร้อยละ 90 (มากที่สุดในทุก 3 แอปพลิเคชัน)

แอปพลิเคชัน TripAdvisor

การออกแบบไอคอนกราฟฟิก คะแนนในส่วนนี้กระจายเป็นความพึงพอใจปานกลาง และพึงพอใจมาก อย่างละเท่า ๆ กัน โดยคิดเป็นร้อยละ 44 และ 47

แอปพลิเคชัน Klook

การออกแบบไอคอนกราฟฟิก เป็นที่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานมาก คิดเป็นร้อยละ 91 (มากที่สุดในทุก 3 แอปพลิเคชัน)

1.2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

พบว่า Expat ในประเทศไทย (หรือกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) นั้นมีความต้องการในการท่องเที่ยวที่มีความจำเพาะต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย แอปพลิเคชันทั้ง 3 แอปพลิเคชันนั้นเป็นแอปพลิเคชันต่างชาติ จึงมีหลายส่วนที่ยังไม่เป็นที่พอใจ และบางส่วนที่สามารถพัฒนาให้เป็นที่พึงพอใจได้มากที่สุดโดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัญหาในการท่องเที่ยวของกลุ่ม Expat

1. ปัญหาจากสภาพอากาศมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง หรือล้มเลิกการเดินทางมาก เนื่องจากอาจจะเกิดความไม่สะดวกในการเดินทาง และเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว หรือถูกจำกัดกิจกรรม
2. ปัญหาสภาพจราจรนั้นเป็นปัญหาล้วนๆ เนื่องจากสามารถคาดคะเนความเสี่ยงของการติดขัดบนพื้นถนนได้
3. ปัจจัยที่เกิดจากตัวเองเช่นการจัดการเวลา ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง และสุขภาพไม่มีผลใด ๆ ต่อการล้มเลิกการท่องเที่ยว
4. ปัญหาจากการสื่อสาร ในการสื่อสารสองทาง มักเกิดขึ้นในขณะที่ต้องการสื่อสารรายละเอียดเฉพาะ เช่น ที่หมายปลายทาง หรือการเดินทางในเส้นทางหรือพื้นที่ที่ไม่คุ้นเคย ส่วนการสื่อสารทางเดียว เกิดขึ้นจากการอ่านข้อมูล หรือการบอกทางที่มีเพียงป้ายภาษาไทย รวมถึงการใช้ชื่อภาษาอังกฤษที่ไม่เหมือนกัน เช่น Phaya Thai และ Phya Thai เป็นต้น
5. การมีภาษาอังกฤษกำกับในป้ายบอกทาง หรือสถานที่นั้น ๆ การจัดสรรทรัพยากรจราจร และขนส่งมวลชนให้มีประสิทธิภาพ

ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน

1. ฟังก์ชันที่มีความสำคัญที่สุด 3 อันดับแรกในแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวคือ ฟังก์ชันการค้นหา ฟังก์ชันการให้คะแนน และฟังก์ชันข้อมูลส่วนบุคคล ตามลำดับ โดยแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวควรมีเพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ

2. เมื่อฟังก์ชันให้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือข้อมูลไม่ครบ เช่น ระบบเขียนว่าเปิดทำงาน 11.00-18.00 แต่เมื่อไปถึงที่หมายแล้ว ห้างจำหน่ายบัตรปิดเวลา 16.30 ทำให้ไม่สามารถเข้าชมได้ เป็นปัญหาที่พบเจอบ่อยครั้ง และทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

3. ฟังก์ชันที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่นการใช้คำค้นหา แล้วผลลัพธ์ไม่ตรงตามความต้องการ โดยเฉพาะการเสิร์ชต่างภาษาซึ่งจะทำให้เกิดการคลาดเคลื่อนจนทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

4. ฟังก์ชันในการพยากรณ์อากาศสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในกลุ่มผู้ใช้งานได้

5. การให้คะแนน เขียนคำแนะนำ และรีวิว จากผู้ใช้งานที่มาจากประเทศเดียวกัน หรือบริเวณใกล้เคียง จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในกลุ่มผู้ใช้งานที่มาจากประเทศเดียวกันมากขึ้น และพร้อมจะทำตามสิ่งที่ผู้ให้คะแนน หรือคำแนะนำให้ไว้

การออกแบบแอปพลิเคชัน

1. พระปรางค์วัดอรุณราชวรารามฯ และอาคารมหาจักร เป็นสถานที่ของไทย ที่กลุ่ม Expat นั้นจดจำภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

2. ผัดไท และตำยำกุ้ง เป็นอาหารของไทย ที่กลุ่ม Expat นั้นจดจำภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

3. ตัวเลขไทย เป็นระบบสัญลักษณ์ที่กลุ่ม Expat นั้นจดจำภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

4. สีที่กลุ่ม Expat นึกถึงเมื่อพูดถึงประเทศไทย คือสี เหลือง และแดง

5. การใช้สัญลักษณ์ หรือภาพจริงนั้น มีความเหมาะสมต่างกันในแต่ละบริบท ภาพจริง เหมาะสำหรับระบบการให้คะแนน และชุมชน ส่วนสัญลักษณ์เหมาะกับการใช้ในระบบการค้นหา หรือข้อมูลส่วนบุคคล

6. การใช้ข้อมูลเชิงกราฟิก สามารถทำให้เข้าใจเรื่องราวยาว ๆ แทนที่จะเป็นการใช้อักษรเขียนอธิบาย และยังทำให้น่าสนใจมากขึ้น เหมาะกับการโฆษณาสถานที่ หรือโปรโมชั่น

7. การมีระบบ Quick Link ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังฟังก์ชันอื่น ทำให้การใช้งานแอปพลิเคชันสะดวกสบายมากขึ้น

8. ระบบการอ่านออกเสียงสามารถช่วยให้การสื่อสารเป็นไปได้โดยง่ายหากมีระบบนี้อยู่ในแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว

1.3 ผลการศึกษา และการให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ หลังจากทดลองใช้แอปพลิเคชันต้นแบบ

1. แอปพลิเคชันต้นแบบนี้สามารถใช้งานได้จริงโดยมีฟังก์ก์เพียงพอ และตรงจุดการใช้งาน
2. ควรมีระบบการตั้งค่าเพื่อปรับความเฉพาะแก่บุคคล เช่นขนาดตัวอักษร
3. ควรมีระบบการค้นหาด้วยคำสำคัญในทุกฟังก์ชันหลัก (ปัจจุบันในฟังก์ชันการค้นหาหลักอย่างเดียว)
4. การเพิ่มเติมการพยากรณ์อาจส่งผลไปต้องทำได้ดีกว่าแอปพลิเคชันในตลาดปัจจุบัน
5. ควรเลือก Quick link ไปยังหน้าฟังก์ชันอื่น ๆ ต้องสามารถบันทึกข้อมูลเก่าไว้ได้ และสามารถกดย้อนกลับเพื่อเข้าสู่หน้านั้นได้ การทำงานไป-กลับได้ ไม่ใช่ ไปไปด้านหน้าทางเดียว
6. ระบบ Trending เป็นระบบที่สามารถช่วยให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ดี และนำเสนอได้ครอบคลุมทันกับความสนใจในสังคมปัจจุบัน

2. การอภิปรายผล

2.1 ผลการวิจัย

พบว่าแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน มีฟังก์ชันที่สามารถช่วยเลือกการท่องเที่ยวได้ดี แต่สำหรับกลุ่ม Expat หรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยนั้น กลับมีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คาบเกี่ยวกับความต้องการของคนอาศัยในประเทศไทยระยะยาว และคนในพื้นที่ จากการศึกษาต่อกับกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือวิจัย ทั้งแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อออกแบบเป็นแอปพลิเคชันต้นแบบ และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญมานั้น มีความเห็นสอดคล้อง และไม่สอดคล้องกับงานวิจัย และบทความอื่นอันมีรายละเอียดดังนี้

Knowledge box (2558) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่ม Expat ที่ใช้ภาษา หรือมาจากประเทศเดียวกัน เกิดการรวมกลุ่มกันขึ้นใน Social media และให้คำแนะนำ ช่วยเหลือกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยว่า การให้คะแนน เขียนคำแนะนำ และรีวิว จากผู้ใช้งานที่มาจากประเทศเดียวกัน หรือบริเวณใกล้เคียง จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในกลุ่มผู้ใช้งานที่มาจากประเทศเดียวกันมากขึ้น และพร้อมจะทำตามสิ่งที่ผู้ให้คะแนน หรือคำแนะนำให้ไว้ นอกจากนี้ (Knowledge box, 2558) ยังให้ความเห็นว่า ในกลุ่มชาวต่างชาติมี “บุคคลที่ทรงอิทธิพลทางความคิด” หรือ Influencers ไม่ต่างจากสังคมอื่น ดังนั้นระบบการทำคอนเทนท์ภายในแอปพลิเคชันต้นแบบ ยังสามารถรองรับคนกลุ่มนี้ และชักจูงให้ชาว Expat เข้ามาใช้แอปพลิเคชันนี้กันมากขึ้น

ภาวิตา ไอยวริญญ์ (2561) ได้ศึกษาแอปพลิเคชัน TripAdvisor แล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 80% อ่านรีวิวอย่างน้อย 6-12 รายการก่อนทำการจอง อีก 53% บอกว่าจะไม่ทำการจองจนกว่าจะได้อ่านรีวิวก่อน นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มมีลักษณะเดียวกันนี้กับสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า ฟังก์ชันการให้คะแนน (Review) เป็นหนึ่งในฟังก์ชันสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้ใช้งาน ผู้ใช้มีความต้องการคุณภาพประกอบ และความคิดเห็นในแง่ลบ นอกเหนือจากการอ่านแต่ข้อความเชิงบวกในสถานที่ให้บริการนั้นอีกด้วย

เอกลักษณ์ เลาหวรรณท์ (2553) พบว่าการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร มักใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน ต่อสัปดาห์มีจำนวนมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 29.4 และเที่ยวคนเดียวอย่างมีนัยสำคัญ โดยคิดเป็นร้อยละ 64.2 สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ถึงแม้จะไม่ได้มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวญี่ปุ่นเพียงอย่างเดียวเท่านั้นพบว่า ความถี่ในการใช้เวลาว่าง และการท่องเที่ยว นั้น 6 - 10 ครั้ง ต่อสัปดาห์ มีมากถึง 67 % แต่ในแบบสัมภาษณ์นั้น การกำหนดเวลาที่ใช้แต่ละครั้ง เป็นการใช้เวลาครึ่งวันถึง 74 % หากพิจารณาความเป็นไปได้ว่า ถ้านับเวลาเป็น 1 วัน เท่ากับการใช้เวลาว่าง หรือท่องเที่ยวครึ่งวัน 2 ครั้งแล้ว จะได้ความถี่ 3-5 ครั้ง ต่อเดือน เฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เท่ากับผลของงานวิจัยข้างต้น

จากผลงานวิจัยของ จิตรภรณ์ วรางคณา (2564) จัยเรื่อง The Development of Mobile Application for Famous Temples Tourism Promotion in Suphan Buri กลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการแอปพลิเคชันที่สามารถเสิร์ชหาสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ มีคะแนนอยู่ที่ 4.72 (คะแนนเต็ม 5) เป็นอันดับที่หนึ่ง สอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ให้ความสำคัญกับ ฟังก์ชันการค้นหามาเป็นอันดับแรก ถึงแม้จะคนละกลุ่มตัวอย่างกัน แต่กลุ่มชาว Expat ก็มีบางส่วนคล้ายคลึงกัน ทั้งการใช้ชีวิต และประสบการณ์ดังที่เคยกล่าวไว้ แต่สิ่งที่ไม่สอดคล้องกัน คืออันดับที่สองในกลุ่มคนไทย ต้องการความแม่นยำ และประมวผลได้เร็ว ส่วนในกลุ่ม Expat ต้องการระบบการให้คะแนน และรีวิว ทั้งสองกลุ่มนั้นมีความต้องการที่จะหาชุดข้อมูลที่ถูกต้องเหมือนกัน กลุ่มคนไทยคาดหวังจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันโดยตรง ส่วนชาว Expat คาดหวังจากผู้ให้คะแนน ที่อาจจะเป็นกลุ่มคนประเภทเดียวกัน

สกุล จรียาแจ่มสิทธิ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) พบว่าปัจจัยทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวและปัจจัยทางด้านข้อมูล ข่าวสารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย เมื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวร่วมกันสามารถทำนายการตัดสินใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถคาดการณ์การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 44.6 สอดคล้องกับผลงานวิจัย

ที่ฟังก์ชันสำคัญที่สุดคือการค้นหา และให้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการ และสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

วาทีต อธิศิริเวทย์ (2551) พบว่า ปัญหา และสิ่งที่ชาวต่างชาติต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุงเพื่อการท่องเที่ยว 3 อันดับแรกคือ ความสะอาด มลภาวะเป็นพิษ และการรักษาธรรมชาติ ซึ่งจากผลการวิจัยชิ้นนี้ ได้เห็นถึงความไม่สอดคล้องกัน โดยจากผลการสำรวจ ปัญหาของการท่องเที่ยวนั้น เป็นในด้านของการให้ข้อมูล และการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ โดยอาจมีความแตกต่างกันในแง่มุมมองของนักท่องเที่ยว และกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

3. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้รวมรวมความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่ม Expat ในประเทศไทยไว้ในหลายแง่มุม โดยเฉพาะความรู้สึกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และแอปพลิเคชันที่ให้บริการในตลาดช่วงปี พ.ศ.2567 (ค.ศ. 2024) นอกจากนี้ยังคัดเลือก และสรุปผลความจำเป็นของฟังก์ชันเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงบางชี้ถึงความเป็นไปได้ที่จะทำให้อุปกรณ์เป้าหมายพึงพอใจ ไว้้อย่างละเอียด ในภาคหน้าหากมีผู้ประสงค์ใช้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นแหล่งข้อมูลขั้นต้นเพื่อต่อยอดสร้างเป็นแอปพลิเคชันที่ประมวลผลในระบบการปฏิบัติการโทรศัพท์ได้จริง จะยินดียิ่ง

ทั้งนี้ในส่วนของความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย แต่คาดว่าไม่มีผลมากจนทำให้ผลการวิจัยชิ้นนี้เปลี่ยนแปลง เนื่องจากความต้องการตามผลการวิจัยนั้นเป็นเรื่องพื้นฐานความต้องการที่ไม่มีผลแปรผันตามสภาพสังคม แต่สิ่งที่คาดว่าจะมีผลต่อการวิจัยในภายหน้าแน่นอน นั่นคือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม ทั้งการตรวจสอบสภาพอากาศ การใช้เอไอประมวลผล (การสื่อสาร, สรุปข้อมูล, แนะนำ) เทคโนโลยีการสื่อสาร รวมถึงความสามารถในการประมวลผลอัลกอริทึม ซึ่งมีผลทำให้แอปพลิเคชันในอนาคตพัฒนาขึ้นได้อย่างก้าวกระโดด อันนำมาซึ่งความพร้อมในการจัดทำแอปพลิเคชันที่สามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มชาว Expat นี้ได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- ASTRA STUDIO. (ม.ป.ป.). 6 หลักการออกแบบ Application บนมือถือ. <https://astrastudio.digital/th/blog/6-design-application-th>
- Bizidea. (2563). แอปพลิเคชัน (Application) คืออะไร แล้วมีกี่ประเภท. <https://bizidea.co.th/whats-application/>
- BLT BANGKOK. (2562). ท่องเที่ยวไทยบูม รับทท. 38 ล้านคน กวาดรายได้เป็นอันดับ 4 ของโลก. <https://www.bltbangkok.com/poll/4619/>
- Chitraphan Varangkana. (2021). The Development of Mobile Application for Famous Temples Tourism Promotion in Suphan Buri. 14th International & National Conference, Gradatue School, Suan Sunanha Rajabhat University.
- Iconext Writer. (2021). What is UX/UI Design? <https://iconext.co.th/2021/07/19/what-is-ux-ui-design/>
- Jiraporn Boonying. (2018). Demands and problems faced by chinese tourists travelling in Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(3). https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_32_vol_7_3_2018.pdf
- Knowledge Box. (2015). EXPAT IS COMING. <https://www.youtube.com/watch?v=HLtqH4HqoQ&app=desktop>
- SC Spark solution. (2021). รวม 5 ขั้นตอนการพัฒนาแอปพลิเคชัน ที่จะทำให้อัปของคุณประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ. <https://www.sc-sparksolution.com/2021/05/11/รวม-5-ขั้นตอนการพัฒนาแอป/>
- Techsauce Team. (2563). Airbnb เปิดตัว Online Experiences สร้างพื้นที่ให้ผู้จัดกิจกรรมหารายได้เสริมช่วง COVID-19. <https://techsauce.co/pr-news/online-experiences-airbnb-covid-19>
- TERRA BKK. (2562). ต่างชาติ เข้ามาทำงานแต่ละจังหวัด เท่าไหร่ ? <https://www.terrabkk.com/articles/196762/ต่างชาติ-เข้ามาทำงานแต่ละจังหวัด-เท่าไร->
- The Agent. (2561). ภาพ 10 อันดับ Expat ที่เข้ามาทำงานในไทย. <http://www.theagent.co.th/images/content/MI%20Angi/info-1-%C3%A0%C2%B8%C2%A7%C3%A0%C2%B8%C2%B4%C3%A0%C2%B8%E2%80%93%C3%A0%C2%B8%C2%B5->

Expat-

%C3%A0%C2%B9%E2%80%9E%C3%A0%C2%B8%E2%80%94%C3%A0%C2%B8%C2%A2.jpg

The Growth Master. (2022). *Kanban Board คืออะไร? รู้จักสุดยอดเครื่องมือที่เข้ามาเปลี่ยนโลกการทำงาน*. <https://thegrowthmaster.com/blog/kanban-board>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2563 (Tourism receipts from international tourist arrivals)*. https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=592

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนธันวาคม 2562*. https://www.mots.go.th/download/article/article_20200123132729.pdf

ฐานเศรษฐกิจ. (2563). ททท. จัดงาน “Expat Travel Deal 2020”. <https://www.thansettakij.com/business/448850>

ไทยรัฐออนไลน์. (2564). ททท. สร้าง Top of Mind ให้ต่างชาตินึกถึงไทยอันดับแรก เจาะกลุ่ม “Expat” เสริมตลาดในประเทศ. <https://www.thairath.co.th/news/local/2008683>

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2567). เจาะลูกค้าต่างชาติในไทย เริ่มอย่างไร ‘เข้าใจ เข้าถึง’. <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/how-to-approach-expat.html>

พรทิพย์ เรืองธรรม. (2560). *ทฤษฎีการออกแบบ*. <https://www.theagent.co.th/images/content/MI%20Angi/info-1-%C3%A0%C2%B8%C2%A7%C3%A0%C2%B8%C2%B4%C3%A0%C2%B8%E2%80%93%C3%A0%C2%B8%C2%B5-Expat-%C3%A0%C2%B9%E2%80%9E%C3%A0%C2%B8%E2%80%94%C3%A0%C2%B8%C2%A2.jpg>

ภาวิตา ไอยวริญญ์. (2562). *ศึกษาเนื้อหาการรีวิวของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ทริปแอดไวเซอร์ประเทศไทย*. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4113/3/pawitar_aiya.pdf.

วาทีต อธิศิริเวทย์. (2551). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร]*.

สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10, 105-

114. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RRBR/article/view/143364>

สอง สุวรรณแผ่นผา. (2563). ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย
(*Problem and need of foreigner tourists travelling in Thailand*).

<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/ml10/6114962050.pdf>

สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. กลุ่มงานพัฒนาระบบควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว. (2562).

สถิติจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงาน คงเหลือทั่วราชอาณาจักร.

<https://www.doe.go.th/prd/alien/statistic/param/site/152/cat/82/sub/0/pull/category/view/list-label>

สุพีร์ ลิ้มไทย. (2547). การประเมินพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา].

<https://webopac.lib.buu.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00112783>

อรุณรุ่ง วงศ์กังวาศ์ และคนอื่นๆ. (2559). การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขต

กรุงเทพมหานคร ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราช
ภัฏสวนสุนันทา, 8(1). <http://ssruir.ssru.ac.th/handle/ssruir/736>

เอกลักษณ์ เลาวหรรณนท์. (2553). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร
ในวันหยุด. [https://dric.nrct.go.th/index.php?/](https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/231566)

[Search/SearchDetail/231566](https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/231566)

ประวัติผู้เขียน

