

พฤติกรรมและความต้องการใช้ระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี
BEHAVIORS AND REQUIREMENTS OF THE TOURISM INFORMATION
SYSTEM FOR TOURISTS VISITING UBON RATCHATHANI PROVINCE



¹จักริน วชิรเมธิน, ²อนิรุท สืบสิงห์ และ ³ฐิติ ราศีกุล

¹Chakarin Vajiramedhin, ²Anirut Suebsing and ³Thiti Raseekul

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ประเทศไทย

Ubon Ratchathani University, Thailand

¹chakarin.v@ubu.ac.th, ²anirut.s@ubu.ac.th, ³thiti.r@ubu.ac.th

Received: December 30, 2023; **Revised:** March 28, 2024; **Accepted:** April 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศ ความต้องการระบบสารสนเทศ และปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการระบบสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 400 ราย ตามหลักการเลือกตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรและไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงบรรยาย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการค้นหาและใช้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ อุปกรณ์หลักคือสมาร์ทโฟน โดยการใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เลือกสถานที่ท่องเที่ยว และการวางแผนการเดินทาง ด้านระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย มีช่องทางการติดต่อสื่อสารและให้การช่วยเหลือ มีการนำเสนอกิจกรรมเทศกาลในช่วงต่าง ๆ มีการแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการ มีการแบ่งประเภทสถานที่ท่องเที่ยวบนแผนที่เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ด้านเนื้อหาข้อมูลบนระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย

¹ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการเงินและการลงทุน คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³ อาจารย์ การจัดการธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ได้แก่ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ความปลอดภัยและการขอความช่วยเหลือ และสถานบริการภาครัฐ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยว, ความต้องการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research is to examine the behavior of visitors in utilizing information systems, identify their information system requirements, and analyze the factors that influence these requirements among tourists visiting Ubon Ratchathani province. The research utilized a survey instrument to gather information from a randomly selected group of 400 individuals, adhering to established rules of sample selection for populations with unknown characteristics and proportions. The data was analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as regression analysis. The findings of the study indicate that tourists utilize information search websites and online social networks as platforms for seeking and accessing information. Smartphones have emerged as the prevailing device of choice among individuals. This information is utilized by tourists to make informed decisions on their travel, including the selection of a place and the formulation of their itinerary. Tourists have a desire for tourism information systems that exhibit excellence across multiple dimensions. This encompasses the provision of information through diverse devices and communication channels, as well as the availability of assistance. Additionally, tourists seek comprehensive presentations of festival activities throughout different time periods, along with recommendations for tourist attractions that align with their specific requirements. Tourists often express a need for the categorization of tourist sites on maps to enhance use. Tourists exhibit a substantial level of expectation for the various forms of content available on tourism information systems. The subsequent enumeration presents a hierarchy of significant content categories, arranged in a descending order: tourist attraction information, tourist activities, transportation, accommodation, safety and aid, and government service facilities.

Keywords: Tourists' Information Usage Behavior, Tourism Information Requirements, Tourism Business Operators

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อุบลราชธานีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น อีกทั้งอุบลราชธานีเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญที่เชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน แต่การท่องเที่ยวในจังหวัดกลุ่มอีสานใต้มีข้อจำกัดหลายประการเช่น แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีที่ตั้งกระจุกกระจายทำให้เสียเวลาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ข้อมูลการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อหายุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งถูกจัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่พร้อมทั้งซอฟต์แวร์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ ซึ่งมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อการท่องเที่ยว การให้บริการด้านข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของเส้นทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหารของฝากและของที่ระลึกถือว่าเป็นข้อมูลสำคัญที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ตั้งแต่การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยวและการใช้ข้อมูลประกอบการเดินทางในระหว่างการท่องเที่ยว (Wongmonta, 2021) จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้พบว่าส่วนมากเดินทางมาด้วยตนเอง นิยมใช้รถส่วนตัวในการเดินทางหรือหากเป็นชาวต่างชาติมักนิยมเช่ารถเพื่อเดินทางเอง (Mukherjee et al., 2022) ข้อมูลเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญเป็นที่จะต้องใช้ประกอบการวางแผนเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และจัดการความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ได้ เช่น อุบัติเหตุ การประกันภัย (บุชราภรณ์ กอบกิจพานิชผล และพลากร แก้วทิพย์, 2565)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรและข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและประทับใจการให้บริการ การจัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ช่วยเอื้อประโยชน์ให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ เพียงพอ ทันสมัย ตอบสนองได้รวดเร็วและถูกต้อง มีข้อมูลที่ตรงตามความต้องการส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้มากขึ้น (Puspawati and Ristanto, 2018) หนึ่งในมูลเหตุและแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคือปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลกระทบในเชิงบวกช่วยเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ (Adeola and Evans, 2019) จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้ แต่คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ส่วนใหญ่มีคุณภาพต่ำและไม่มีการเชื่อมโยงข้อมูลศูนย์บริการการท่องเที่ยว ภาพประกอบไม่ชัดเจน ไม่มีแผนที่บอกเส้นทางและระยะทาง ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน ซึ่งควรที่จะสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยว (เกศิณี โพธิ์เพชร สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อที่จะนำข้อมูลมาใช้เป็น

แนวทางสำหรับผู้ประกอบการและชุมชนด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีผ่านระบบออนไลน์ให้ตรงตามความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ซึ่งระบบสารสนเทศนี้จะเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินธุรกิจและเพิ่มช่องทางการแข่งขันให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสำรวจพฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยว และความต้องการใช้งานระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่เดินทางมาท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สูตรการคำนวณของคอคแรน (Cochran) ในกรณีที่ไม่มีทราบจำนวนประชากรและไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ $p = 0.5$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% ($Z = 1.96$) และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ขนาดของประชากรที่ต้องการเท่ากับ 384 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานและความต้องการใช้งานระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี รูปแบบการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เกณฑ์ในการเลือกร้านอาหาร เกณฑ์ในการเลือกที่พัก

ส่วนที่ 2 การใช้งานและการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล ความถี่ในการค้นหาข้อมูล

ระยะเวลาในการค้นหา การใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงข้อมูลระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การใช้ข้อมูล การท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความต้องการระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว สอบถามเกี่ยวกับความต้องการด้านระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวและด้านเนื้อหาของข้อมูลบนระบบสารสนเทศ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบ่งเป็น 5 ระดับ (Rating Scale)

การเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในงานเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี ในช่วงเดือนกรกฎาคม จำนวน 400 ราย

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์และอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

จากผลการสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในงานเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษา จำนวน 400 ราย ได้ผลการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และเพศหญิงจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 ด้านอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุ 15-25 ปี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 อายุ 26-35 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 อายุ 36-45 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 อายุ 46-55 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 ระดับปริญญาตรี 88 คน ร้อยละ 22.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ด้านอาชีพนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีอาชีพเกษตรกร จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 นักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ข้าราชการ จำนวน 43 คน ร้อยละ 10.75 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 พนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ด้านรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 รายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ด้านความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมาครั้งแรก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ครั้งที่ 2 จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ครั้งที่ 3 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ครั้งที่ 4 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ครั้งที่ 5 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25

ด้านพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้งานการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยรถส่วนตัวจำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 66.96 เดินทางด้วยรถโดยสาร จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 19.69 เดินทางด้วยเครื่องบินจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 เดินทางด้วยรถไฟจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.38 และเดินทางด้วยรถนำเที่ยวจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.38 ตามลำดับ

ด้านการใช้เวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งพบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 วันจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 3 วันจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 2 วันจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวมากกว่า 5 วันจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 5 วันจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 4 วันจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 โดยรูปแบบในการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเองแบบอิสระจำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75 และเดินทางโดยมีผู้นำเที่ยวจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวบ่อย ๆ พบว่านักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ทางธรรมชาติจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 36.65 สถานที่ทางวัฒนธรรมจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 22.35 สถานที่เชิงนันทนาการจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 18.65 สถานที่ทางประวัติศาสตร์จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 14.05 สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 7.28 และสถานที่ท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.02

นักท่องเที่ยวใช้เกณฑ์ความชอบส่วนตัวจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 ตามเทศกาลจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 18.85 ตามฤดูกาลจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 18.09 ความนิยมสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 11.97 ระยะทางจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 11.97 และใช้เกณฑ์อื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.51 ตามลำดับ

การเลือกร้านอาหารพบว่านักท่องเที่ยวเลือกจากความชอบส่วนตัวจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22 ร้านที่เพื่อนแนะนำจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 17.98 เลือกจากความนิยมของร้านอาหารจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 17.04 เลือกจากระยะทางจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 13.05 เลือกจากราคาจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 12.52 และเลือกโดยใช้เกณฑ์อื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

การเลือกที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกจากประเภทของที่พักจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 เลือกจากระยะทางจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 22.41 เลือกจากที่พักที่เพื่อนแนะนำจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 15.46 เลือกจากราคาของที่พักจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 เลือกจากความนิยมของที่พักจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 8.81 และใช้เกณฑ์อื่น ๆ ในการเลือกจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.32

2. พฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า มักค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์บริการค้นหา จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 32.32 หาจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 18.27 หาข้อมูลจากการสอบถามจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 13.23 จากเว็บไซต์สถานที่ท่องเที่ยวโดยตรง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 10.89 หาจากเว็บบอร์ด/บล็อก จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 10.19 หาจากเว็บไซต์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 หาจากมีเดียแชร์ริง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 5.62 และหาจากช่องทางออนไลน์อื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 0.82 โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต พบว่า ใช้สมาร์ทโฟนจำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 52.91 ใช้คอมพิวเตอร์พีซีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 14.81 และใช้แท็บเล็ตจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 9.98

ความถี่ในการค้นหาข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก่อนเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า หาข้อมูลมากกว่า 5 ครั้งจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 หาข้อมูล 3 ครั้งจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 หาข้อมูล 2 ครั้งจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 หาข้อมูล 1 ครั้งจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 หาข้อมูล 4 ครั้งจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และหาข้อมูล 5 ครั้งจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการหาข้อมูลประมาณ 2 ชั่วโมงจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 หาข้อมูลประมาณ 1 ชั่วโมงจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 หาข้อมูลประมาณ 3 ชั่วโมงจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 หาข้อมูลมากกว่า 5 ชั่วโมงจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 หาข้อมูลประมาณ 4 ชั่วโมงจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และหาข้อมูลประมาณ 5 ชั่วโมงจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

นักท่องเที่ยวใช้สมาร์ทโฟนช่วยหาข้อมูลระหว่างการเดินทางจำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.25 และไม่มีการใช้สมาร์ทโฟนช่วยหาข้อมูลระหว่างการเดินทางจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75

สำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 ใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 ใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 และใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57

3. ความต้องการสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี 2 ด้านคือ ด้านระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว และด้านเนื้อหาข้อมูลบนระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

ความต้องการด้านระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการทุกข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลายในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) ข้อมูลช่องทางการติดต่อสื่อสารและให้การช่วยเหลือ ($\bar{X} = 4.04$) การนำเสนอกิจกรรมเทศกาลในช่วงต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.95$) การแบ่งประเภทสถานที่บนแผนที่เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.89$) การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่เพื่อน ๆ เคยไปมาแล้ว ($\bar{X} = 3.87$) การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบแผนที่ ($\bar{X} = 3.86$) การนำเสนอเส้นทางการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวบนแผนที่ ($\bar{X} = 3.86$) การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับตำแหน่งของผู้ใช้งาน ($\bar{X} = 3.82$) และการนำเสนอคะแนน Rating ที่นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ เคยให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.77$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความต้องการด้านระบบงานของระบบสารสนเทศ

| ด้านระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว | \bar{X} | S.D. | ความหมาย |
|---|-----------|------|----------|
| 1.การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบแผนที่ | 3.86 | 0.96 | มาก |
| 2.การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับตำแหน่งของผู้ใช้งาน | 3.82 | 0.87 | มาก |
| 3.การนำเสนอเส้นทางการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวบนแผนที่ | 3.86 | 0.92 | มาก |
| 4.การแบ่งประเภทสถานที่บนแผนที่เพื่อความสะดวกในการใช้งาน | 3.89 | 0.90 | มาก |
| 5.การแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการ | 3.95 | 0.90 | มาก |
| 6.การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่เพื่อน ๆ เคยไปมาแล้ว | 3.87 | 0.89 | มาก |
| 7.การนำเสนอคะแนน Rating ที่นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ เคยให้กับสถานที่ท่องเที่ยว | 3.77 | 0.91 | มาก |
| 8.การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย | 4.11 | 0.94 | มาก |
| 9.การนำเสนอกิจกรรม เทศกาลในช่วงต่าง ๆ | 4.00 | 0.85 | มาก |
| 10.ข้อมูลช่องทางการติดต่อสื่อสารและให้การช่วยเหลือ | 4.04 | 0.88 | มาก |
| รวม | 3.92 | 0.65 | มาก |

ส่วนความต้องการด้านเนื้อหาข้อมูลบนระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากในทุกปัจจัย ($\bar{X} = 3.97$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.04$) ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.04$) ข้อมูลการเดินทาง ($\bar{X} = 4.00$) ข้อมูลของที่พักร ($\bar{X} = 3.99$) ข้อมูลความปลอดภัยและการขอความช่วยเหลือ ($\bar{X} = 3.96$) ข้อมูลสถานบริการภาครัฐ ($\bar{X} = 3.96$) ข้อมูลร้านอาหาร ($\bar{X} = 3.89$) และข้อมูลร้านขายสินค้าที่ระลึก สินค้าของฝาก ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สำหรับการค้นหาและการใช้ข้อมูลในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์บริการค้นหา และจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยอุปกรณ์หลักในการเข้าถึงข้อมูลจะเป็นสมาร์ตโฟน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ คงชนะและเรณูภา ขุนชำนาญ (2561) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาสวนสละอาทิพย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประมาณ 3-5 ครั้งก่อนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล 1-3 ชั่วโมง และมีการใช้สมาร์ตโฟน ช่วยหาข้อมูลในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนการเดินทางและเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวและเลือกสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับพฤติกรรมกรบริโภคและการตลาดของการท่องเที่ยวของ Assael (1984) และสอดคล้องกับงานวิจัยของไพศาล กาญจนวงศ์และรักธิดา ศิริ (2561) ที่ระบุว่าข้อมูลของการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ความต้องการสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ความต้องการด้านระบบงานที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าในยุคปัจจุบันนี้คนเราใช้อุปกรณ์ที่หลากหลายในการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์พีซี คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ซึ่งแต่ละอุปกรณ์นั้นมีขนาดและการแสดงผลที่แตกต่างกัน การออกแบบระบบให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกทั้งในส่วนของการเชื่อมต่อ ความเร็วและการแสดงผลในทุกอุปกรณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ระบบจะต้องมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและมีข้อมูลที่หลากหลายมิติเพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ส่วนความต้องการด้านเนื้อหาข้อมูลนั้นนักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย อธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวมีการใช้ข้อมูลที่หลากหลายทั้งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกของ Boto-Garcia (2020) ที่กล่าวว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปต้องมีสิ่งดึงดูดใจหลายอย่าง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สะพาน ถนน รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ข้อมูลความปลอดภัยและสถานบริการภาครัฐเพื่อประกอบการตัดสินใจและวางแผนการเดินทางได้ แหล่งท่องเที่ยวที่จึงควรจัดเตรียมข้อมูลเหล่านี้ไว้ให้ครบถ้วนและมีการปรับปรุงอยู่เสมอ

เอกสารอ้างอิง

- เกศิณี โพธิ์เพชร, สุพิศ ฤทธิแก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช”. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 37, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม (2563): 110-136.
- บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล และพลากร แก้วทิพย์. “การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศในจังหวัดเชียงใหม่”. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 17, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565): 92-93.
- เบญจมาภรณ์ คงชนะ และเรณูกา ขุนชำนาญ. “พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาสวนสละอาทิตย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี”. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 5, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2561): 145-166.
- ไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ. “พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่”. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. 13, 1 (มกราคม-เมษายน 2561): 101-113.
- โอบาส เอี่ยมสิริวงศ์. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2566.
- Adeola, O., & Evans, O. “Digital tourism: Mobile phones, internet, and tourism in Africa”. *Tourism Recreation Research*. 44, 2 (2019): 190-202.
- Assael, H. *Consumer behavior and marketing action* (2 nd ed.). Kent Pub. Co.: Boston, Mass, 1984.
- Boto-Garcia, D.. “Habit formation in tourism travelling”. *Journal of Travel Research*. 61, 1 (2020): 16-32.
- Mukherjee, R., Datta, D., Ganguly, G., Bandopadhyay, S., Chakraborty, C., Pal, B., & Chatterjee, D.. “Application of data visualization: Realization of car rental system”. In *Emerging Technologies in Data Mining and Information Security: Proceedings of IEMIS 2022*, 1 (2022): 41-46.
- Puspawati, D.P., & Ristanto, H.. “Strategi promosi digital untuk pengembangan pariwisata kota magelang”. *Journal Jendela Inovasi Daerah*. 1, 2 (2018):1-20.
- Wongmonta, S. “Post-COVID 1 9 tourism recovery and resilience: Thailand context”. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*. 5, 2 (2021): 137-148.