DOI: 10.14456/phdssj.2026.xx

Received:	December	6, 2025
Revised:	April	18, 2026
Accepted:	October	28, 2026

การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ธนกร สุ่มมาตย์[1] ธัญญรัตน์ คำเพราะ[2] วรันตรี ปลั่งวัฒนะ[3]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และ (2) เสนอแนวทางในการพัฒนาการบริการเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการเดินทางของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 ซึ่งมีอายุปัจจุบันอยู่ระหว่าง 61-79 ปี จำนวน 400 คน และเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter ซึ่งเป็นการนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสมการพร้อมกัน เพื่อพิจารณาการส่งผลต่อของแต่ละตัวแปรต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์มากที่สุด (β = .241) รองลงมาคือทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (β = .166) และการรับรู้ความเสี่ยง (β = .109) ตามลำดับ โดยทั้งสามปัจจัยมีอิทธิพลในทิศทางบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่า ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นแนวทางพัฒนาควรมุ่งเน้นการออกแบบระบบให้ใช้งานง่าย ลดความซับซ้อนของขั้นตอน เชื่อมโยงการให้บริการในแพลตฟอร์มเดียว ควบคู่กับการสร้างทัศนคติเชิงบวกและความมั่นใจผ่านการสื่อสารทางการตลาดที่เป็นมิตรต่อผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี; การเดินทางด้วยตนเอง; การโดยสารการขนส่งทางอากาศ; เบบี้บูมเมอร์
ประเภทบทความ: บทความวิจัย

[1] หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน
เลขที่ 101/248 ตำบลศีรษะจรเข้น้อย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540, ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: tanakornprpt@gmail.com
[2,3] สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

Acceptance of Self-Managed Travel Technologies in Air Transportation among Baby Boomer Passengers

Tanakorn Soommat[1] Thanyarat Khamproh[2] Warantri Plangwattana[3]

Abstract

This research article aims to study (1) examine technology acceptance influencing self-service air travel among Baby Boomer passengers and (2) propose development guidelines for technology services aligned with their travel needs. A quantitative approach was used with 400 Baby Boomers (born 1946–1964) selected through convenience sampling. Data was analyzed using descriptive statistics and multiple regression (Enter method).

Findings are as follows: perceived ease of use (PEOU) had the strongest influence on the acceptance of self-managed travel technologies in air transportation among baby boomer passengers (β = .166). This was followed by attitude toward use (ATU) (β = .241) and perceived security risk (PSR) (β = .109), respectively. All three factors showed a positive and statistically significant effect at the .05 level. In contrast, perceived usefulness (PU) was found to have no statistically significant influence on technology acceptance. Therefore, development strategies should prioritize designing user-friendly systems, reducing procedural complexity, and integrating services within a single platform. These efforts should be accompanied by fostering positive attitudes and building confidence through marketing communications tailored to baby boomer passengers.

Keywords: Technology Acceptance; Self-Service Technologies; Air transportation; Baby Boomer Generation

Type of Article: Research Article

[1] Master of Management Program Aviation Management Branch Civil Aviation Institute
101/248 Si Sa Chorakhe Noi, Bang Sao Thong, Samut Prakan 10540, Thailand
Corresponding Author Email: tanakornprpt@gmail.com
[2,3] Aviation Management majors Civil Aviation Institute

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในภาคการเดินทางและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการบริการตนเอง (self-service technologies) เช่น การจองและซื้อบัตรโดยสารออนไลน์ การเช็คอินผ่านแอปพลิเคชันหรือเช็คอินอัตโนมัติในท่าอากาศยาน (kiosk) และตู้โหลดสัมภาระ (automated baggage drop) ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสาร อย่างไรก็ตาม แม้เทคโนโลยีดังกล่าวจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่ในกลุ่มผู้โดยสารสูงอายุ โดยเฉพาะผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 กลับพบว่าอัตราการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าวยังคงอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มวัยอื่น ๆ (สุทิพย์ ประทุม และสรัญณี อุเส็นยาง, 2565) และจากรายงานของแคสเปอกี้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564, 10 กรกฎาคม) เรื่อง Making Sense of our Place in the Digital Reputation Economy จากการสำรวจผู้ใช้โซเชียลมีเดียจำนวน 831 ราย ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เกี่ยวกับระดับความกลัวต่อกระแสเทคโนโลยีในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มช่วงอายุเบบี้บูมเมอร์มีความกังวลเทคโนโลยีดีพเฟค (deepfakes) ถึงร้อยละ 74 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ในช่วงวัยดังกล่าวมีระดับความวิตกกังวลความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีในระดับสูง ความกังวลนี้อาจส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์และการให้ข้อมูลส่วนบุคคลในกระบวนการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยจัดการการเดินทางด้วยตนเอง โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (baby boomers) เนื่องจากกำลังมีบทบาทที่สำคัญในอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว และในปัจจุบันมีแนวโน้มในการมีอายุขัยที่ยืนยาวขึ้น ประกอบกับในหลายประเทศมีการขยายอายุเกษียณ ซึ่งทำให้บุคคลในช่วงวัยนี้ยังคงสามารถทำงานและมีรายได้ที่มั่นคง ส่งผลให้กลุ่มนี้สามารถเดินทางเพื่อทางธุรกิจ (business) และการท่องเที่ยวในรูปแบบของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (leisure) การรายงานของคอนดอร์ เฟอร์รีส์ กล่าวว่าปัจจุบันกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (baby boomers) ถือเป็นกลุ่มประชากรที่ยังคงมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว ทั้งในกำลังซื้อและพฤติกรรมการใช้บริการ ร้อยละ 74 ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ให้ความสำคัญกับการเดินทางและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางปีละประมาณจำนวน 6,600 เหรียญสหรัฐ (Condor Ferries, 2025) ซึ่งมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ (generation X) ร้อยละ 20-50 โดยกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เป็นกลุ่มผู้โดยสารที่มีศักยภาพสูง แต่ในขณะเดียวกันกลับมีข้อจำกัดการยอมรับเทคโนโลยีบริการตนเอง ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางด้วยตนเองในระบบการขนส่งทางอากาศ ดังนั้น การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว นอกจากนี้ผลการศึกษายังสามารถนำไปสู่การเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริการเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการ และข้อจำกัดของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ อันจะช่วยลดความกังวลด้านความปลอดภัย เพิ่มความเชื่อมั่นในระบบดิจิทัล และส่งเสริมให้ผู้โดยสารสามารถเดินทางด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและมั่นใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

2. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริการเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการเดินทางของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้ บูมเมอร์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปร ได้แก่ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเบบี้บูมเมอร์กับพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่เดินทางการขนส่งทางอากาศที่มีช่วงอายุเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ผู้โดยสารในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และเคยมีประสบการณ์เดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569 โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2568 ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การยอมรับเทคโนโลยี

เป็นโมเดลที่ใช้ในการศึกษาการรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นที่ความเข้าใจว่าผู้ใช้จะตัดสินใจรับเทคโนโลยีหรือไม่อย่างไร โดยไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมเข้ามาใช้เป็นปัจจัยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ที่เกิดขึ้นจริง ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) ด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (attitude toward using) ด้านความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Behavior Intention) (Davis, 1989) ผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า อุปสรรคด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับระบบเช็คอินอัตโนมัติ (นิศากร สมสุข และสุฐิต ห่วงสุวรรณ, 2562) ขณะเดียวกันยังพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความเสี่ยง ส่งผลต่อการใช้บริการเช็คอินออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุและเบบี้บูมเมอร์ (กิตติยา ขจรไตรเดช, 2564; เมทินี วงศ์ธราวัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์, 2563)

นอกจากนี้ปัจจัยหลักตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน เป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบของผู้ใช้ต่อเทคโนโลยี นอกจากการรับรู้ประโยชน์และความง่ายแล้ว ปัจจัยทางจิตวิทยายังสามารถส่งผลต่อทัศนคติได้ โดยเฉพาะแนวคิดช่องว่างทางจิตวิทยา (psychological distance) ที่อธิบายว่าระดับการรับรู้ของบุคคลว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีความใกล้หรือไกลจากตนเอง ทั้งในด้านประสบการณ์ เวลา สังคม หรือความคุ้นเคย ซึ่งส่งผลต่อ การตีความ การรับรู้ และการตัดสินใจของบุคคล (Franke & Groeppel-Klein, 2024) ขณะเดียวกัน แนวคิดหลักฐานทางสังคม (social proof) ชี้ว่าแนวโน้มที่บุคคล

จะตัดสินใจหรือปรับพฤติกรรมของตนเองโดยอ้างอิงจากพฤติกรรมของผู้อื่น โดยเฉพาะบุคคลในกลุ่มสังคมหรือกลุ่มวัยเดียวกัน เมื่อบุคคลเห็นว่าผู้อื่นสามารถใช้เทคโนโลยีได้สำเร็จ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่น ลดความกังวล และส่งเสริมความตั้งใจในการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี หลักฐานทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างทัศนคติเชิงบวกและการยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความไม่มั่นใจต่อเทคโนโลยีใหม่ (AlShakhsi et al., 2025)

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Technology Acceptance Model--MTAM) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ทำการพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งพัฒนามาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model--TAM) (Ooi & Tan, 2016) เพื่อให้ครอบคลุมการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉพาะ เรียกว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมความตั้งใจใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริบทเฉพาะของเทคโนโลยีเคลื่อนที่ เช่น ความสะดวกในการพกพา การใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา รวมถึงการรับรู้ถึงความเสี่ยง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้จำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ความผิดพลาดของระบบ อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความเข้ากันได้ (perceived compatibility) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (perceived ease of use) การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน (perceived financial resource) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (perceived security risk) และการรับรู้ด้านความไว้วางใจ (perceived trust)

การแพร่นวัตกรรม

ทฤษฎีการแพร่นวัตกรรม (diffusion of innovation) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยา (sociology) ที่ซึ่งตามทฤษฎีได้แบ่งบุคคลที่จะยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีออกเป็น 5 (Rogers, 2003) ได้แก่

1. นักประดิษฐ์ (innovator) คือ กลุ่มผู้คิดค้นหรือเป็นผู้ที่มีความรู้และชอบติดตามเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีจำนวนร้อยละ 2.5 ของคนในสังคม

2. กลุ่มผู้ยอมรับได้เร็ว (early adopters) คือ กลุ่มที่ยอมรับเป็นผู้ชอบลองอะไรใหม่ ๆ แต่จะต้องผ่านการค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางเลือกในการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้ สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้แก่คนอื่น ๆ ได้ มีจำนวนร้อยละ 13.5 ของคนในสังคม

3. กลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคม (early majority) คือ กลุ่มคนที่ยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายแต่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 34 ของคนในสังคม

4. กลุ่มผู้ยอมรับช้า (late majority) คือ กลุ่มที่ตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยี เมื่อมีความจำเป็นทางเศรษฐกิจหรือทางสังคม กลุ่มคนเหล่านี้มักมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีและจะตัดสินใจใช้เมื่อเทคโนโลยีนั้นมีการใช้งานกันเป็นปกติในสังคมแล้วส่วนใหญ่ มักยอมรับเทคโนโลยี แต่ขาดความรู้ ความเข้าใจ มีอุปสรรคทางด้านร่างกาย อายุ มีจำนวนร้อยละ 34 ของคนในสังคม

5. กลุ่มล้าหลัง (laggards) คือ คนกลุ่มสุดท้ายที่จะรับเทคโนโลยี จะตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีจากประสบการณ์เดิมของตน ซึ่งอาจมีความกลัวที่จะต้องเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จัดเป็นกลุ่มที่มีการยอมรับนวัตกรรม

และเทคโนโลยีน้อยที่สุด หรือไม่ยอมรับเลยคนกลุ่มนี้อาจรู้ได้ว่าเทคโนโลยีเหล่านี้มีประโยชน์ มีจำนวนร้อยละ 16 ของคนในสังคม

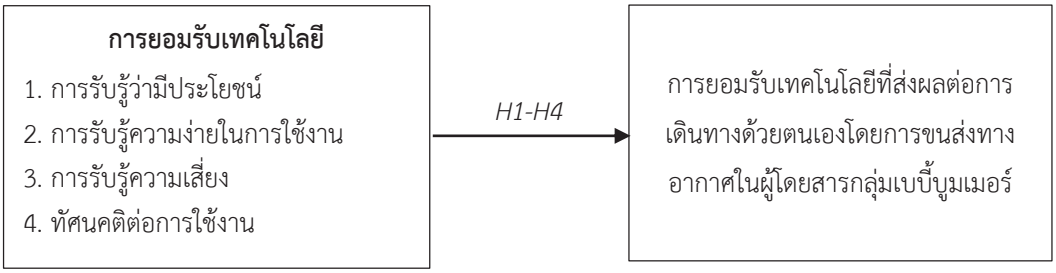
พฤติกรรมผู้บริโภค

ด้านการรู้จักผลิตภัณฑ์ (aware) ขั้นตอนแรกในการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรู้จักและรับรู้ถึงการมีอยู่ของเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยจะมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น ข่าวสารจากสื่อ การแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัว และสร้างการรับรู้สามารถทำได้ผ่านการตลาดที่หลากหลาย เช่น การโฆษณาผ่านสื่อดั้งเดิม (ทีวี วิทยุ นิตยสาร) การตลาดออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย บทความ บล็อก) ถัดไปด้านการชื่นชอบผลิตภัณฑ์ (appeal) คือ การทำให้เทคโนโลยีใหม่ ๆ น่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคความดึงดูดสามารถเกิดจากการเห็นประโยชน์ที่ชัดเจนจากเทคโนโลยี เช่น การปรับปรุงความสะดวกสบายในการทำงานหรือชีวิตประจำวัน ข้อเสนอที่ชัดเจนเกี่ยวกับการประหยัดเวลาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมักจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และการออกแบบที่ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันที่เป็นประโยชน์ก็มีบทบาทสำคัญ ต่อมาด้านการถามและตอบ (ask) เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและการตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ หลังจากที่ได้รับข้อมูลพื้นฐานและรู้จักเทคโนโลยีใหม่ ๆ แล้ว การสอบถามเพิ่มเติมมักเกิดขึ้นจากการศึกษาความคิดเห็นจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น การรีวิวออนไลน์ การจัดทำ FAQ (คำถามที่พบบ่อย) บทวิจารณ์จากผู้ใช้งานจริง การเสนอการสาธิตหรือการทดลองใช้งาน และการมีทีมบริการลูกค้าที่พร้อมตอบข้อสงสัย ต่อไปด้านการตัดสินใจ (act) คือ การตัดสินใจและลงมือใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การกระทำมักเป็นผลมาจากการประเมินที่ครอบคลุมและการพิจารณาว่าเทคโนโลยีนั้นมีคุณค่าและตอบสนองความต้องการหรือไม่ การตัดสินใจซื้อและเริ่มใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ มักจะต้องการการสนับสนุนจากการทดลองใช้งานหรือการรับประกันความพึงพอใจ และสุดท้ายด้านการสนับสนุน (advocate) คือ การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเป็นผู้สนับ สนุนและแนะนำเทคโนโลยีให้กับผู้อื่น แนะนำเทคโนโลยีให้กับเพื่อนและครอบครัว การสนับสนุนนี้อาจเกิดจากการแบ่งปันประสบการณ์ที่ดี การเขียนรีวิวในเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือการพูดคุยเกี่ยวกับเทคโนโลยีในสังคม (AD ADDICT, 2563)

กลุ่มเบบี้บูมเมอร์กับพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี

ในปัจจุบันแม้จะพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุไทยมีแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นแต่ก็ยังมีส่วนใหญ่ที่ยังขาดความรู้ในการใช้งาน ราคาอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้งานมีค่าใช้จ่ายสูง ผู้สูงอายุไม่ทราบวิธีป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว และบางคนมีประสบการณ์ตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงเพราะรู้เท่าไม่ถึงการณ์จากภัยของโลกไซเบอร์แม้ว่ารัฐจะมีนโยบายเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันผู้สูงอายุในการปกป้องตนเองจากภัยรอบด้านด้วยการให้ข่าวสาร ความรู้ รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะกับการดำรงชีวิต แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการรู้เท่าทันเทคโนโลยี สารสนเทศ (วิชนี คุปตะวาทิน, 2566) ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลของผู้สูงอายุที่ใช้อุปกรณ์ดิจิทัล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลของผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปที่ใช้อุปกรณ์ดิจิทัล พบว่า ไม่เข้าใจหน้าจอคำสั่งที่เป็นภาษาอังกฤษสูงที่สุด ร้อยละ 69.2 รองลงมาคือ ไม่รู้วิธีการใช้งาน ร้อยละ 54.5 และไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการใช้งาน และภัยออนไลน์ต่าง ๆ ร้อยละ 47.1 นอกจากนี้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าผู้สูงอายุมีความกังวลและต้องการความมั่นใจจากการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายใช้การใช้งาน และทัศนคติ (ศดานนท์ วัตตวินรม และคนอื่น ๆ 2567; อุมาวรรณ วาทกิจ และคนอื่น ๆ 2567)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 (*H1*): การยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

สมมุติฐานที่ 2 (*H2*): การยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

สมมุติฐานที่ 3 (*H3*): การยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

สมมุติฐานที่ 4 (*H4*): การยอมรับเทคโนโลยีทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางการศึกษาได้ดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลแหล่งที่มาที่สามารถสืบค้นและอ้างอิงได้ ประกอบด้วย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบทความทางวิชาการ

ประชากรและตัวอย่าง ได้แก่ ผู้โดยสารที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 61-79 ปี กำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการคำนวณจากสูตรคอแครน ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 แล้วสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกจะได้ขนาดตัวอย่าง เท่ากับจำนวน 384 คน ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมและรองรับกรณีที่ต้องมีการตัดผลงานจากแบบสอบถามที่มีความผิดปกติออก จึงกำหนดตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน โดยเผยแพร่แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ผ่านกลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดก่อนนำไปวิเคราะห์ ผลการเก็บข้อมูลได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด และนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีและทฤษฎีการแพร่นวัตกรรม โดยนำตัวแปรทั้งจำนวน 4 ด้าน โดยมีทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นตัวควบคุมมาเป็นแนวทางในการออกแบบข้อคำถามในแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมทั้งมิติการรับรู้ ทัศนคติ

ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานจริงอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา ก่อนนำไปทดลองใช้เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็นจำนวน 5 ส่วน ได้แก่ (1) คำถามคัดกรองเกี่ยวกับอายุ (2) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และประเภทเทคโนโลยีที่ช่วยจัดการการเดินทางด้วยตนเองที่เคยใช้บริการ (3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ตามตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความปลอดภัย และทัศนคติต่อการใช้งาน (4) คำถามเกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และ (5) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ แบบสอบถามนี้มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert, 1932)

การตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence--IOC) การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา สามารถดำเนินการโดยให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหามาพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ข้อคำถามที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง .67-1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ผลการทดสอบค่าอำนาจจำแนก (validity) ควรมีค่ามากกว่า .50 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ได้มีการตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถาม และพบว่า มีค่ามากกว่า .50 ขึ้นไปทุกข้อ (Rovinelli and Hambleton, 1977) สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามซึ่งจะต้องได้ค่าดัชนีมากกว่า .70 ขึ้นไปซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้และมีความเชื่อถือภายในที่ดีตามเกณฑ์ที่ใช้อย่างแพร่หลาย (Bai et al., 2024) โดยการศึกษานี้ค่า Cronbach's alpha เท่ากับ .962 และนำข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมจากตัวอย่าง

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis--MRA) มาสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 46.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดร้อยละ 35.75 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจหรือธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 24.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท เท่ากันที่ร้อยละ 28.00 เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีพบว่า มีผู้เคยใช้เทคโนโลยีช่วยจัดการการเดินทางด้วยตนเองถึงร้อยละ 71.75 โดยส่วนใหญ่เคยจองและซื้อบัตรโดยสารออนไลน์ร้อยละ 58.19 รองลงมาคือ เคยเช็คอินออนไลน์ร้อยละ 43.55 เช็คอินผ่านตู้อัตโนมัติร้อยละ 31.71 และโหลดสัมภาระด้วยเครื่องอัตโนมัติร้อยละ 5.23 ตามลำดับ

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

การยอมรับเทคโนโลยี	*M*	*SD*	แปลผล
การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU)	3.28	0.80	ปานกลาง
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	3.16	0.77	ปานกลาง
การรับรู้ความเสี่ยง (PSR)	3.31	0.69	ปานกลาง
ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU)	3.15	0.73	ปานกลาง
ภาพรวม	3.22	0.58	ปานกลาง

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์	*M*	*SD*	แปลผล
ท่านยอมรับเทคโนโลยีที่ช่วยจัดการการเดินทางด้วยตนเอง	3.20	1.30	ปานกลาง

ตาราง 3

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ด้วยวิธี Enter เพื่อพยากรณ์ การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	*t*	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	β			Tol.	VIF.
ค่าคงที่ (constant)	-.190	0.334		-0.569	.569		
การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU)	.148	0.092	.091	1.608	.109	.610	1.640
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	.409	0.092	.241	4.465	.000*	.669	1.495
การรับรู้ความเสี่ยง (PSR)	.205	0.096	.109	2.136	.033*	.754	1.327
ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU)	.296	0.104	.166	2.836	.005*	.573	1.745

R = .478, R^2 = .229 R^2_{adj} = 0.221 SE = 1.151
F = 29.255 Sig. = .000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 การตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity) โดยพิจารณาค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการตรวจสอบพบว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ความเสี่ยง (PSR) และทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU) สามารถร่วมกันพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ .409 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รองลงมาคือทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ .296 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการรับรู้ความเสี่ยง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ .205 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สามารถเขียนสมการถดถอยที่ใช้ในการพยากรณ์ ได้ดังนี้

สมการในการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (unstandardized) คือ

$\hat{Y}$ = -.190 + .409 (PEOU) + .205 (PSR) + .296 (ATU)

สมการในการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (standardized) คือ

$$Z_Y = .241\, Z_{PEOU} + .109\, Z_{PSR} + .166\, Z_{ATU}$$

สัญลักษณ์ที่แทนตัวแปรในสมการ

$\hat{Y}$ หมายถึง ค่าการยอมรับเทคโนโลยีที่ได้จากการพยากรณ์ด้วยสมการถดถอยเชิงพหุคูณ

PU หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์

PEOU หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

PSR หมายถึง การรับรู้ความเสี่ยง

ATU หมายถึง ทัศนคติต่อการใช้งาน

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .409 หมายความว่า เมื่อ PEOU เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น .409 หน่วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .296 หมายความว่า เมื่อ ATU เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น .296 หน่วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการรับรู้ความเสี่ยงความปลอดภัย (PSR) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .205 หมายความว่า เมื่อ PSR เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น .205 หน่วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยตนเองโดยการขนส่งทางอากาศในผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ดังนี้

1. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) หมายความว่า หากผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์รับรู้ว่าเทคโนโลยีใช้งานง่ายไม่ซับซ้อนก็จะยิ่งมีแนวโน้มที่จะยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มนี้มีการรับรู้เบื้องต้นว่าการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยจัดการการเดินทางด้วยตนเองเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและยากต่อการใช้งาน เนื่องจากผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ไม่ได้เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลตั้งแต่ช่วงวัยต้น ส่งผลให้เกิดความไม่คุ้นเคยและความกังวลต่อการใช้งานระบบที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นหลัก นอกจากนี้ ผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์อาจมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้งานผิดพลาด การไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง หรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการเดินทางหากไม่สามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง

2. ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU) หมายความว่า หากผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทัศนคติที่ดี จะส่งผลต่อการยอมรับและใช้เทคโนโลยีมากขึ้น สาเหตุมาจากอาจเกิดจากประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยีในอดีตที่ไม่ราบรื่นเช่น ระบบขัดข้อง ไม่สามารถทำรายการสำเร็จ หรือเทคโนโลยีการบริการด้วยตนเองโดยมีความซับซ้อนหลายขั้นตอน หรืออาจรับรู้เทคโนโลยีการบริการด้วยตนเองถูกออกแบบมาสำหรับผู้ใช้งานรุ่นใหม่มากกว่า ส่งผลให้เกิดความรู้สึกว่าเทคโนโลยีดังกล่าวไม่เหมาะสมกับตนเอง

3. การรับรู้ความเสี่ยง (PSR) หมายความว่า หากผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ได้รับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นๆ มีความปลอดภัยจากความเสี่ยงต่างๆที่กังวล ก็จะยิ่งเพิ่มระดับการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ความกังวลเรื่องความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญ การเดินทางแบบดั้งเดิมมักจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาได้ทันที แต่เมื่อต้องใช้เทคโนโลยีด้วยตนเอง จึงเกิดความไม่มั่นใจว่าหากเกิดปัญหาจะสามารถแก้ไขได้หรือไม่ โดยสะท้อนผ่านความกลัวต่อความล้มเหลวของระบบ ความไม่เสถียร และความผิดพลาดของข้อมูล ซึ่งอาจนำไปสู่ความสูญเสียทั้งเวลาและโอกาสในการเดินทาง นอกจากนี้ ข่าวสารเกี่ยวกับการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลและการโจมตีทางไซเบอร์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ยิ่งทำให้กลุ่มนี้มีความกังวลมากขึ้น

4. การรับรู้ถึงประโยชน์ เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่าการที่ผู้โดยสารยังไม่เห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีอย่างเต็มที่ เช่น ระบบมีหลายขั้นตอน หรือเกิดความผิดพลาดระหว่างการใช้งาน ซึ่งทำให้ผู้โดยสารรู้สึกว่าใช้เวลามากกว่าการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ ส่งผลให้ประโยชน์ที่ควรได้รับจากเทคโนโลยีไม่ปรากฏชัดในมุมมองของผู้ใช้งาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริการเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการเดินทางของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ดังนี้

1. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยผู้โดยสารให้ความสำคัญกับ “การมีการประชาสัมพันธ์และข้อมูลที่เพียงพอ” มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.39 แต่มีความมั่นใจในการใช้งานค่อนข้างต่ำเพียง เท่ากับ 3.04 แนวทางการพัฒนาคือ เทคโนโลยีการให้บริการของท่าอากาศยานและสายการบินได้รับการออกแบบให้มีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีการแสดงผลที่ชัดเจน และสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นลำดับขั้น จึงช่วยลดความรู้สึกว่าการใช้งานเป็นเรื่องยาก ลดความกังวลในการใช้งาน และเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้โดยสารกลุ่มดังกล่าวขั้นตอนการใช้งานควรลดลงให้เหลือเพียงสิ่งที่จำเป็นจริง โดยจัดเรียงอย่างเป็นระบบและมีตัวบ่งชี้แสดงความคืบหน้า

ที่ชัดเจนในแต่ละขั้นตอน นอกจากนี้ ควรจัดทำระบบนำทางการใช้งานบนหน้าจอ (on-screen guidance) คำแนะนำการใช้งานแบบเรียลไทม์บนหน้าจอ ระบบช่วยเหลือระหว่างการใช้งาน (in-process assistance) ที่แสดงให้เห็นขั้นตอนการใช้งานอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์รับรู้ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถใช้งานได้ง่าย และนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีการบริการด้วยตนเอง

2. ทัศนคติต่อการใช้งาน โดยพบว่า ผู้โดยสาร “ยังคงอยากใช้บริการจากเจ้าหน้าที่มากกว่าเทคโนโลยี” มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.36 แนวทางการพัฒนาคือ ส่งเสริมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีการบริการตนเองในกลุ่มผู้โดยสารเบบี้บูมเมอร์ ผ่านการสร้างภาพลักษณ์การให้บริการที่เข้าถึงได้และเป็นมิตร โดยผู้ประกอบการสายการบินและท่าอากาศยานเลือกใช้พรีเซนเตอร์หรือแบบอย่างการใช้งานที่เป็นผู้สูงอายุหรือผู้โดยสารในช่วงวัยเดียวกัน มาเป็นตัวแทนในการสื่อสารทางการตลาด แทนการใช้ภาพลักษณ์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่เพียงอย่างเดียว การนำเสนอภาพของผู้สูงอายุที่สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างราบรื่น จะช่วยลดช่องว่างทางจิตวิทยา (psychological distance) ส่งผลให้ผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เกิดการรับรู้ว่าตนเองก็สามารถใช้งานได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ การใช้พรีเซนเตอร์ผู้สูงอายุยังทำหน้าที่เป็นหลักฐานทางสังคม (social proof) ที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและลดความกังวลในการใช้งาน โดยเฉพาะในบริบทของการเดินทางทางอากาศซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่ซับซ้อน เมื่อผู้โดยสารเห็นแบบอย่างจากกลุ่มวัยเดียวกันที่ประสบความสำเร็จในการใช้งาน จะช่วยกระตุ้นทัศนคติเชิงบวกและความตั้งใจในการลองใช้บริการมากขึ้น

3. การรับรู้ความเสี่ยง ผู้โดยสารกังวลมากที่สุดเรื่อง “การพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไปอาจส่งผลกระทบหากระบบล้ม” มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ3.52 เนื่องจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ความกังวลเรื่องความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญ แนวทางการพัฒนาคือ สายการบินและท่าอากาศยาน ควรสื่อสารนโยบายความเป็นส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างชัดเจนและโปร่งใส การเข้ารหัสข้อมูล และการสำรองข้อมูลเพื่อป้องกันการล่มของระบบ ควรมีระบบสำรองเพื่อป้องกันการขัดข้องของระบบ และแจ้งให้ผู้โดยสารทราบถึงมาตรการป้องกันและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าหากเกิดปัญหาจะมีทางออกและมีความช่วยเหลือ นอกจากนี้ การสื่อสารเรื่องความปลอดภัยเชิงรุก (proactive communication) ควรจัดทำคำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับความปลอดภัยตอบคำถามเช่น “ข้อมูลของฉันจะถูกเก็บไว้ที่ไหน” “ใครสามารถเข้าถึงข้อมูลของฉันได้บ้าง” “หากเกิดปัญหาจะทำอย่างไร” อีกทั้ง การมีระบบแจ้งเตือนก่อนและหลังการทำรายการในแต่ละขั้นตอน เช่น การยืนยันข้อมูลก่อนบันทึก วิธีนี้ลดความกังวลความเสี่ยงจากการทำรายการผิด และช่วยให้ผู้โดยสารรู้สึกควบคุมกระบวนการได้และลดความกลัวต่อความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น จะส่งผลให้เกิดความไว้วางใจต่อระบบมากขึ้น และนำไปสู่การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

4. การรับรู้ถึงประโยชน์ แนวทางการพัฒนาคือ ระบบเทคโนโลยีควรมุ่งเน้นไปที่การทำให้ผู้โดยสาร รับรู้ถึงประโยชน์ได้อย่างชัดเจนและทันที โดยควรออกแบบระบบให้ช่วยลดระยะเวลาในการทำรายการอย่างเป็นรูปธรรม เช่น ลดจำนวนขั้นตอนในการใช้งาน และแสดงผลลัพธ์ที่ชัดเจนว่าการใช้เทคโนโลยีช่วยประหยัดเวลาได้มากกว่าการใช้บริการผ่านเจ้าหน้าที่นอกจากนี้ ควรสื่อสารประโยชน์ของเทคโนโลยีในเชิงที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ คือ การเน้นความสะดวก ความรวดเร็ว และความคุ้มค่า ผ่านการสื่อสารทางการตลาดที่เข้าใจง่าย ผ่านการสื่อสารทางการตลาดที่เข้าใจง่าย รวมถึงการจัดกิจกรรมสาธิตหรือมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำในช่วงเริ่มต้น เพื่อช่วยลดอุปสรรคการเรียนรู้และทำให้ผู้โดยสารสามารถรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่

การอภิปรายผล

ผลการยอมรับเทคโนโลยีของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์โดยรวม พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 3.20 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มผู้โดยสารเบบี้บูมเมอร์มีการยอมรับค่อนข้างเป็นกลาง ไม่ปฏิเสธหรือยอมรับอย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ พรรษ์ธกานต์ ญาวีระ (2563) ที่พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสามารถนำผลมาอภิปรายได้ดังนี้

1. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use--PEOU) เป็นด้านที่มีส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสูงสุด ผลการวิจัยสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model--TAM) ของ Davis (1989) ซึ่งระบุว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา ขจรไตรเดช (2564) ที่พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีส่งผลต่อการใช้บริการเช็คอินออนไลน์ของสายการบินแอร์เอเชีย และงานวิจัยของ จิรันธนิน คงตะนะ และลัดดาวัลย์ เลขมาศ (2564) ที่พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยี โดยผู้ใช้รับรู้ว่าเมนูของแอปพลิเคชันหรือเครื่องบริการตนเองมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย

2. ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Use--ATU) เป็นด้านที่มีส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีในลำดับรองลงมา ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศดานนท์ วัตตวินรม และคนอื่น ๆ (2567) ที่พบว่าทัศนคติมีส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม โดยผู้โดยสารยังคงมีความเห็นว่า “ต้องการใช้บริการจากเจ้าหน้าที่มากกว่าเทคโนโลยี” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 แม้ในขณะเดียวกันจะมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และมีความยินดีที่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความขัดแย้งภายในของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ที่แม้จะรับรู้คุณค่าและมีทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยี แต่ยังคงให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์มากกว่า ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับรายงานของ ชณานิจฉ์ ดาศรี (2562)

3. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Security Risk--PSR) มีส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อผู้โดยสารรับรู้ว่าเทคโนโลยีมีความปลอดภัย มีความเสี่ยงต่ำ และสามารถปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลได้ จะส่งผลให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีมากขึ้น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MTAM) (Ooi and Tan, 2016) ที่ระบุว่าการรับรู้ความเสี่ยงความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมทินี วงศ์ธราวัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์ (2563) ที่พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการใช้บริการเช็คอินออนไลน์ และงานวิจัยของ นิศากร สมสุข และสุฐิต ห้วงสุวรรณ (2562) ที่ระบุว่า อุปสรรคความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้โดยสาร นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่นวัตกรรม (Rogers, 2003) ซึ่งจัดกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ให้อยู่ในกลุ่มผู้ที่ยอมรับเทคโนโลยีได้ช้าที่มีแนวโน้มจะตัดสินใจใช้งานเมื่อเทคโนโลยีนั้นได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในสังคม และมีความมั่นใจความปลอดภัยและความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ พบว่า ผู้โดยสารยังคงต้องการใช้บริการจากเจ้าหน้าที่มากกว่าเทคโนโลยี ดังนั้น เจ้าหน้าที่ประจำจุดที่มีเทคโนโลยีบริการตนเองควรได้รับการฝึกอบรม ซึ่งท่าอากาศยานและสายการบินควรพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมให้มีทักษะในการช่วยเหลือผู้สูงอายุเฉพาะทาง หรือความเชี่ยวชาญในการช่วยเหลือผู้โดยสารสูงอายุ และการจัดทำมาตรฐานการให้บริการสำหรับการให้บริการผู้สูงอายุที่ใช้เทคโนโลยี เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนได้รับการบริการที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน จะช่วยเพิ่มคุณภาพการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ นอกจากนี้ควรพัฒนาระบบการให้บริการให้สามารถดำเนินกระบวนการได้อย่างครบถ้วนภายในแพลตฟอร์มเดียว เพื่อลดจำนวนขั้นตอนและความซับซ้อนในการใช้บริการ โดยเฉพาะในกระบวนการเช็คอินที่ปัจจุบันผู้โดยสารต้องดำเนินการผ่านหลายจุด เช่น การเช็คอินผ่านตู้บริการอัตโนมัติและการนำสัมภาระไปโหลดที่จุดบริการแยกต่างหาก ซึ่งอาจก่อให้เกิดความสับสนและเพิ่มภาระในการตัดสินใจให้แก่ผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ จะช่วยลดความรู้สึกว่ากระบวนการเดินทางมีความยุ่งยากและเป็นอุปสรรค จะช่วยเพิ่มรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีมีความสะดวกมากขึ้น ลดความเสี่ยงจากการดำเนินการผิดพลาด และเอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการด้วยตนเองของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาข้ามกลุ่มอายุเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างและความคล้ายคลึงในการยอมรับเทคโนโลยีระหว่างกลุ่มเบบี้บูมเมอร์กับกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ และการศึกษาด้านอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพล เนื่องจากพฤติกรรมมีความซับซ้อนหลายมิติ และอาจได้รับอิทธิพลจากด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

2. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศ ประเทศต่างๆ มีบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีของผู้โดยสารกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุสูง เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ หรือประเทศในยุโรป

References

กรุงเทพธุรกิจ. (2564, 10 กรกฎาคม). *มิลเลนเนียน เบบี้บูมเมอร์ ยิ้มรับเทคโนโลยีในอนาคต.* https://www.bangkokbiznews.com/tech/948203

กิตติยา ขจรไตรเดช. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเช็คอินออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้โดยสารสายการบินแอร์เอเชีย.* [บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].

จิรันธนิน คงตะนะ และลัดดาวัลย์ เลขมาศ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้ากรณีศึกษาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมนำเสนอผลการวิจัยบัณฑิตศึกษา* (หน้า. 836-848). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรังสิต.

ชณานิจฉ์ ดาศรี. (2562). *กลยุทธ์เช่นไรที่ติดปีก Low-cost airline ดังเช่น Nok air ให้มาอยู่เหนือน่านฟ้าอีกครั้ง.* https://techsauce.co/corp-innov/low-cost-airline-nok-air

นิศากร สมสุข และสุฐิต ห่วงสุวรรณ. (2562). การจัดลำดับอุปสรรคในการยอมรับเทคโนโลยีการบริการด้วยตัวเองของผู้โดยสารสายการบินโดยใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Online), 13*(1), 1-15.

พรรษ์ธกานต์ ญาวีระ. (2563). *แนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันสำหรับท่าอากาศยาน.* [การจัดการมหาบัณฑิต, สถาบันการบินพลเรือน, สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี].

เมทินี วงศ์ธราวัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเช็คอินออนไลน์ของผู้โดยสารสายการบิน. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 7*(2), 2-14.

วิชนี คุปตะวาทิน. (2566). เทคโนโลยีกับผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 9*(1), 328-334.

ศดานนท์ วัตตวินรม, ดวงกมล ดาหมิ, เสาวลักษณ์ นาคพันธ์, กิตติกา หนูทองมาก, ณัฐกาน หนูเส้ง, ปณิตา แก้วบุบผา, ... ธาวิณี พุฒน้อย. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 13*(1), 65-75.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2567* https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2024/20240828141917_61315.pdf

สุทิพย์ ประทุม และสรัญณี อุเส็นยาง. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในยุควิถีชีวิตใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 6*(1), 1-18.

อุมาวรรณ วาทกิจ, รุ่งนดภา กิตติลาภ, และร่มสน นิลพงษ์. (2567). การศึกษาเส้นทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ใช้กลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 14*(4), 186-200.

AD ADDICT. (2563). *The 5A Strategy: Transforming Strangers into Customers and Brand Advocates, proposed by the marketing guru Philip Kotler*. https://adaddictth.com/knowledge/5A-Marketing-Model

Alshakhsi, S., Almourad, M. B., Babiker, A., Al-Thani, D., Yankouskaya, A., Montag, C., & Ali, R. (2026). Designing AI to foster acceptance: Do freedom to choose and social proof impact AI attitudes among British and Arab populations?. *Behaviour & Information Technology*, *45*(8), 1471-1489.

Bai, Z., Fang, Y., Chen, H., Chen, X., An, N., Zhang, M., ... & Jin, J. (2024). Development of a Evaluation Tool for Age-Appropriate Software in Aging Environments: A Delphi Study. *arXiv preprint arXiv:2402.03933*.

CondorFerries. (2025). *Baby boomer travel statistics & trends*. https://www.condorferries.co.uk/baby-boomer-travel-statistics

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*,*13*(3), 319-340.

Franke, C., & Groeppel-Klein, A. (2024). The role of psychological distance and construal level in explaining the effectiveness of human-like vs. cartoon-like virtual influencers. *Journal of Business Research*, *185*, 114916.

Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology, 140*, 5-53.

Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications*, *59*, 33-46.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch, 2*(2), 49-60.