



The 9th NATIONAL

CONFERENCE ON TOURISM

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9

“New Scenario of Thailand Tourism
จากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย”

Proceedings

14-15

ตุลาคม 2566

หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ
ร่วมกับ หลักสูตรนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
การบริการและวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 “ฉากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(New Scenario of Thailand Tourism)”

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2566

“ฉากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย (New Scenario of Thailand Tourism)”

วันที่ 14-15 ตุลาคม พ.ศ.2566 ณ สำนักคอมพิวเตอร์และเครือข่าย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (รูปแบบออนไลน์)

หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ หลักสูตรนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว การบริการและ

วัฒนธรรมไทยร่วมสมัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และภาควิชาเครือข่าย

หลักการและเหตุผล

ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาสูงถึง 40 ล้านคนต่อปี จากหลากหลายสัญชาติ แต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการใช้จ่ายแตกต่างกันออกไป อาทิ นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มักเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่กับบริษัทนำเที่ยว มีความชื่นชอบการซื้อของและมียอดซื้อของฝากสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีความต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนตากอากาศ เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศหนาว ซึ่งชื่นชอบการเดินทางด้วยตัวเอง ซึ่งชื่นชอบการพักผ่อนอยู่ที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และท่องเที่ยวตามร้านค้า เป็นต้น ภาคการท่องเที่ยวไทยหลังจากการเปิดประเทศอาจมีทิศทางกลับมาจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมหรือแบบใหม่ จากปริมาณและความต้องการสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาจเปลี่ยนแปลงไปอีกจากปัจจัยภายนอกที่เข้ามากระทบ ดังนั้น คุณสมบัติ 3 ประการ คือ จับเทรนด์ให้ทัน ปรับตัวให้เร็ว บริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม และพร้อมลูกให้ไวจากสถานการณ์ที่ยากลำบาก เป็นสิ่งสำคัญที่จะประคับประคองให้ธุรกิจท่องเที่ยวไทยสามารถฝ่าฟันอุปสรรคในช่วงเปลี่ยนผ่านไปสู่ next normal นี้ไปได้อย่างแข็งแกร่ง สามารถก้าวเข้าสู่ความปกติใหม่ได้อย่างภาคภูมิใจ ไม่ว่าจะเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบใด

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยหลายแห่งในประเทศไทยได้เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรทางการท่องเที่ยวทั้งระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาได้มีกระบวนการทักษะทางการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการวิจัยเกี่ยวกับประเด็นทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป อันเป็นการยกระดับการศึกษาที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความเข้าใจในการวิจัยทางการท่องเที่ยวและพัฒนาผลงานทางด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนางานวิจัยควบคู่ไปกับการจัดการความรู้ผ่านระบบการเรียนการสอนทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน เป็นรากฐานที่สำคัญของการนำองค์ความรู้ทางวิชาการไปสู่การประยุกต์ใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติและนานาชาติ นอกเหนือจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ได้มีการดำเนินการเรียนการสอนในสาขาวิชาการท่องเที่ยวแล้ว ยังได้มีมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทยที่เปิดการเรียนการสอนทางด้านการท่องเที่ยวด้วยเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Bangkok University International คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ทางคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จึงได้เล็งเห็นความสำคัญในการจัดโครงการประชุมวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 “ฉากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย (New Scenario of Thailand Tourism)” ขึ้น ซึ่งเป็น theme งานที่สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้คลี่คลายลงไป และเพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การในการดำเนินงานวิจัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐบาลและเอกชน รวมถึงนักวิจัย นักวิชาการและคณาจารย์ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ร่วมนำเสนอผลงานวิจัยและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชนและชุมชนวิชาการ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ความรู้สู่ส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ทางการท่องเที่ยวให้นักศึกษาเพื่อพร้อมต่อกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นการร่วมมือทางด้านวิชาการระหว่างสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยอันจะนำไปสู่การพัฒนาผลงานด้านวิชาการทางการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไปได้



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 “ฉากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย (New Scenario of Thailand Tourism)”

วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

1. เพื่อส่งเสริมให้นิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้นำเสนอผลงานวิจัยทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่ผลงานวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องสู่สาธารณชนและชุมชนวิชาการ
2. เพื่อเปิดโอกาสให้นิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และยกระดับคุณภาพผลงานวิจัยทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ
3. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่สามารถสนับสนุนการจัดการการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องรวมถึงฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ: เกิดบรรยากาศและแรงผลักดันแก่ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชนในการสร้างสรรค์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนที่จะนำไปสู่ประโยชน์ของการเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง

ด้านสังคม: เกิดการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการสร้างองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องแบบสร้างสรรค์และยั่งยืนในประเทศไทย

ด้านสิ่งแวดล้อม: มีแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ด้านอื่นๆ: ทางวิชาการ 1. นิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้นำเสนอผลงานวิจัยทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่ผลงานวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องสู่สาธารณชนและชุมชนวิชาการ 2. นิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักวิชาการ คณาจารย์และนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานวิจัยต่างๆ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และยกระดับคุณภาพผลงานวิจัยทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ 3. เกิดความร่วมมือทางวิชาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศและมีเครือข่ายนักวิชาการและผู้สนใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาประเทศ 4. มีแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องที่สามารถสนับสนุนการจัดการการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องรวมถึงฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับประเทศ

กลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมกิจกรรม

1. อาจารย์ นักวิชาการทางการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง นักวิจัยอิสระ
2. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นของบทความทางด้านการท่องเที่ยวและสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยว
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยว
4. การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การจัดการผลกระทบทางการท่องเที่ยว
6. การจัดการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ
7. การจัดการธุรกิจไมซ์
8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
9. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 “ฉากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(New Scenario of Thailand Tourism)”

10. การจัดการวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
11. การจัดการธุรกิจไม้อุตสาหกรรมบริการ
12. การจัดการโรงแรม
13. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว
14. การออกแบบผลิตภัณฑ์
15. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
16. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
17. สาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บทความวิจัยด้านการบริหารธุรกิจ

ภาคีเครือข่ายในการดำเนินโครงการ

1. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2. Bangkok University International 3. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 4. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 5. คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ 6. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 7. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย

คณะที่ปรึกษาในการดำเนินโครงการ

คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	ประธานที่ปรึกษา
คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการที่ปรึกษา
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	กรรมการที่ปรึกษา
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลล้านนา เชียงใหม่	กรรมการที่ปรึกษา
คณบดีคณะการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	กรรมการที่ปรึกษา
คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	กรรมการที่ปรึกษา
นายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย	กรรมการที่ปรึกษา

คณะทำงานฝ่ายพิจารณาบทความ

- รองศาสตราจารย์อศวิณ แสงพิกุล
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปวีรบรรต สมนึก
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี จิตต์โกศล
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิปปนนท์ นวลละออง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวภัทร ศรีจองแสง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลินจง โพชารี
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิมิต ชุ่นสัน
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราบุช โสภา
- รองศาสตราจารย์อรไท ครุฑเวโช
- นางสาวพัชรี ธานี
- นางสาวเข็มจิรา หนองเป็ด
- นางนงทิวา สีหนาม
- นางสาวกัญยรัชณี ศรีจันทร์
- นางสาวคำพา ยิ่งคง



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 “ฉากทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(New Scenario of Thailand Tourism)”

นายพรชัย ศักดิ์ศิริโสภณ
นางสาวสาลินี ทิพย์เพ็ง

คณะกรรมการดำเนินโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวภัทร ศรีจองแสง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปวีรบรรต สมนึก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี จิตต์โกศล
นางสาวเข็มจิรา หนองเป็ด
นางนงทิวา สีหานาม
นางสาวกัญริชณี ศรีจันทร์
นางสาวพัชรี ธานี
นายพรชัย ศักดิ์ศิริโสภณ
นางสาวคำพา ยิ่งคง
นางสาวนันทสุดา ขาววงษ์
นางสาวกมลวรรณ จันทป
นายชิตชัย เลิศศิริวัฒนวงศ์
นายวิมล แสงวงศ์
นายณัฐพล มารุตะพันธ์
นางสาววรรณิการ์พร กุลบุญญา
นายปรีชาพล ภาภูตานนท์ ณ มหาสารคาม
นายภาคินัย บุญไพโรจน์

ปกและรูปเล่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจองแสง
นายศุภชัย บุญเฉลียว

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยในประเทศไทยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Bangkok University International มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

กำหนดการ

1. ส่งบทความฉบับสมบูรณ์ ภายในวันที่ 20 กันยายน 2566
2. ประกาศผลการพิจารณาบทความที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมนำเสนอบทความในงานประชุมวิชาการ วันที่ 30 กันยายน 2566
3. นำเสนอบทความ วันที่ 14 ตุลาคม 2566 และ Field trip วันที่ 15 ตุลาคม 2566

สถานที่

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ตำบลเมืองศรีโค อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้ประสานงานโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจองแสง อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว การบริการและวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โทร.086-6665904 อีเมล suwaphat.s@ubu.ac.th/ubutourismconference@gmail.com



การประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 “ฉกทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(New Scenario of Thailand Tourism)”

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2566
“ฉกทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย (New Scenario of Thailand Tourism)”
วันที่ 14-15 ตุลาคม พ.ศ.2566
ณ สำนักคอมพิวเตอร์และเครือข่าย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (รูปแบบออนไลน์)

วันที่ 14 ตุลาคม 2566

เวลา

กิจกรรม

08.30 น. - 08.45 น.

กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมงานประชุม

08.45 น. - 09.00 น.

กล่าวรายงานงานประชุมโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีรรัต สมณี กฤษณวัตกรรม
การจัดการการท่องเที่ยว การบริการและวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และกล่าวเปิดงานโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณัฏฐินันท์ แสงศรี
จันทร์ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

09.00 น. - 10.00 น.

เสวนาหัวข้อพิเศษ เรื่อง “ฉกทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย” โดย
ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมเสวนา ประกอบด้วย

(1) คุณกฤษณี ศรีษะทิน กรรมการผู้จัดการ บริษัท Stream Events Asia Ltd. และ
อุปนายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทยและ

(2) คุณ Panithee Bodhawamik Senior Director of Sales, The Athenee Hotel,
a Luxury Collection Hotel, BKK

10.00 น. - 10.15 น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

10.15 น. - 12.00 น.

การนำเสนอบทความวิชาการตาม session ช่วงที่ 1 โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมวิพากษ์การ
นำเสนอบทความ

12.00 น. - 13.00 น.

รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 น. - 16.30 น.

การนำเสนอบทความวิชาการตาม session ช่วงที่ 2 โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมวิพากษ์การ
นำเสนอบทความ

วันที่ 15 ตุลาคม 2566

- กิจกรรม field trip -



สารบัญ

ที่มาและความสำคัญของงานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9

สารบัญ

	หน้าที่
ที่มาและความสำคัญของงานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 9	ก
สารบัญ	ข
1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองกับการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ นำเสนอโดย จุริรัตน์ คิตศิริรัตน์ และชนิษฐา ใจเป็ง	1
2. การประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาชุมชนบ้านทับปลา จังหวัดพังงา นำเสนอโดย นิमित ชื่นสั้น พิมลรัตน์ ราศฎุเขียว สุภัทรา สังข์ทอง ปิยวรรณ คำกลัด กชพร ชื่นจันทร์ และ พัชรทิศา นวลละออง	10
3. Pattaya in Everyday Life with Cultural Change that Has Impact on Tourism นำเสนอโดย Pumin Varavarn Nicha Chavalit และ Rathirat Kheawmesuan	16
4. การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมตามเส้นทางหลบหนีของเจ้าอนุวงศ์จากกองทัพสยาม ค.ศ.1827-1829 นำเสนอโดย สุธิดา ต้นเลิศ และอนันท์ธนา เมธานนท์	32
5. การศึกษาการแปลคำศัพท์สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองเฉิงตู นำเสนอโดย พีรพล วงษาเทศ ประภาพร ศศิประภา และ ณัฐพัชร์ เตชะรุ่งไพศาล	47
6. การพัฒนารายการสิ่งสนับสนุนจากเมืองเจ้าภาพการจัดประชุมนานาชาติสำหรับเชียงใหม่โมเดิร์น นำเสนอโดย ชิตพัทธ์ บุญทาศ กัญญารัตน์ ชุ่มเย็น อีรพล ศุภศรี อนาวิน สุวรรณะ และ สุทธิพงษ์ พิสิฐเสนากุล	55
7. การพัฒนารูปแบบศึกษาดูงานและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของชุมชนบ้านโป่งไคร้ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ นำเสนอโดย จิรุตติกาล มานะจรรยาพงศ์ ศิริพรรณ บุญลือ และณัฏฐิศา เทือกเถาเปง	71
8. การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย วรรัตน์ บุญแฝง กฤษฎา สารพล นที อัมภรัตน์ ปัทมา หาสุข ปิยาพร ทันทาม และสุนิศา ลักชะณา	78
9. การศึกษาการรับรู้ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ต่อแคมเปญ “อุบลราชธานี เมือง 4 แสง” ของผู้พำนักในจังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย อรุณี ศรีโสภา จิรภา โสภณ นีรมล พรหมสุกะ นันทพร สุภินธนาภรณ์ สุจิตรา สีตาวล สุชานันท์ สีตาวล และวรินทร์ ทิมพกัน	91
10. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวทางเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนเขาไฉ่น้อย จังหวัดพังงา นำเสนอโดย นิमित ชื่นสั้น สัญญา นิมพิล ยุทธชัย ฮาร์ปิน สิริรินทรา สังข์ทอง สุภัทรา สังข์ทอง สิริรักษ์ ัญญาไพศาล และบงกชรัตน์ เปี่ยมสิริภมล	105
11. แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ตำบลเมืองคอง อำเภอเสียดาว จังหวัดเชียงใหม่ นำเสนอโดย พีรยมาศ ศิริชัย และจิรุตติกาล มานะจรรยาพงศ์	116
12. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในเมืองกีฬา จังหวัดสงขลา นำเสนอโดย ชาชีวะ หนุดทะเล พรธิดา สุขเหลือง และคินีนาฏ พูลแก้ว	128
13. แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวจากเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพระวอพระตาของเมืองฝาแฝดสองฝั่งโขง นำเสนอโดย สุธิดา ต้นเลิศ	142
14. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย นำเสนอโดย อวรรณ อรุณรัตน์ คักดีสิทธิ์ ช่วยเอียด และมณฑิรา เกียรติถาวรนนท์	159
15. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว นำเสนอโดย นิमित ชื่นสั้น สุภัทรา สังข์ทอง และกัญญาพัชร พัฒนโกคินสกุล	171
16. การสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์บนฐานทุนทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองของสุวรรณภูมิ (ศรีวิชัย) ผ่านทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นำเสนอโดย ลิปปนันท์ นวลละออง	186



BANGKOK UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY



สารบัญ (ต่อ)

	หน้าที่
17. การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำเสนอโดย อิศร์ วัฒนสุนทร และอำพร กันทา	205
18. แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านสำโรง ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร นำเสนอโดย ธนกร หัสรังษี และเชลชี กายัน ควอค และพรชัย คักดีศิริโสภณ	215
19. แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา นำเสนอโดย เนตรอัปสร วรรณทอง พรนัชชา เมืองโคตร และคำพา ยิ่งคง	226
20. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ในเขตอำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร นำเสนอโดย ชนิตา ฟองอ่อน และบุหลัน อุ่นอก และกันยรัชนี ศรีจันทร์	240
21. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี นำเสนอโดย นพณภัสสรณ บุญคำ และณัฐกฤตา พุทธาพาส และเชมจิรา หนองเป็ด	249
22. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ร้านอาหารกระทะ นำเสนอโดย พรชิตา ดวงแก้ว และปิยะธิดา คำมุงคุณ และพัชรี ธาณี	261
23. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตพื้นที่เทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย สุกฤตา สุขแสน ญาณิศา กันยะ นิศาชล รวมพร อรพรรณ สุขเทศ และแก้วมุกดา ยุติธรรม	269
24. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี นำเสนอโดย กันยาพัฒนา พจนศิลป์ และจินดารัตน์ สายเคน และนงทิวา สีหามาม	281
25. แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงเคลือบของวิสาหกิจชุมชนบ้านสังข์ อำเภอค้อวัง จังหวัดยโสธร นำเสนอโดย กุลธิดา เกษมสุข ดาราวดี อกัยโส รัตนาภรณ์ สิงห์เทศ วารุณี กมล สุภาพร สิงตะโคตร กนกพร ศิริทองภากร รฐา จันทวาร และกิตติกวินแดนซ์ วงศ์หมั่น	294
26. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักแบบแคมป์ปิ้งของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย ประวรรณ ภาคบุบผา พงษ์เพชร สารพัฒน์ และปวีรรต สมนึก	306
27. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านรวมพลัง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย นิชา ทาบุตรดาและนัชชนก ทวีแสง และยุวดี จิตต์โกศล	316
28. แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ศูนย์คศึกษา จังหวัดสุรินทร์ นำเสนอโดย ณัฒพงษ์ ปัญญา และนฤมล ช่วยญาติ และคำพา ยิ่งคง	327
29. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านท่าวัดเหนือ จังหวัดสกลนคร นำเสนอโดย ลักขมณ ไตสูงเนิน สุธิมา เกรือดี และกันยรัชนี ศรีจันทร์	336
30. ภูมิทัศน์บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อภูมิทัศน์บริการของร้านใกล้บ้าน นำเสนอโดย อรุณลักษณ์ อุทาลุน และปิ่นมณี สุขเนาวรัตน์ และนงทิวา สีหามาม	349
31. แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านสำโรง ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร นำเสนอโดย อนุชิต บุญญา และสรริตา เทล็กแหลม และพรชัย คักดีศิริโสภณ	358
32. การพัฒนารูปแบบกิจกรรมเทียนอุบลลอยได้ตลอดเดือน จังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว นำเสนอโดย รุจิรา สุกุลจันทร์และสรลดา นามสิงห์ และเชมจิรา หนองเป็ด	367
33. การพัฒนาเครื่องมือการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโฮมสเตย์เปิงวัฒนธรรม หมอลำบ้านปลาข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ นำเสนอโดย ประจวราทิพย์ ลากสารและนันทธิญา โคนลัด และปวีรรต สมนึก	377
34. การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในมุมมองของชาวต่างชาติบนแอปพลิเคชัน นำเสนอโดย ภาวิต ทิพยานนท์ และปัญญาพัฒน์ กันละกัสนานท์ และสุภภัทร ศรีจองแสง	388



BANGKOK UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY



สารบัญ (ต่อ)

	หน้าที่
35. แนวทางพัฒนาการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี นำเสนอโดย ชลธิชา ศรีวัฒนาและดาริกา ชาติมา และพัชรี ธาณี	400
36. แนวทางพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของร้านเฮือนกำนันกาแฟ ในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย กนิษฐา ประมาปัดและธนาภรณ์ เทพพุทธานุกร และยุวดี จิตต์โกศล	410
37. การเลือกใช้น้ำมันหอมระเหยที่แสดงถึงเอกลักษณ์ภายในห้องพักของโรงแรม UBRU HOTEL มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี นำเสนอโดย พัชรพร จิตจันทร์ ภูสุดา นารี สุกัญญา อนันเอื้อ ญาดา พรมลา วิลาวรรณ คำลี อนุธิดา แก้วนารินทร์ กิตต์กวีณเดชน์ วงศ์หมั่น และพรชัย ศักดิ์ศิริโสภณ	419
38. การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา แหล่งโบราณคดีดงเมืองเตย บ้านสงเปือย ตำบลสงเปือย อำเภอคำชะอี จังหวัดยโสธร นำเสนอโดย นันทพร เปี่ยมนองและลลิตา สุวะรัตน์ และสุวภัทร ศรีจiongแสง	430
39. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของฝากกะละแมโบราณจังหวัดนครพนม กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางโดยรถตู้ นำเสนอโดย นีรมล สัมมัตตะ และยุวดี จิตต์โกศล	441
40. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการร้านอาหารกึ่งผับข้างลำธาร อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี นำเสนอโดย ประภาภรณ์ ลังกา พัชรินทร์ พิทักษา และพัชรี ธาณี	452



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว
The factors influenced on engagement, tourism application, and intention to use application for travel

นิमित ชุ่นสัน, สุภัทรา สังข์ทอง, กัญญาพัชร พัฒนโกคินสกุล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Nimit Soonsan, Suphattra Sangthong, Kanyapat Pattanapokinsakul

Faculty of Management Science, Phkuet Rajabhat University

Email: nimit.s@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ต้องการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจ และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภูเก็ตและใช้แอปพลิเคชันในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 412 คน ด้วยแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (PLS-SEM) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน ส่วนคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน และความตั้งใจด้านพฤติกรรม สุดท้ายความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม ผลการศึกษาจึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวต่อไป

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม ความพึงพอใจ คุณภาพข้อมูล คุณภาพระบบ แอปพลิเคชัน

Abstract

This study wanted to analyze the factors that affect participation, satisfaction and intention of using an application for tourism. The data were collected from 412 Thai tourists who travel to Phuket and used the application for tourism by using the questionnaire as a tool. The study result indicates that the quality of the system influenced user engagement and satisfaction of smartphone applications as well as the quality of data influences user engagement and smartphone application satisfaction. In addition, user engagement also influences smartphone application satisfaction and behavioral intentions. Finally, the satisfaction of smartphone applications influences behavioral intentions. Therefore, the results of this study can be applied to the applications development suitable for tourists.

Keywords: Engagement, Satisfaction, Information quality, System quality, Application

บทนำ

แอปพลิเคชันพลิเคชันช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการหาข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (Kim & Baek, 2018) โดยเฉพาะการใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นเห็นได้ชัดเจนในอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว ซึ่งเปลี่ยนแปลงวิธีการให้บริการและการส่งมอบอย่างถาวร (Fang et al., 2017) แอปพลิเคชันพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนถูกกำหนดโดย Lu et al (2015) เป็นแอปพลิเคชันพลิเคชันที่กำหนดเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ รวมถึงแอปพลิเคชันพลิเคชันที่ใช้ในบริบทการเดินทางทั่วไป (เช่น Airbnb, TripAdvisor และ Skyscanner)” โดยแอปพลิเคชันพลิเคชัน



สมาร์ทโฟนมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อคำจำกัดความพื้นฐานของประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็นขั้นตอนก่อนการเดินทาง ระหว่างทางในสถานที่ และหลังการเดินทาง (Ostdick, 2016)

เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ตามมา บริษัทต่าง ๆ จึงใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟนเพื่อให้บริการที่เป็นนวัตกรรม (Fang et al., 2017) ดังนั้นจึงมีการลงทุนจำนวนมากในการพัฒนาและส่งเสริมแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟนเพื่อรักษาฐานผู้บริโภคที่มีส่วนร่วมและมุ่งมั่นและเพิ่มยอดขาย (Fang et al., 2017; Jeon et al., 2019) บริการที่จัดส่งผ่านแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟน ได้แก่ การนำทาง (GPS การวางแผนเส้นทางและแผนที่) โซเชียล (การอัปเดตการเดินทาง บทวิจารณ์ แกลเลอรี่รูปภาพ และการสื่อสาร) แต่ยังคงรวมถึงการตลาดบนมือถือ (การแข่งขัน ส่วนลด และการแจ้งเตือนข้อเสนอ) การรักษาความปลอดภัย (การโทรทางการแพทย์ การโทรฉุกเฉิน ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นและระหว่างประเทศ) และอีคอมเมิร์ซด้วยการจอง หรือการธนาคารในต่างประเทศ (Rishabh, 2017) โดยรวมแล้ว 80% ของแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟนถูกดาวน์โหลดน้อยกว่า 1,000 ครั้ง ในขณะที่ 51% ของแอปพลิเคชันพลิเคชันที่ติดตั้งไม่เคยถูกใช้งานหรือถูกลบหลังจากการใช้งานครั้งแรก (Tarute et al., 2017) อัตราการใช้และการรักษาแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนที่ลดลงบ่งบอกถึงการขาดความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้กับแอปพลิเคชันพลิเคชันเหล่านี้ที่อ่อนแอ (Tarute et al., 2017)

การมีส่วนร่วมหมายถึงการโต้ตอบอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์ (Fang et al., 2017) ความสามารถในการดึงดูดผู้ใช้ให้ใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันถือเป็นทุนการศึกษาด้านการท่องเที่ยวว่าเป็นวิธีสำคัญสำหรับองค์กรในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนในระยะยาวกับผู้ใช้ และเพิ่มการบริโภคในอนาคต (Vivek et al., 2012; Dovaliene et al., 2015) สิ่งที่น่าสนใจคือ ไม่ว่าผู้ใช้จะมีส่วนร่วมกับแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟนจะมีความสำคัญในทางปฏิบัติเพียงใด การวิจัยทางวิชาการเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและผลที่ตามมาที่มีจำกัด โดยมุ่งเน้นที่การนำไปใช้และความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนเป็นหลัก (Jeon et al., 2019) นอกจากนี้ วรรณกรรมก่อนหน้านี้ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาร์ทโฟนยังไม่มีข้อสรุปและกระจัดกระจาย โดยมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่มีมาก่อนเป็นหลัก เช่น ฟังก์ชันการทำงาน คุณภาพ การปรับแต่ง ฯลฯ โดยไม่สนใจผลที่ตามมามากมาย นอกเหนือจากความภักดีและความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Fang et al., 2017; Tarute และคณะ 2017) การขาดโมเดลแบบองค์รวมในการตรวจสอบเหตุการณ์ก่อนหน้าและผลที่ตามมาของการมีส่วนร่วมกับแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจทางวิชาการและการปฏิบัติ (Dovaliene et al., 2015; McLean, 2018; Peters et al., 2016)

การศึกษานี้จึงได้วางกรอบแนวคิดและยืนยันแบบจำลององค์รวมของการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ และผลที่ตามมาในเชิงทฤษฎี แม้ว่าจะมีทฤษฎีมากมายที่ใช้กันทั่วไปในการยอมรับและยอมรับเทคโนโลยี (เช่น โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี ทฤษฎีพฤติกรรมที่วางแผนไว้ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร) การศึกษานี้จึงใช้โมเดลความสำเร็จของระบบข้อมูลเพื่อวางตำแหน่งคุณภาพของระบบ คุณภาพข้อมูลเป็นสิ่งก่อนหน้าการมีส่วนร่วมของแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ ความพึงพอใจในแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟนถือเป็นผลที่ตามมาทันทีจากการมีส่วนร่วมในแอปพลิเคชันพลิเคชันสมาร์ทโฟน ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจด้านพฤติกรรมของผู้ใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจ และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพของระบบ เป็นคุณลักษณะเฉพาะของระบบสารสนเทศ โดย Gorla et al. (2010) ให้คำจำกัดความว่าเป็น “การวัดขอบเขตที่ระบบมีเสียงทางเทคนิค ปราศจากข้อผิดพลาด เรียนรู้ง่าย ใช้งานง่าย มีเอกสารประกอบอย่างดี ยืดหยุ่น” (หน้า 219) ส่วน Barreda et al. (2015) ตั้งสมมติฐานว่าคุณภาพของระบบหมายถึงการรับรู้ของผู้ใช้เกี่ยวกับความเร็วในการเข้าถึง ความสะดวก การนำทาง และเวลาตอบสนองของระบบ นอกจากนี้ Eom et al. (2012) ระบุแง่มุมเพิ่มเติมบางประการของคุณภาพของระบบ รวมถึงความสามารถในการปรับตัว ความพร้อมใช้งาน ความน่าเชื่อถือ เวลาในการดาวน์โหลด

และการใช้งานระบบข้อมูล ธุรกิจต่างๆ ถือว่าคุณภาพของระบบเป็นแนวคิดที่สำคัญ เนื่องจากมีความสำคัญในการดูแลกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ (Ghasemaghaei & Hassanein, 2015) โดย Barreda et al. (2015) อธิบายว่า ระบบที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และง่ายต่อการตีความ ซึ่งนำไปสู่ทัศนคติเชิงบวก การรับรู้ และพฤติกรรมของผู้ใช้ (Islam & Rahman, 2017) เช่นเดียวกับ McKnight et al. (2017) อธิบายว่า การรับรู้เชิงบวกต่อระบบนำไปสู่การมีส่วนร่วมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งคุณภาพระบบในด้านต่างๆ (การเข้าถึง การใช้งานง่าย ความยืดหยุ่น) มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ที่มีต่อระบบธุรกิจอัจฉริยะบนมือถือ ความสัมพันธ์นี้ยังได้รับการยืนยันโดย Islam and Rahman (2017) ในบริบทของชุมชนแบรนด์ออนไลน์อีกด้วย ดังนั้นการศึกษานี้จึงตั้งสมมติฐานต่อไปนี้

สมมติฐาน 1 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้

สมมติฐาน 2 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

คุณภาพของข้อมูล ข้อมูลสามารถกำหนดเป็นเนื้อหาใด ๆ ที่ผู้ผลิตมอบให้กับผู้ใช้ ซึ่งเนื้อหาคือข้อมูลประเภทใดก็ตาม รวมถึงข้อความ รูปภาพ และมัลติมีเดีย ที่จัดทำโดยเว็บไซต์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Chen & Cheng, 2009) โดย Liu et al. (2017) อธิบายว่าคุณภาพของข้อมูลสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้และการรับรู้ข้อมูลที่เผยแพร่ โดยรวบรวมแง่มุมต่าง ๆ ของข้อมูล เช่น ความสมบูรณ์ การปรับแต่ง การโต้ตอบ และการเข้าถึง (Popovic et al., 2012) จากข้อมูลของ Degirmenci (2020) คุณภาพของข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการลดต้นทุนข้อมูลของผู้ใช้และการประมวลผล ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์อันดีต่อผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการหลายรายเสนอแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนเป็นช่องทางการให้ข้อมูลและการจัดจำหน่าย (Bellman et al., 2011) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้กับแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนจึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้อมูลที่ให้ (Kim and Baek, 2018) ข้อมูลที่นำเสนอบนแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนควรมีความเป็นส่วนตัว และเข้าใจง่าย เพื่อดึงดูดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (Islam & Rahman, 2017; Noh & Lee, 2015) นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับผู้ให้บริการ (Barreda et al., 2015) ดังนั้นจึงมีความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพข้อมูล การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจ จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐาน 3 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้

สมมติฐาน 4 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน

ความพึงพอใจ เป็นการยืนยันความคาดหวังเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ และมักจะนำไปสู่ความตั้งใจด้านพฤติกรรมเชิงบวก รวมถึงความตั้งใจในการซื้อคืน ความตั้งใจในการใช้ซ้ำ การแนะนำผลิตภัณฑ์/บริการแก่ผู้อื่น และการแพร่กระจายคำพูดปากต่อปากในเชิงบวก เป็นต้น (Oliver, 1999) ความพึงพอใจเป็นโครงสร้างการรับรู้และขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ผู้บริโภค (Loureiro et al., 2017) ด้วยเหตุนี้ ประสบการณ์การมีส่วนร่วมกับแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนอาจทำให้ผู้ใช้พึงพอใจกับแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน (Fang et al., 2017) นักวิชาการคนอื่น ๆ เช่น Islam and Rahman (2017) และ Noh and Lee (2015) ยังได้ยืนยันผลของการมีส่วนร่วมต่อความพึงพอใจ ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจในพฤติกรรมเชิงบวก (Cheung et al., 2015; Kim et al., 2013) ดังนั้นจึงควรตรวจสอบความเชื่อมโยงระหว่างการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน และความตั้งใจด้านพฤติกรรม ตามสมมติฐานต่อไปนี้

สมมติฐาน 5 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน

สมมติฐาน 6 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม

สมมติฐาน 7 ความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้มีประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภูเก็ตและใช้แอปพลิเคชันในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยด้วยโปรแกรม G* Power ที่สามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม (Buchner, Erdfelder, & Faul, 1997) ทั้งนี้กำหนดค่าพารามิเตอร์ดังนี้ Effect size f



ระดับ 0.25, $\alpha = 0.05$, power = 0.95 นอกจากนั้นใช้สถิติ t-test แบบ Means: Difference between two independent means ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ต้องได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ไม่น้อยกว่า 314 คน สำหรับการเก็บข้อมูลของการศึกษาค้นคว้านี้ใช้การเก็บข้อมูลแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยเทคนิคการเก็บข้อมูลตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยการเก็บข้อมูลออนไลน์ด้วย Google form สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลตอบกลับมาทั้งสิ้นเป็นจำนวนรวม 412 คน ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น

เครื่องมือของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 5 ตอน ได้แก่ ตอน 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ตอน 2 คุณภาพของระบบและคุณภาพของข้อมูล ตอน 3 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ตอน 4 ความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน และตอน 5 ความตั้งใจด้านพฤติกรรม โดยตัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยที่ผ่านมา และใช้มาตรวัดแบบ 5 ระดับ (5 หมายถึง มากที่สุด, 4 หมายถึง มาก, 3 หมายถึง ปานกลาง, 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้านี้วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ด้วยการเลือกใช้สถิติเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (PLS-SEM)

ผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงดังตารางที่ 1 โดยมีเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.9 ต่อ 45.1 มีอายุระหว่าง 18 – 24 ปี สูงสุด ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชันท่องเที่ยวสัปดาห์ละ 2 - 4 ครั้งมากที่สุด

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

	จำนวน (n = 412 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	186	45.1
หญิง	226	54.9
อายุ		
18-24 ปี	102	24.8
25-31 ปี	94	22.8
32-38 ปี	66	16.0
39-45 ปี	29	7.0
46-52 ปี	39	9.5
53-59ปี	42	10.2
มากกว่า 59 ปี	40	9.7
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	58	14.1
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ เทียบเท่า	68	16.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	64	15.5
ปริญญาตรี	166	40.3
สูงกว่าปริญญาตรี	56	13.6
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	136	33.0



ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

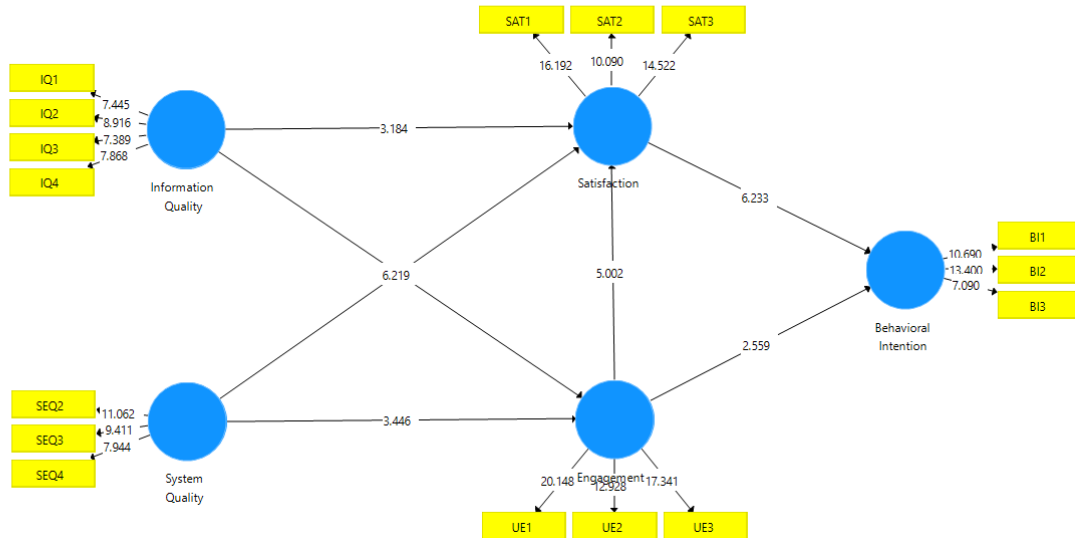
	จำนวน (n = 412 คน)	ร้อยละ
15,000 - 30,000 บาท	123	29.9
30,001 - 50,000 บาท	72	17.5
50,000 บาทขึ้นไป	81	19.7
ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันท่องเที่ยว		
ทุกวัน	66	16.1
สัปดาห์ละ 5 - 7 ครั้ง	87	21.1
สัปดาห์ละ 2 - 4 ครั้ง	134	32.5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	125	30.3

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวมีการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงแสดงดังตารางที่ 2 และภาพที่ 1 ซึ่งคุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนาย จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และ 2

คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนาย จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 และ 4 นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนาย และความตั้งใจด้านพฤติกรรม จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 และ 6 ส่วนความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง

	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
สมมติฐาน 1 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้	0.300	0.047	6.219	0.000
สมมติฐาน 2 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนาย	0.178	0.055	3.184	0.001
สมมติฐาน 3 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้	0.190	0.054	3.446	0.001
สมมติฐาน 4 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนาย	0.129	0.057	2.231	0.026
สมมติฐาน 5 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนาย	0.256	0.051	5.002	0.000
สมมติฐาน 6 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม	0.139	0.054	2.559	0.011
สมมติฐาน 7 ความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสามารถทำนายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม	0.342	0.054	6.233	0.000



ภาพที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมแสดงผลการศึกษาตารางที่ 3 ซึ่งคุณภาพของระบบมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน โดยผ่านการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ จึงแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างคุณภาพของระบบและความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนด้วย นอกจากนี้แล้วคุณภาพของระบบมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม โดยผ่านการมีส่วนร่วมของผู้ใช้และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน จึงแสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบลำดับ (Sequence mediator) ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของระบบและความตั้งใจด้านพฤติกรรม

การทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน นอกจากนี้คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมพฤติกรรม โดยผ่านการมีส่วนร่วมของผู้ใช้และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน จึงแสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบลำดับ (Sequence mediator) ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจด้านพฤติกรรมพฤติกรรม

การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม โดยความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างการมีส่วนร่วมของผู้ใช้และความตั้งใจด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางอ้อม

	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน	0.048	0.017	2.794	0.005
คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม	0.088	0.025	3.348	0.001
คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน	0.076	0.019	4.043	0.000



ตารางที่ 3 อิทธิพลทางอารมณ์

	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม	0.129	0.028	4.415	0.000
การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม	0.088	0.023	3.826	0.000

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจ และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 5 ตัว ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน และความตั้งใจด้านพฤติกรรม ซึ่งได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจึงกำหนดสมมติฐานจำนวน 7 สมมติฐาน แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน ส่วนคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน และความตั้งใจด้านพฤติกรรม สุดท้ายความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม นอกจากนี้ยังตรวจสอบอิทธิพลทางอ้อมระหว่างปัจจัยเพิ่มเติม จึงแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟนเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพของระบบ และคุณภาพของข้อมูล ต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรม ดังนั้นผลการศึกษานี้จึงสามารถทำให้เห็นถึงสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจด้านพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านคุณภาพของระบบ และคุณภาพของข้อมูล ที่เป็นสิ่งสำคัญทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ใช้และผู้ผลิตแอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน จึงทำให้ผลการศึกษานี้จึงเกิดประโยชน์ในการนำไปใช้พัฒนาแอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอีกด้วย

บรรณานุกรม

Barreda, A. A., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2015). Generating brand awareness in online social networks. *Computers in human behavior, 50*, 600-609.

Bellman, S., Potter, R. F., Treleaven-Hassard, S., Robinson, J. A., & Varan, D. (2011). The effectiveness of branded mobile phone apps. *Journal of interactive Marketing, 25*(4), 191-200.

Buchner, A., Erdfelder, E., Steffens, M. C., & Martensen, H. (1997). The nature of memory processes underlying recognition judgments in the process dissociation procedure. *Memory & Cognition, 25*(4), 508-517.

Chen, C. W. D., & Cheng, C. Y. J. (2009). Understanding consumer intention in online shopping: a respecification and validation of the DeLone and McLean model. *Behaviour & Information Technology, 28*(4), 335-345.

Cheung, M. L., Ting, H., Cheah, J. H., & Sharipudin, M. N. S. (2021). Examining the role of social media-based destination brand community in evoking tourists' emotions and intention to co-create and visit. *Journal of Product & Brand Management, 30*(1), 28-43.

Degirmenci, K. (2020). Mobile users' information privacy concerns and the role of app permission requests. *International Journal of Information Management, 50*, 261-272.

Dovaliene, A., Masiulyte, A., & Piligrimiene, Z. (2015). The relations between customer engagement, perceived value and satisfaction: the case of mobile applications. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 213*, 659-664.



- Eom, S. B., & Ashill, N. (2016). The determinants of students' perceived learning outcomes and satisfaction in university online education: An update. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 14(2), 185-215.
- Fang, J., Zhao, Z., Wen, C., & Wang, R. (2017). Design and performance attributes driving mobile travel application engagement. *International Journal of Information Management*, 37(4), 269-283.
- Fang, Y. M., & Lin, C. (2019). The usability testing of VR interface for tourism apps. *Applied Sciences*, 9(16), 3215.
- Gorla, N., Somers, T. M., & Wong, B. (2010). Organizational impact of system quality, information quality, and service quality. *The Journal of Strategic Information Systems*, 19(3), 207-228.
- Ghasemaghaei, M., & Hassanein, K. (2019). Dynamic model of online information quality Perceptions and impacts: a literature review. *Behaviour & Information Technology*, 38(3), 302-317.
- Jeon, H. M., Ali, F., & Lee, S. W. (2019). Determinants of consumers' intentions to use smartphones apps for flight ticket bookings. *The Service Industries Journal*, 39(5-6), 385-402.
- Kim, S., & Baek, T. H. (2018). Examining the antecedents and consequences of mobile app engagement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 148-158.
- Kim, Y. H., Kim, D. J., & Wachter, K. (2013). A study of mobile user engagement (MoEN): Engagement motivations, perceived value, satisfaction, and continued engagement intention. *Decision support systems*, 56, 361-370.
- Liu, J., Lin, Y., Lin, M., Wu, S., & Zhang, J. (2017). Feature selection based on quality of information. *Neurocomputing*, 225, 11-22.
- Lu, J., Mao, Z., Wang, M., & Hu, L. (2015). Goodbye maps, hello apps? Exploring the influential determinants of travel app adoption. *Current issues in Tourism*, 18(11), 1059-1079.
- Loureiro, S. M. C., Gorgus, T., & Kaufmann, H. R. (2017). Antecedents and outcomes of online brand engagement: The role of brand love on enhancing electronic-word-of-mouth. *Online Information Review*, 41(7), 985-1005.
- McKnight, D. Harrison, et al. "Distinguishing the effects of B2B information quality, system quality, and service outcome quality on trust and distrust." *The Journal of Strategic Information Systems* 26.2 (2017): 118-141.
- McLean, G., Al-Nabhani, K., & Wilson, A. (2018). Developing a mobile applications customer experience model (MACE)-implications for retailers. *Journal of Business Research*, 85, 325-336.
- Noh, H., & Lee, S. (2015). Perceptual factors affecting the tendency to collaboration in SMEs: Perceived importance of collaboration modes and partners. *Journal of technology management & innovation*, 10(3), 18-31.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 33-44.
- Ostdick, N. (2016). *Pros and cons of mobile travel apps*. DOI= <http://www.dcsplus.net/blog/3-pros-and-cons-of-mobile-travel-apps>.
- Peters, T., Işık, Ö., Tona, O., & Popović, A. (2016). How system quality influences mobile BI use: The mediating role of engagement. *International Journal of Information Management*, 36(5), 773-783.
- Popović, A., Hackney, R., Coelho, P. S., & Jaklič, J. (2012). Towards business intelligence systems success: Effects of maturity and culture on analytical decision making. *Decision support systems*, 54(1), 729-739.



- Tarute, A., Nikou, S., & Gatautis, R. (2017). Mobile application driven consumer engagement. *Telematics and Informatics*, 34(4), 145-156.
- Ul Islam, J., Rahman, Z., & Hollebeek, L. D. (2017). Personality factors as predictors of online consumer engagement: an empirical investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(4), 510-528.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122-146.
- Vivek, V., Saranya, S., & Chandrasekar, K. (2020). Tourism development and fundamentals to promote sustainopreneurship in tourism industry. *Our Herit*, 68, 10598-10603.