

## รายงานการไปประชุมและเสนอผลงานทางวิชาการในระดับนานาชาติ

---

### ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑.๑ ชื่อ นางสาวนิตนารา วงษ์เกิด อายุ ๓๗ ปี  
ตำแหน่ง อาจารย์ ระดับ ๗  
ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาเอก

๑.๒ ที่ทำงาน สาขาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
โทร. ๐๒-๓๑๐-๘๐๐๐

๑.๓ ชื่อผลงาน (ภาษาไทย) คุณลักษณะผู้ใช้และความจงรักภักดีของผู้ใช้โปรแกรม LBS ที่มีต่อการท่องเที่ยวและการบริการ

(อังกฤษ) Determinant on Users' Characteristics and Loyalty on Location – Based Service in hospitality operators

สาขาหลัก การท่องเที่ยว

สาขาย่อย การขนส่ง โลจิสติกส์

เพื่อเสนอผลงานในการประชุม The International Conference on Tourism, Transport and Logistics 2013 ณ The Holiday Inn Paris Gare de l'Est, Paris, France เมือง ปารีส ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ถึงวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ รวม ๓ วัน

ของหน่วยงาน

Suan Dusit Rajabhat University (Thailand); LeHarve University (France); Institute for Tourism Studies, Macao (China); Kellogg College, University of Oxford; and Lincoln University (New Zealand)

### ส่วนที่ ๒ บทคัดย่อ

Determinant on Users' Characteristics and Loyalty on Location-Based Service in hospitality operators

#### Abstract

Location-based service (LBS) enables new channels of client communication for hospitality operators and operators. Activities such as tracking and navigation systems, information and directory services, promotional tools, and various mobile commerce applications are readily available. LBS applications can be used in conjunction with other popular internet services such as Facebook Places, Google Place, Foursquare, Gowalla, Yelp, and Twitter. An example of such an application is from Foursquare which enables operators to target customers with proximity-tailored services and promotions. As a consequence of the advent of this new dimension information technology, effective hospitality marketing

strategy must understand the user's characteristics when using LBS and adopt appropriate strategy to create more loyal customers. The objective of this study is to determine users' characteristics and the correlation to loyalty when using Location-based service applications via smart phones. Research questions are 1) What are the demographics and behaviors of LBS users?; 2) How does LBS effect loyalty to hospitality operators?; and 3) What inference can be made for hospitality operators considering using LBS? The survey research method will be used to conduct this primary research. The survey has three parts: demographics profile; LBS usage characteristics; and the affect if any on loyalty to hospitality operators. The survey will be used to form the dataset for purposive sampling and include participants who have engaged in LBS enabled activities through mobile applications. Data analysis will be carried out by using various statistical techniques such as descriptive statistics, correlation analysis, and ANOVA.

Keyword: Location-based service, loyalty, hospitality operators

### ส่วนที่ ๓ ข้อมูลที่ได้รับจากการประชุมและเสนอบทความทางวิชาการ ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

#### ๓.๑ วัตถุประสงค์

This symposium aims to provide a forum for exchange of ideas and discussion among leading academics, researchers and practitioners on the latest developments and to seek opportunities for collaboration among the participants as well as to promote excellence in the field. Papers will represent the latest in academic thinking and successful case examples. The wider audience will therefore benefit from the knowledge and experience of leading practitioners and academics in this area. All accepted papers will be published in the symposium proceedings in CD-format. All abstracts of the papers will be printed in hard copy as well.

#### หัวข้อที่นำเสนอ

- \* Tourism Development, Policy and Planning
- \* Public Administration of Tourism Development
- \* Local Government Role and Responses to Sustainable Tourism Development
- \* Community Responses to Tourists and Tourism
- \* Economic/Social/Environmental/Cultural Impacts of Tourism
- \* European Union Policies for Sustainable Tourism
- \* Tourism Education and its Role in Managing Sustainable Tourism Development
- \* Challenges and Best Practices of Hospitality and Tourism Marketing and Management
- \* Transportation and Tourism
- \* Theoretical Perspectives on Sustainable Tourism
- \* Service Operations and Performance
- \* Supply Chain Management Development
- \* Planning and Forecasting
- \* Sustainable Supply Chain
- \* Inventory, Fulfillment Management, and Performance
- \* Information Systems and Quality
- \* Supply Chain Configuration
- \* Supply Chain Management Performance

- \* Quality and Supply Chain Education
- \* Production Planning and Operations Research Applications
- \* Global Supply Chain Management
- \* Technology/Application for Supply Chain Management

๓.๒ รายละเอียดเกี่ยวกับการประชุมและเสนอบทความทางวิชาการ

ผู้เข้าร่วมประชุม/สัมมนา - จำนวนประมาณ ๒๐๐ คน จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก

รูปแบบการจัดประชุม/สัมมนา – เป็นการประชุมทางวิชาการ จัดโดยคณะกรรมการจาก Suan Dusit Rajabhat University (Thailand); LeHarve University (France); Institute for Tourism Studies, Macao (China); Kellogg College, University of Oxford; and Lincoln University (New Zealand) ระหว่างวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ถึงวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ รูปแบบการประชุม ประกอบด้วย การบรรยายจากวิทยากรรับเชิญ ๒ หัวข้อ และการบรรยายและอภิปรายกลุ่มย่อย ๘ หัวข้อ โดยประกอบด้วย

- Tourism Development, Policy, and Planning 1
- Tourism Development, Policy, and Planning 2/ Hospitality Management
- Distribution, Transportation, and Traffic 1
- Distribution, Transportation, and Traffic 2/ Logistics and Supply Chain Management
- Supplier Relationship, Outsourcing, and CRM/ Information Technology
- Risk, Financial, and Strategy Management
- Tourism Marketing Management 1
- Tourism Marketing Management 2

และการนำเสนอผลงานด้วยวาจา รวม ๖๐ ผลงาน โดย การอภิปรายกลุ่มย่อย ๕๐ หัวข้อนั้น จะถูกแบ่งย่อยการจัดออกในวันต่างๆ โดยเกิดการบรรยายพร้อมกัน (parallel session) และให้ผู้เข้าร่วมการประชุมเลือกเข้าฟังตามความสนใจของแต่ละคน

ผลงานทางวิชาการที่เสนอในที่ประชุม

๓.๓ ความเห็นเกี่ยวกับการบรรยายโดยผู้บรรยายรับเชิญ (ยกตัวอย่างข้อความรู้ที่น่าสนใจ)

Thursday, 14 February 2013

Prof. Dr. Kai Heuer, Professor of Business Administration, Department of Business, Wismar University, Germany

ได้ถูกรับเชิญมาเป็น Keynote speaker โดยพูดถึงเรื่อง Global trends จากสถานการณ์ในปัจจุบัน เรามองเห็นได้ว่าโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมที่ดาโถมเข้ามากระทบกับชีวิตเรา ในปี 2014 ความเปลี่ยนแปลงนั้นมีแต่จะส่งผลให้เห็นชัดเจนขึ้น ทั้งด้วยความเร่งด่วนในการใช้ชีวิต, เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำไปสู่นวัตกรรมใหม่ เช่นในเรื่องของวัสดุ, อิทธิพลของการ show off ในสังคม ที่

ผลักดันให้เกิดความแปลกใหม่เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ช่วยทำให้การเข้าถึงวัฒนธรรมต่างๆ และการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมเป็นไปได้ง่ายขึ้น

ในทางตรงกันข้าม ชีวิตที่เร่งด่วนก็ทำให้คนเราโหยหาความเนิบช้า (Slowdown) ต้องการพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น และในขณะที่เทคโนโลยีก้าวหน้าไปเรื่อยๆ ขนบธรรมเนียมดั้งเดิมก็ยังคงมีความสำคัญอยู่ เพราะคนมองว่ามันเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อคุณค่าที่แท้จริงในงานออกแบบ คนเราหันมาให้ความสนใจต่อคุณค่าอันเป็นเนื้อแท้ของสิ่งต่างๆ มากขึ้นจากวิกฤติการณ์ใน โลกที่เกิดขึ้น ทำให้พวกเขาถูกดึงดูเข้าหาความมินิมัลลิสต์ (minimalism) ที่จับเน้นถึงความจำเป็นของสิ่งต่างๆ มากขึ้น ในอีกมุมหนึ่ง ชีวิตก็ขาดสุนทรียะและความงามแบบบทกวีที่จรจร ใจไม่ได้ (poetic touch) ความอ่อนไหว (sensitivity) ช่วยสร้างให้เกิดความรู้สึกและสัญชาตญาณของมนุษย์ (sense & intuition) ที่จะช่วยให้ชีวิตสามารถก้าวผ่านความยุ่งยากและซับซ้อนในอารมณ์และความละเอียดอ่อนของมนุษย์ไปได้ สุดท้าย สิ่งที่เหนือกว่าเทรนด์ทั้งหมดคือความยั่งยืน (sustainability) ซึ่งผลักดันให้เกิดการพัฒนาเชิงนวัตกรรม ที่ต้องตระหนักถึงไปถึงชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี (ethic value) ความสมดุลของมนุษย์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี

Friday, 15 February 2013

Prof. Dr. Bath McKathy, Professor of Operations Management, Nottingham Business School, University of Nottingham, Nottingham, United Kingdom

ได้ถูกรับเชิญมาเป็น Keynote speaker โดยพูดถึงเรื่อง Trend Implication in Europe Retail Environment ห้างสรรพสินค้ามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการบริโภค เพราะมันเป็นสถานที่ที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้อย่างง่ายดายและมีสินค้าและบริการหลากหลายให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือกตามความพึงพอใจ ปัจจุบันนี้ ห้างสรรพสินค้าได้ใช้ยุทธการใหม่ๆ เพื่อดึงดูดและสร้างความประหลาดใจให้กับลูกค้า เพราะในการเข้าเลือกชมสินค้า ลูกค้าไม่ได้สนใจแต่สินค้าเพียงอย่างเดียว แต่พวกเขายังสนใจบรรยากาศและสิ่งกระตุ้นเร้าทางสายตาอื่นๆ ด้วย เป็นโอกาสให้ห้างสรรพสินค้าได้ต่อยอดถึงเอกลักษณ์ความเป็นแบรนด์ของตัวเอง หรือ DNA ของพวกเขาให้ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงด้วยการสร้างบุคลิกของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักนับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับการตลาดแบบ 360 องศา เพราะมันเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่งให้กับแบรนด์ สำหรับเทรนด์ใหม่ในบรรยากาศค้าปลีกของฝรั่งเศสจะแบ่งคอนเซ็ปต์ต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

- ให้ความสำคัญกับคอนเซ็ปต์ของร้านค้า จะเน้นถึง DNA ของแบรนด์และประสบการณ์ที่ได้รับในการเดินเข้าร้าน
- ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ เน้นถึงไลน์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

- แสดงถึงฝีมือที่ชำนาญของแบรนด์ เน้นถึงความเป็นช่างฝีมือ และความประณีตและความใส่ใจในชิ้นงาน
- วิถีชีวิต ให้ความสำคัญกับศิลปะ แฟชั่น เวลา วัฒนธรรมและการออกแบบ
- ร้านค้าป๊อปอัพ เน้นความสะดวกสบาย เข้าถึงง่าย

#### ๓.๔ รายงานเกี่ยวกับการเสนอผลงานฯ ของผู้รับทุนและผลที่ได้รับ

ในการประชุมนี้ข้าพเจ้าได้มีโอกาสนำเสนอผลงานเป็นลักษณะบรรยาย ในวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ เวลา ๑๒.๔๕-๑๓.๐๐ น. โดยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่ม Supplier Relationship, Outsourcing, and CRM/ Information Technology ในขณะที่เสนอผลงานมีผู้ให้ความสนใจซักถามเกี่ยวกับการใช้ mobile application ที่สามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการท่องเที่ยว และมีการเสนอแนะความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในแนวทางนี้ต่อไปในอนาคต ประเด็นหลักที่มีการซักถาม เช่น ลักษณะของประชากรตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูล การนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

#### ๓.๕ ความเห็นเกี่ยวกับการเสนอผลงานที่น่าสนใจ โดยผู้เข้าร่วมประชุมคนอื่น ๆ

ในการประชุมนี้มีผลงานวิจัยอื่นที่น่าสนใจหลายงาน สามารถนำข้อมูลหรือความรู้ที่ได้มาใช้ประโยชน์ในทางการท่องเที่ยวหรือเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับงานวิจัยในอนาคตได้ โดยตัวอย่างงานวิจัยในกลุ่มหัวข้อต่างๆ ได้แก่กลุ่มหัวข้อ งานที่น่าสนใจ เช่น

- The Present Situation and Prospects of “Sport and Business Centre Vojvodina” (SPENS) for Development of Tourism and Sport Events
- The Study of ICT Capacity on Creating and Improving Sustainable Urban Tourism with Emphasis on Resident Quality of Life
- Stakeholder Participation Approach to Ecotourism in India
- Challenges and Best Practices of Hospitality and Tourism Marketing and Management Tourism Based on Culinary Platform
- Inclusive Tourism: Innovation Service Design in Tourism and Hospitality Operations
- The Ambivalent Attitude of Hospitality and Tourism Students Towards Energy Saving and Carbon Reduction Behavior

#### ส่วนที่ ๔ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

##### ๔.๑ สรุปข้อคิดเห็นและประโยชน์ที่ได้รับจากการไปประชุม/สัมมนา หรือเสนอผลงาน

- ด้านความก้าวหน้าทางวิชาการ
  - ได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ในการทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การบริการ และโลจิสติกส์
- ด้านความร่วมมือทางวิชาการ

ได้มีโอกาสพบแลกเปลี่ยนความรู้กับนักวิชาการจากประเทศต่างๆ ที่ในอนาคตอาจพัฒนาความร่วมมือในการทำงานวิจัยร่วมกัน

- ผลต่อเนื่องจากการไปประชุม/สัมมนา หรือการไปเสนอผลงาน

นำความรู้ที่ได้มาพัฒนาการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการต่อไป

#### ๔.๒ ข้อเสนอแนะหรือสิ่งที่คิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

จากการได้เข้าประชุมสัมมนาในครั้งนี้ ข้าพเจ้าสังเกตแนวโน้มที่ได้รับความนิยมอย่างสูงและมีผลกระทบต่อบุคลากรการท่องเที่ยวโดยตรง ผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษาควรมีการเตรียมพร้อม

**เรื่องแรกคือ Social Network** สังคมร่วมสมัยที่เน้นความเป็นปัจเจกชน ความเป็นตัวของตัวเองและการใช้ชีวิตแบบตัวใครตัวมัน ทำให้เราต้องพยายามย้อนกลับมาเติมเต็มความต้องการพื้นฐานที่สุดในใจคือการได้รับการยอมรับ และเข้าเป็นส่วนร่วมกับผู้อื่นในสังคม และเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดเจ็ดบนฝ่ามือ อินเทอร์เน็ตไร้สาย โซเชียลมีเดียต่างๆ ก็เกิดขึ้นมาอย่างสอดคล้องกับความต้องการนี้ เทรนด์นี้เกิดขึ้นรอบตัว และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทุกอย่าง

จึงได้เห็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในรอบ 3-4 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวดำเนินไปควบคู่กับการใช้งานเทคโนโลยีมากขึ้นเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป และผู้ประกอบการก็ต้องเปลี่ยนตามด้วยเช่นกัน ตัวเครื่องบิน ทุกสายการบินสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันออกมาเพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้โดยสาร รูปแบบ Deal of the day Services กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เมื่อพวกเขาสามารถเลือกซื้อบริการท่องเที่ยวได้จากเว็บไซต์ ที่รวบรวมจำนวนผู้ซื้อจำนวนมาก ไปต่อรองราคาสินค้าและบริการให้ต่ำลงได้

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรจะปรับตัวดังนี้

๑. มีความโปร่งใส ทั้งในแง่การเปรียบเทียบราคา และในแง่คุณภาพของสินค้าและบริการ เพราะนักท่องเที่ยวในยุคนี้ได้สืบค้นข้อมูลละเอียดก่อนออกเดินทาง
๒. สนับสนุนการแบ่งปันข้อมูล นักท่องเที่ยวเชื่อถือ Word of Mouse (เป็นคำที่ดัดแปลงมาจาก Word of Mouth) หมายความว่าความคิดเห็นจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนอื่นๆ
๓. ต้องรวดเร็ว ทันที่ทันใจ นักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลแบบเรียลไทม์เมื่ออยู่ในระหว่างการเดินทาง เขาอาจจะต้องการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง หรือซื้อบริการอื่นๆ เพิ่มเติม โดยค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและติดต่อทำธุรกรรมได้เลยทันที

**เรื่องที่สอง** วิกฤตทางการเงินการคาดการณ์ผลกระทบจากเหตุวิกฤตยูโร โซนต่อตลาดต่างประเทศของประเทศไทย ในปี ๒๕๕๖ ตั้งอยู่บนสมมติฐาน 2 กรณี คือ

๑. การคาดคะเนผลกระทบและประมาณการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว

ล่วงหน้าไว้แล้ว โดยคาดว่าอัตราการเติบโตจำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ร้อยละ ๕-๖ ซึ่งจะยังคงส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยในภาพรวมเติบโต ในระดับอัตราแนวโน้มการขยายตัวตามปกติ

๒.ส่งผลกระทบในระดับรุนแรงกว่าที่คาดการณ์ไว้โดยผลกระทบจากวิกฤตยูโรโซนได้ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดยุโรปเดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วงครึ่งปีหลัง ปี ๒๕๕๕ มีอัตราการเติบโตติดลบและอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องเป็นลูกโซ่

**เรื่องที่สาม** การเตรียมตัวสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเตรียมตัวของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวด้านความรู้ และภาษา

สาขาบริการการเดินทาง (Travel Services)

๑. Travel Agencies ครอบคลุมตำแหน่ง General Manager, Assistant General Manager, Senior Travel Consultant และ Travel Consultant

๒. Tour Operation ครอบคลุมตำแหน่ง Product Manager, Sales & Marketing Manager, Credit Manager, Ticketing Manager และ Tour Manager

๔.๑ ผู้รับทุนจะเผยแพร่ความรู้ที่ได้รับจากการไปประชุม/สัมมนา หรือเสนอผลงาน โดยการ

บรรยาย ในการเรียนการสอนรายวิชาสัมมนาการท่องเที่ยว และวิจัยเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีปีที่ ๓ และ ๔

บรรยายในการเรียนการสอนรายวิชาการวิจัยเพื่อธุรกิจ ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท

(.....)

อ.ดร.เน็ลนารา วงษ์เกิด

ผู้รายงาน

ส่วนที่ ๕ ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาของเจ้าสังกัด

๕.๑ ความคิดเห็นของหัวหน้าภาควิชา

.....  
.....  
.....

.....  
(.....)

หัวหน้าสาขาการท่องเที่ยว

๕.๒ ความคิดเห็นของคณบดี

.....  
.....  
.....

.....  
(.....)

คณบดี