

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	อิทธิพลของการรื้อฟื้นความเชื่อมั่นและความตั้งใจของที่พัก บนระบบจองที่พักออนไลน์
ชื่อผู้เขียน	สุทธาทิพย์ อยู่มณี
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.วินัย นาคี
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรื้อฟื้นความเชื่อมั่นและความตั้งใจของที่พักบนระบบจองที่พักออนไลน์ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่มีการประยุกต์ทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยความโน้มเอียงที่จะเชื่อถือรีวิว ปัจจัยความจริงจังของระบบจองที่พักออนไลน์ ปัจจัยความซื่อสัตย์ของระบบจองที่พักออนไลน์ ปัจจัยความสามารถของระบบจองที่พักออนไลน์ และปัจจัยความตั้งใจของที่พักผ่านระบบจองที่พักออนไลน์ มาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

โดยงานวิจัยนี้เก็บตัวอย่างผู้ที่เคยใช้บริการจองที่พักผ่านระบบจองที่พักออนไลน์และผ่านเกณฑ์จำนวนทั้งสิ้น 185 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามทฤษฎีกรอบแนวคิดการวิจัยอิทธิพลของการรื้อฟื้นความเชื่อมั่นและความตั้งใจของที่พักบนระบบจองที่พักออนไลน์ ซึ่งมีการตรวจสอบความตรงด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบและการตรวจสอบความเที่ยงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค และการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น

ผลการวิจัยพบว่า ความโน้มเอียงที่จะเชื่อถือรีวิว ความจริงจังของระบบจองที่พักออนไลน์ ความสามารถของระบบจองที่พักออนไลน์ ส่งผลต่อความตั้งใจของที่พักบนระบบจองที่พักออนไลน์ในทางตรงกันข้าม ความซื่อสัตย์ของระบบจองที่พักออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของที่พักผ่านระบบจองที่พักออนไลน์ ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อระบบจองที่พักออนไลน์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน ในการวางแผนพัฒนา

การให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนที่สำคัญขององค์กร

คำสำคัญ: รีวิว, ความเชื่อ, ความโน้มเอียงที่จะเชื่อถือรีวิว, ความเชื่อมั่นในระบบจองที่พักออนไลน์



Independent Study Title	THE INFLUENCE OF ONLINE REVIEW TO TRUST AND INTENTION TO USE ONLINE TRAVEL AGENCY (OTA)
Author	Suttathip Yumanee
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field	Management Information Systems
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Study Advisor	Winai Nadee, Ph.D.
Academic Year	2022

ABSTRACT

This research aims to study the influence of online review to trust and intention to use online travel agency (OTA). Quantitative research is used in this study. The conceptual applied in this research is adapted from Online Travel Agency concept, review concept and trust model. Those conceptual was used as a guideline for constructing the research conceptual framework. It divides the factor into three main areas: disposition to trust, trusting belief and trusting intention to use online travel agency. Data was gathered by online questionnaire from 185 participants who have experience to use online travel agency. The collected data shall be computed by statistical software to determine the relationships of factors from the above theories and frameworks and validated by constituent analysis and validation by Cronbach's alpha coefficient and hypothesis testing with linear regression analysis

The research results show that disposition to trust, benevolence and competence are the factors that influence the intention to use online travel agency. However, integrity trusting belief do not influence the intention to use online travel agency. These findings can be beneficial for related agencies including online travel agency and government for planning the development of efficient tourism and

enhancing the effectiveness of the services by using technology as an important driven of the organization.

Keywords: Reviews, Trust, Disposition to trust, Trusting belief, Online travel agency

