

ประวัติส่วนตัว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาวัลย์ จันทร์ศรี

การศึกษา :

วุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
Doctoral of Philosophy (Consumer Behavior)	Universiti Sains Malaysia/มาเลเซีย	2558
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ/ไทย	2549
ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา/ไทย	2543

การทำงาน :

ระยะเวลา	สถานที่	ตำแหน่ง
1 สิงหาคม 2550	มหาวิทยาลัยทักษิณ	อาจารย์
2549-2550	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด(มหาชน)	Marketing Division
2547-2549	Chuo Senko (Thailand) Public Co.,Ltd.	Senior Account Executive
2545-2547	S2R Co.,Ltd.	Head of Account Executive
2543-2545	Jsis Co.,Ltd.	Account Executive

สาขาวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ :

การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การท่องเที่ยว การบริการ การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีก

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย :

งานวิจัยที่ 1 : The Effect of Quality Assessment of Knowledge Sharing Behavior in Convention Attendees: The Mediating Role of Affective Commitment.

แหล่งทุน : มาเลเซีย

ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ : 2563

ตำแหน่ง : หัวหน้าโครงการ

งานวิจัยที่ 2 : The Effect of Service Quality on Revisit Intention in Tourist Beach.

แหล่งทุน : มาเลเซีย

ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ : 2563

ตำแหน่ง : หัวหน้าโครงการ

งานวิจัยที่ 3 : The Growth of Islamic Banks and Increase Its Identity through Institutional Approach.

แหล่งทุน : บัณฑิตวิทยาลัย

ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ : 2562

ตำแหน่ง : ผู้ร่วมวิจัย

งานวิจัยที่ 4 : Perception of Residents, Community Participation and Support for Tourism Development in the Old Town Muang Songkhla, Thailand.

แหล่งทุน : คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ : 2562

ตำแหน่ง : หัวหน้าโครงการวิจัย

งานวิจัยที่ 5 : รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร และความภักดีในตราสินค้า: กรณีศึกษาลูกค้าสปาในจังหวัดภูเก็ต

แหล่งทุน : สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยทักษิณ

ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ : 2561

ตำแหน่ง : หัวหน้าโครงการวิจัย

งานวิจัยที่ 6 : Social Media In Effectiveness And Cost Efficiency Of Online Service Marketing.

แหล่งทุน : คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ : 2560

ตำแหน่ง : หัวหน้าโครงการวิจัย

งานวิจัยเรื่องที่ 7 : ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนในเขตจังหวัดสงขลาสำหรับการบริหารจัดการของสถาบันอุดมศึกษา

แหล่งทุนวิจัย : คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ : 2551

ตำแหน่ง : ผู้ร่วมวิจัย

ผลงานตีพิมพ์ :

Jansri, W., Hashemi, S., & Kiumarsi, S. (2020). "The effect of quality assessment of knowledge sharing behavior in convention attendees: The mediating role of affective commitment," *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 13(12), 1134-1157.

Jansri, W., Hussein, L. A. & Loo, J. T. K. (2020). "The effect of service quality on revisit intention in tourist beach," *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 29(2), 472-487.

Hossain, S., Kiumarsi, S. & Jansri, W. (2020). "The growth of Islamic banks and increase its identity through institutional approach," *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*. 7(2s), 106-143.

ผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร เรื่องที่ 4

Jansri, W. (2018). Consumer E-Lifestyle, Cooperate Social Responsibility activities, and loyalty: A case study of spa consumer in Phuket Province. *Panyapiwat Journal*. 10(2): 31-44.

ภิญญ์สุประภา หิตะคุณ, อติศักดิ์ เสน่เจริญ และ วิลาวัลย์ จันทร์ศรี (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า : กรณีศึกษาการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในจังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 12(2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2563

ภูษณ สุวรรณภักดี และ วิลาวัลย์ จันทร์ศรี (2561). อิทธิพลของความไว้วางใจ ทักษะคติ และส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 10(2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2563

Jansri, W. (2018). Consumer Perceived Value: A Systematic Review of the Research. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*. 4(9): 20-25..

Jansri, W. (2016). Incorporating Customer Perceived Value of Luxury Natural Consumption. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 4(5), 1-6.

Jansri, W. & Marimuthu, M. (2015). Are consumers of luxury natural products concerned about environmental issues? *Advances in Environmental Biology journal*, 9(3), 82-85.

ผลงานการนำเสนอการประชุมทางวิชาการ

นานาชาติ

Binarsan, N., San-ee,R., and Jansri, W. (2020).Ecological factors influencing the elderly tourists' revisiting ecotourism in Phattalung province. *Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering (ICISME-2020), 12nd February 2020 ()*, Tehran, Iran.

Kesa, F., Brahengpluka, U., and Jansri, W. (2020). Factors affecting decision to use E-wallet on smartphone among generation Z in Songkhla provinve. *Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering (ICISME-2020), 12nd February 2020 ()*, Tehran, Iran.

Meeyen, K., Runehan, S., and Jansri, W. (2020). Service quality, satisfaction and customers' revisit of service usage in Songkhla Thailand Posts. *Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering (ICISME-2020), 12nd February 2020 ()*, Tehran, Iran.

Jansri, W. (2019). Perception of Residents, Community participation and support for tourism development in the Old Town Muang Songkhla, Thailand. Proceeding of the 13rd International RAIS Conference on Social Sciences and Humanities (pp. 64-71). Washington DC, USA: Johns Hopkins University.

Jansri, W. (2018). Social media in effectiveness and cost efficiency of online service marketing. Proceedings of the TSU-AFBE 21st International Conference in Creativity and Innovation for Smart Societies and Sustainable Development, 15th -16th January 2018 (474-485). Phuket, Thailand.

Jansri, W. and Trakulmaykee, N. (2016). Customer perceived value and customer orientation of salespeople in purchasing luxury natural products. Proceedings of the IRSSM 7th International Research Symposium in Service Management (IRSSM7), 2nd -6th August 2016 (93-102). Bangkok, Thailand.

Jansri, W. (2016). Evolving research stream on luxury consumer behavior. Proceedings of the 6th BENJAMITRA Network National & International Conference on Local Wisdom and Sustainable Development, 26th May 2016 (186-193). Chiangmai, Thailand.

Trakulmaykee, N., and Jansri, W. (2016). Motivational and experiential factors affecting needs of international tourists to use mobile food-information services: During travel abroad. Proceedings of the IRSSM 7th International Research Symposium in Service Management (IRSSM7), 2nd -6th August 2016 (93-102). Bangkok, Thailand.

Maghsoudi, A. & Karia, N. & Jansri, W. (2015). Integrating supply chain and network in a humanitarian context. Proceedings of the TIIKM's 1st Annual World Conference on Supply Chain Management (WCSC 2015), 17th- 18th February 2015 (49-59). Colombo, Sri Lanka.

Jansri, W. & Marimuthu, M. (2014). Are consumers of luxury natural products concerned about environmental issues? Proceedings of the 1st Post Graduate in Built Environment Conference (PGCBE2014), 22nd – 24Th December 2014, Penang, Malaysia.

ระดับชาติ

นุชรี ปานป้อง, พิชัย ไกรวัล และ วิลาวลัย จันทร์ศรี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้หลอดรียู่ส: กรณีศึกษาของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. ใน เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8 (ออนไลน์) (น. 981-995). เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วิชชุดา ทองเนตร, นุชนาถ ส่องรส และ วิลาวลัย จันทร์ศรี. (2564). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน MEB ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y). ใน เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8 (ออนไลน์) (น. 857-861). เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ทิพวรรณ สันทวีป, ณัฐชัย ราชประดิษฐ์ และ วิลาวลัย จันทร์ศรี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ถุงผ้าของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. ใน เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8 (ออนไลน์) (น. 966-980). เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยแม่โจ้

รัตภูมิ คงด้วง, บุญญาพร แซ่ตั้ง และวิลาววัลย์ จันทร์ศรี. (2563). ทศนคติ ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการแพทย์แผนไทยเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุในโรงพยาบาลรัฐ จังหวัดสงขลา. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติเทคโนโลยีภาคใต้ครั้งที่ 10 (น. 121-130). นครศรีธรรมราช: วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

ชานิลดา หวันตะ และวิลาววัลย์ จันทร์ศรี. (2562). ปัจจัยอันบรรจุกุณธ์และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้แบบกล่อง: กรณีศึกษา จังหวัดสงขลา. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ครั้งที่ 10 เรื่อง “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward (น.315-325), กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อัสมาอี หะยีหะซา และวิลาววัลย์ จันทร์ศรี. (2562). ทศนคติและส่วนประสมทางการตลาดที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทอุปโภค กรณีศึกษาผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ครั้งที่ 10 เรื่อง “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward (น.315-325), กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อรอุมา อักษรภาณจน์ และ วิลาววัลย์ จันทร์ศรี. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา. ในการประชุมวิชา PSU Trang National Conference on Research across Disciplines: PSUNC 2018 เมื่อวันที่ 29-30 มีนาคม 2561. หน้า 1-12.

สัณห์สินี เฮงฉ้วน และ วิลาววัลย์ จันทร์ศรี. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดและค่านิยมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าทอเกาะยอ จังหวัดสงขลา. ในการประชุมวิชา PSU Trang National Conference on Research across Disciplines: PSUNC 2018 เมื่อวันที่ 29-30 มีนาคม 2561. หน้า 71-82.

สรารัตน์ เพชรเกลี้ยง และ วิลาววัลย์ จันทร์ศรี. (2561). อิทธิพลของปัจจัยความไว้วางใจและส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก. ในการประชุมวิชา PSU Trang National Conference on Research across Disciplines: PSUNC 2018 เมื่อวันที่ 29-30 มีนาคม 2561. หน้า 83-92.
