

(1)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเว็บไซต์
ชื่อผู้เขียน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ชื่อปริญญา	นางสาวอภิญญา รบໄวง
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	พานิชยศาสตร์และการบัญชี
ปีการศึกษา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.มุทุปายาส ทองมาก
	2561

บทคัดย่อ

ในด้านวิชาการมีนักวิจัยจำนวนไม่น้อยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแต่ในประเทศไทยนั้นกลับมีผู้ศึกษาด้านนี้อย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานวิจัยที่บูรณาการทั้งทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพเว็บไซต์ และความไว้วางใจในเว็บไซต์ ดังนั้นการศึกษารึนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดต่อจากทฤษฎีดังเดิม คือทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี / (UTAUT2) ด้วยปัจจัยด้านความไว้วางใจของเว็บไซต์ และปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ที่ประยุกต์มา จากแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลที่มีต่อการยอมรับเว็บไซต์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ของพวกราช อันจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการนำเสนอแบบจำลองเพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านั้นกับการยอมรับเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การศึกษานี้ยังรวมไปถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น ข้อจำกัดด้านการวิจัย และทิศทางของงานวิจัยอนาคตที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาต่อ

คำสำคัญ: คุณภาพเว็บไซต์, ความไว้วางใจ, ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2, การยอมรับเทคโนโลยี, การท่องเที่ยว

(2)

Independent Study Title	THE FACTORS WHICH INFLUENCE TOURISTS TO ADOPT THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND WEBSITE
Author	Miss Apinya Robwai
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Years	2018

ABSTRACT

There are a handful of studies toward travelling website adoption. Specifically in Thailand, extant works have limited focus on technology adoption theory and very few studies consider the importance of a website's quality and trust on its adoption. Therefore, this study aims to extend the original model of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) with website trust and website quality derived from IS success model to know their impacts on the adoption of Tourism Authority of Thailand's website, and to guide the Thai government, public and private sectors in presenting their websites. In which will help them to improve their websites to encourage more tourists visiting Thailand. A testable conceptual model is also proposed to describe the relationships between those factors and the Tourism Authority of Thailand website's adoption. The study concludes with the potential implications, limitations, and some future directions.

Keywords: website quality, trust, UTAUT2, technology adoption, tourism