

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์ของ นักท่องเที่ยวสำหรับงานอีเวนต์ในประเทศไทยภายหลัง สถานการณ์โควิด-19
ชื่อผู้เขียน	อารุต ลิ้มทอง
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์มากขึ้นซึ่งทำให้ก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จนอาจเรียกว่าเป็นยุคดิจิทัลเปลี่ยนโลก ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและส่งเสริมทุกภาคส่วนของประเทศไทย ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก และเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ หลากหลายรูปแบบมากขึ้น และประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการจัดงานอีเวนต์เป็นจำนวนมาก และภายหลังสถานการณ์เกี่ยวกับโควิด-19 ได้ถูกประกาศให้ยกเลิกโควิด-19 เป็นโรคติดต่ออันตราย และกำหนดให้โควิด-19 เป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง รวมทั้งสร้างมาตรการป้องกันที่จะนำโควิด-19 ไปสู่โรคประจำถิ่น แสดงว่าการตระหนักถึงความเสี่ยงของโควิดอาจมีอิทธิพลลดลง หรือไม่มีอิทธิพลต่อการเข้าใช้งานอีเวนต์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 หรือไม่ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวสำหรับงานอีเวนต์ในประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และประยุกต์ใช้แบบจำลองการยอมรับระบบแรงจูงใจด้านความบันเทิง และทฤษฎีการไหล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ความอยากรู้อยากเห็น การรับรู้ถึงความสนุก สภาวะลื่นไหล การตระหนักถึงความเสี่ยงของโควิด-19 การหมกมุ่น และความตั้งใจใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจจะเข้าใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์ในประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โควิด-19

และคือนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์การใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์ภายในงานอีเวนต์ การศึกษาวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน สภาวะสิ้นไหว ความอยากรู้ยากเห็น การรับรู้ถึงความสนุก และการหมกมุ่น ในอนาคตสามารถนำสื่อปฏิสัมพันธ์ไปศึกษาในบริบทอื่น ๆ หรือนำเทคโนโลยีอื่น ๆ มาเพื่อใช้ในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ขององค์ความรู้ในการพัฒนาระบบในบริบทต่าง ๆ ได้มากขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: สื่อปฏิสัมพันธ์, งานอีเวนต์, การตระหนักถึงความเสี่ยงของโควิด, แบบจำลองการยอมรับระบบแรงจูงใจด้านความบันเทิง, และทฤษฎีการไหล



Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING THE TOURISTS'S INTENTION TO USE INTERACTIVE MEDIA FOR EVENT IN THAILAND AFTER THE COVID-19 SITUATION
Author	Arut Limthong
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field	Management Information Systems
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Study Advisor	Professor Nitaya Wongpinunwatana, Ph.D.
Academic Year	2023

ABSTRACT

The advancement of technology has propelled us into the era of information and communication technology, often referred to as the digital age, transforming various aspects of our lives. This has led to the emergence of numerous innovations and novel forms of technology. Thailand, being a country renowned for hosting a multitude of events, has also been impacted by these technological advancements. Following the announcement that COVID-19 is no longer considered a dangerous communicable disease but rather an endemic one, along with the implementation of measures to transition it into an endemic disease, it is crucial to examine whether the risk perception of COVID-19 has diminished or has no influence on event attendance in the post-COVID era. Therefore, this research aims to investigate the factors influencing tourists' intention to use interactive media for events in Thailand following the COVID-19 pandemic. This quantitative research employs a survey approach, utilizing online questionnaires as the primary data collection tool. The study framework is constructed based on the hedonic-motivation system adoption model, flow theory, and relevant prior research. The factors examined include perceived ease

of use, curiosity, perceived enjoyment, flow state, COVID-19 of concern, immersion, and intention to use interactive media. The target population consists of tourists who intend to use interactive media in Thailand post-COVID-19 and have never experienced interactive media within event settings. The findings reveal that perceived ease of use, flow state, curiosity, perceived enjoyment, and immersion significantly influence tourists' intention to use interactive media. Future research could explore interactive media in other contexts or incorporate different technologies to enhance our understanding and develop systems tailored to diverse settings.

Keywords: Interactive media, Events, COVID-19 of concern, Hedonic-motivation system adoption model, Flow theory

