

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมในการซื้อสินค้าหรือของขวัญดิจิทัลเพื่อสนับสนุนศิลปินในการแสดงสดดนตรีผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
ชื่อผู้เขียน	ภูมิธีระ ปลอดภัย
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพณิษฐ์ โชติสาร
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันการแสดงสดออนไลน์เป็นทางเลือกใหม่ที่ทั้งศิลปิน และผู้ชมสามารถตอบสนองความต้องการของกันได้อย่างเต็มที่แพลตฟอร์มออนไลน์เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้รับชม แพลตฟอร์มสมัยใหม่จำพวก ดิกต็อก (Tiktok) ยูทูบ (Youtube) และเฟซบุ๊ก (Facebook) กลายเป็นพื้นที่หลักสำหรับการถ่ายทอดสด และการแสดงความคิดเห็น ผู้ชมไม่เพียงแต่รับชมเนื้อหาแต่ยังมีส่วนร่วมในการสนับสนุนผู้สร้างเนื้อหาผ่านรูปแบบการบริจาคดิจิทัล เช่น การซื้อของขวัญดิจิทัล พฤติกรรมการสนับสนุนของผู้ชมช่วยเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้เข้าสู่ผู้สร้างเนื้อหาไม่เพียงแค่นั้นแต่ยังเป็นเครื่องมือที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของการของผู้ชมในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมในการซื้อสินค้าหรือของขวัญดิจิทัลเพื่อสนับสนุนศิลปิน มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ชม และเพื่อเพิ่มความเข้าใจให้แก่ผู้จัดการแสดง ผู้สร้างเนื้อหา รวมถึงศิลปิน โดยประยุกต์ใช้ปัจจัยที่นำมาอ้างอิงจากกรอบแนวคิดทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี และทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม เก็บข้อมูลการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ อิทธิพลทางสังคม เงื่อนไขที่เอื้ออำนวย และประโยชน์ทางการเงินมีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความกังวล

ด้านการเงินไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมในการซื้อสินค้าหรือของขวัญดิจิทัลเพื่อสนับสนุนศิลปินในการแสดงสดดนตรีผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

ผลการวิจัยทำให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมในการซื้อสินค้าหรือของขวัญดิจิทัลเพื่อสนับสนุนศิลปิน เพื่อให้ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดการแสดงผู้สร้างเนื้อหา และศิลปินโดยเสนอให้ควรวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และศึกษาในระดับองค์กร รวมถึงผู้พัฒนา เพื่อนำไปพัฒนาระบบการให้ของขวัญดิจิทัลเพื่อสนับสนุนศิลปิน และทำความเข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องในเชิงลึก รวมถึงออกแบบการใช้งานที่ดึงดูดและสร้างความประทับใจ ซึ่งจะช่วยในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์ม และเพิ่มโอกาสความสำเร็จของแพลตฟอร์มในอนาคต

คำสำคัญ: การแสดงสดออนไลน์, แพลตฟอร์มดิจิทัล, การสนับสนุนศิลปิน, ของขวัญดิจิทัล

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING AUDIENCE DECISIONS TO PURCHASE DIGITAL GIFTS TO SUPPORT ARTISTS IN LIVE MUSIC PERFORMANCES VIA ONLINE PLATFORMS
Author	Phoomteera Plodphai
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field	Management Information Systems
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Noptanit Chotisarn, Ph.D.
Academic Year	2024

ABSTRACT

In the digital era, where technology plays a significant role in daily life, online live performances have become a new alternative that allows both artists and audiences to fully meet each other's needs. Online platforms have emerged to address demands aligned with the evolving behaviors of viewers. Modern platforms such as TikTok, YouTube and Facebook have become primary spaces for live streaming and audience interaction. Audiences not only consume content but also actively participate in supporting content creators through digital donations, such as purchasing virtual gifts. This supportive behavior among audiences not only provides an additional revenue stream for content creators but also serves as an effective tool to meet the behaviors and demands of modern audiences.

This research examines factors Influencing audience decisions to purchase digital gifts to support artists in live music performances via online platforms. The primary objective is to explore and analyze the determinants affecting audience decision-making while enhancing the understanding of event organizers, content creators and artists. The study employs factors derived from the theoretical frameworks

of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and Behavioral Reasoning Theory (BRT). Data collection was conducted through structured questionnaires and the data were analyzed using quantitative methods. The results indicate that performance expectancy, social influence, facilitating conditions and financial benefits significantly influence decision-making. However financial concerns do not have a statistically significant impact on the audience's decision to purchase digital goods or gifts in support artists during live music performances via online platforms.

The findings of this study aim to provide a deeper understanding of the factors influencing audience decisions to purchase digital gifts to support artists during live music performances via online platforms. The results are intended to benefit show managers, content creators and artists by recommending the integration of qualitative data analysis with quantitative analysis and extending the study to the organizational level, including platform developers. These efforts aim to enhance digital gifting systems to support artists, uncover relevant factors in greater depth and design user experiences that are both engaging and memorable. Such initiatives will contribute to building trust in the platform and increasing its likelihood of success in the future.

Keywords: Online live performances, Digital platforms, Artist support, Digital gifts