

| | |
|---------------------------------|--|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ |
| ชื่อผู้เขียน | ธนวัฒน์ กิรวิทย์ |
| ชื่อปริญญา | วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย | ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร.มธุปายาส ทองมาก |
| ปีการศึกษา | 2564 |

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย สุนทรียภาพของเกม ได้แก่ การกระตุ้นความรู้สึก ความท้าทาย และมิตรภาพ การรับรู้ประโยชน์และความเพลิดเพลินของเกม บนการพาณิชย์เคลื่อนที่ ความตั้งใจเล่นเกม ความตั้งใจใช้งานแอปการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง และความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออธิบายถึงเหตุผลในการเล่นเกมนบนแอปข้อปั้ง โดยนำปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้นมาทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น 259 ตัวอย่าง ซึ่งมีการตรวจสอบความตรงด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบและตรวจสอบความเที่ยงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) อีกทั้งทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แคนนอนิคัล และการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์งานวิจัยนี้สรุปได้ว่า การกระตุ้นความรู้สึก ความท้าทาย และมิตรภาพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ความเพลิดเพลินของเกมบนการพาณิชย์เคลื่อนที่ การรับรู้ประโยชน์และความเพลิดเพลินของเกมบนการพาณิชย์เคลื่อนที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมบนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจเล่นเกมบนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปอย่างต่อเนื่องและความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ปัจจัยมิตรภาพนั้นไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ของเกมบนการพาณิชย์เคลื่อนที่

คำสำคัญ: การเล่นเกม, แอปข้อปั้ง, ข้อปั้ง, ลาซาต้า, สินค้าและบริการ

| | |
|--------------------------------|---|
| Independent Study Title | FACTORS INFLUENCING INTENTION TO PLAY GAMES WHICH AFFECTS CONSUMPTION THROUGH ELECTRONICS COMMERCE APPS |
| Author | Thanawat Kirawit |
| Degree | Master of Science (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 Year | 2021 |

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine the factors influencing to play game that affect e-commerce app purchases. Aesthetics of games were sensation, challenge, and fellowship Perceived Usefulness and Enjoyment of games on m-commerce Intention to play games on e-commerce Intention to continue using e-commerce apps and Intention to buy products through e-commerce apps to explain the reason for playing games on shopping apps by bringing the factors mentioned above to be studied by quantitative research methods. A total of 259 samples were collected using online questionnaires, which were validated by component analysis and validated by Cronbach's alpha coefficient. The hypothesis was also tested using a canonical correlation analysis method. and multiple linear regression analysis.

The results of this research analysis concluded that Sensation, challenge, and fellowship have a positive influence on Perceived Enjoyment of games on m-commerce. Perceived Usefulness and Enjoyment of games on m-commerce has a positive effect on Intention to play games on e-commerce and Intention to play games on e-commerce has a positive effect on Intention to continue using e-commerce apps and Intention to buy products through e-commerce apps. But fellowship factor had no influence on Perceived usefulness of games on mobile commerce.

Keywords: Playing Games, Shopping Apps, Shopee, Lazada, Products and Services

