

บทคัดย่อ

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจสร้างงาน NFT Art ของผู้ผลิตงานศิลปะที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ณัฐกาญจน์ โชคชนสิริมงคล
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางลักษณะประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจสร้างงาน NFT Art ของผู้ผลิตงานศิลปะที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจสร้างงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ผลิตงาน NFT Art ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ one-way ANOVA ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่ โดยวิธีเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Least Significant Difference)

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจสร้างงาน NFT Art ของผู้ผลิตงานศิลปะที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตงานศิลปะที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก และด้านพนักงาน อยู่ในระดับมาก 2) ระดับทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมมีระดับทัศนคติ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านพฤติกรรม อยู่ในระดับมาก และด้านความรู้สึก อยู่ในระดับมาก และ 3) ระดับการยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวมมีระดับการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการรับรู้ถึงประโยชน์อยู่ในระดับมาก และด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจ

ABSTRACT

Title of independent study	Marketing mix factors, Technology Acceptance and Attitudes affecting NFT Art creation decisions of art producers living in Thailand
Author	Nattakarn Choktanasirimongkol
Degree	Master of Art (Communication and Innovation)
Year	2021

The objectives of this research were to: 1) To study the demographic factors affecting the decision to create NFT Art works of art producers residing in Thailand, and 2) to study the factors of marketing mix Technology adoption and attitudes affecting job creation decisions. The samples were 400 NFT Art producers residing in Thailand. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using a packaged program. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way ANOVA. In case of statistically significant difference, the pair test was used. By comparing the difference between the mean (Least Significant Difference)

The results of this research showed that: 1) The level of opinions on the marketing mix factors influences the NFT Art creation decision of art producers residing in Thailand. Overall, it is at a high level. When considering each aspect, it was found that the market mix factor of the art producers residing in Thailand, in terms of price, was at the highest level, followed by physical characteristics. at a high level and staff, 2) Attitude level affecting decision making as a whole has attitude level. at a high level when considering each aspect found that the understanding at a high level, followed by behavioral at a high level and the feeling at a high level; and 3) the level of technology acceptance Overall, there is a level of technology acceptance.

at a high level when considering each aspect, it was found that the perceived benefit was at a high level. and ease of use at a high level continued at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Marketing mix factors, Technology Acceptance, Attitudes