

## บทคัดย่อ

ชื่อค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง
ชื่อผู้เขียน	ปรเมศ ยิ้มช้อย
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง 2) ศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงที่มีผลต่อการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า 3) ศึกษาเพื่อการออกแบบและพัฒนาแนวทางในการแสดงนิทรรศการผ่านเทคโนโลยีความจริงเสมือน วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น ขอบเขตของการศึกษาได้แก่ กลุ่มเข้าร่วมการวิจัยจำนวน 40 คน มีทักษะด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มีประสบการณ์ด้านการจัดงานแสดงสินค้าและกลุ่มมีประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริง ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แอปพลิเคชันการจำลองการจัดแสดงสินค้าด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงผ่านการใช้งาน 2 รูปแบบ คือ ใช้งานผ่านอุปกรณ์แบบสวมศีรษะและการทำงานผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวนเท่ากัน โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 70 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี, ร้อยละ 40 อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี และร้อยละ 65 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเยี่ยมชมงานการจัดนิทรรศการแสดงสินค้าด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงผ่านอุปกรณ์แสดงแบบสวมศีรษะส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่าย ทัศนคติในการใช้งาน ความตั้งใจของพฤติกรรมการใช้งาน มากกว่าการใช้งานผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้งานการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าด้วยแอปพลิเคชันจำลองงานแสดงสินค้าด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงที่ได้จัดทำขึ้นผู้เข้าร่วมการวิจัยให้ความเห็นว่า การใช้งานผ่านอุปกรณ์แสดงแบบสวมศีรษะสามารถเข้าชมงานได้อย่างสะดวก สามารถ

(ข)

เข้าถึงสื่อ สิ้นค้าและบรรยากาศได้มากกว่าการใช้งานผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ การใช้งานผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์มีความแตกต่างกับการใช้งานผ่านอุปกรณ์แสดงแบบสวมศีรษะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านการเข้าชมงานได้รวดเร็วกว่าและเข้าถึงรายละเอียดของสินค้าที่จัดแสดงได้มากกว่า

**คำสำคัญ :** เทคโนโลยีเสมือนจริง, นิทรรศการแสดงสินค้า



คณะวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

## ABSTRACT

<b>Title of Thesis</b>	Factors of Technology Acceptance affecting Trade Show visits with Virtual Reality Technology
<b>Author</b>	Mr. Paramate Yimchoi
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication and Innovation)
<b>Year</b>	2564

---

The study of Factors of Technology Acceptance affecting Trade Show visits with Virtual reality technology aims to 1) study the technology adoption factors that affect the visit to the trade show with virtual reality, 2) study the communication patterns through virtual technology that affects exhibition visits, and 3) Study the design and development of exhibition guidelines through virtual reality technology. Research methodology is a quantitative research model that collects data using preliminary experimental research methods. The scope of the study included a research group of 40 people with computer skills, trade show experience, and the group had experience using virtual reality technology, located in Bangkok. Use an application to simulate an exhibition with virtual reality technology through two applications: using a headset and using a computer screen.

The research results showed that the study participants were male and female, with the same number. Most of them, 70 percent had the highest level of education with a bachelor's degree, 40 percent were aged 41-50, and 65 percent were employed in private companies. The results of the hypothesis testing revealed that visiting exhibitions with virtual reality technology through head-mounted display devices affected the perception of usefulness, perception of ease of use, attitude to use, intention of usage behavior more than using a computer screen. It was also found that

(๓)

by using the trade show visit with a virtual trade show simulation application of the research participants. Research participants commented that using a head-mounted display can make visiting events easier, more accessible to media, products, and the environment than through a computer screen. On the other hand, using a computer screen is different from using a headset. It was statistically significant at 0.05 in terms of faster visits and access to more details of the exhibited products.

**Keywords:** virtual reality technology, trade show

