

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวชญาดา รักรวงศ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.สุรัตน์ โคอินทรางกูร
ปีการศึกษา	2559

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการสำรวจ โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติและได้ทำการศึกษากลุ่มปัจจัยจากการประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยงและแนวคิดความเชื่อมั่นไว้วางใจ มาเป็นกรอบในการศึกษางานวิจัยนี้ ซึ่งจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางอิเล็กทรอนิกส์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 153 รายที่เป็นผู้ใช้บริการทางพิเศษแห่งประเทศไทยแต่ไม่เคยใช้บริการระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางอ้อม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคา การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลทางตรงต่อการยอมรับระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ และความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลทางอ้อมต่อการยอมรับระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ และสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางวางแผนกลยุทธ์เพื่อขยายฐานลูกค้าเพิ่มปริมาณผู้ใช้บริการระบบและนำไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ในการบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

**คำสำคัญ:** การยอมรับ ระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ ส่วนประสมทางการตลาด

Independent Study Title	FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF ELECTRONIC TOLL COLLECION SYSTEM
Author	Miss Chayada Rakwong
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Dr.Surat Kointarangkul
Academic Years	2016

### ABSTRACT

This research is Quantitative Survey Research to study factors affecting the adoption of electronic toll collection system and study factor groups from Marketing Mix Theory, Diffusion of Innovation Theory, Perceived Risk and Trust to be frame work of this research. This research collection information from electronic questionnaire from a sample group of 153 Expressway Authority of Thailand customers who have never used electronic toll collection system. The research analyze information by using SPSS program with descriptive statistics and assumption test by analyze multiple regression and indirect effect.

The research results indicated that factor groups from Marketing Mix Theory, Diffusion of Innovation Theory, Perceived Risk and Trust direct affect to acceptance of electronic toll collection system. Especially, Trust is significant indirect affect. So this research can identify customer needs that can be used to develop strategic planning to expand customer base to increase the number of customers and also can be applied to improve service for customer.

**Keywords:** Adoption, Electronic Toll Collection System, Marketing Mix