

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับสมาร์ทโฮม
ชื่อผู้เขียน	กรณิศศึกษากรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อปริญญา	นายอดิเทพ อนันท์พรหมมา
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มยุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

โครงข่ายของอุปกรณ์ Internet of Things (IoT) เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงสำหรับการขยายตลาดสมาร์ทโฮม ในปี พ.ศ. 2559 มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมาร์ทโฮมในประเทศไทยมีมูลค่า 645 ล้านบาท คาดว่าจะขยายตัวได้ถึง 2.5 พันล้านบาทภายในปี พ.ศ. 2563 โดยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับสมาร์ทโฮม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยงานวิจัยนี้ได้มีศึกษาทฤษฎีการยอมรับถึงรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี ทฤษฎีความพร้อมด้านเทคโนโลยี และได้มีการทบทวนวรรณกรรมแล้วนำปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน การมองโลกในแง่ดี ความมีนวัตกรรม ความไม่สะดวกสบาย ความไม่ปลอดภัยและภัยคุกคามมาพิจารณา ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมโดยแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่เคยใช้และไม่เคยใช้อุปกรณ์สมาร์ทโฮม โดยอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 226 ราย ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ภัยคุกคาม การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน และการมองในแง่ดี มีอิทธิพลตามลำดับความสำคัญ ส่วนการรับรู้ความสะดวกในการใช้งานมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ และคุกคามโดยตรงได้รับผลกระทบความไม่ปลอดภัย ส่วนการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ความมีนวัตกรรม ความไม่สะดวกสบาย และความไม่ปลอดภัยไม่มีผลกระทบ การค้นพบนี้อาจเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและนักวางแผนในตลาดสมาร์ทโฮมในการออกแบบแคมเปญการตลาดที่ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค

คำสำคัญ: ความตั้งใจ, สมาร์ทโฮม

An Independent Study Title	FACTORS AFFECTING INTENTION TO ADOPT A SMART HOMES: THE CASE OF BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	Mr. Aditthep Anantpromma
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
An Independent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Years	2018

ABSTRACT

The Internet of Things (IoTs) network is immediately useful for the expanding market for Smart homes. In 2016, the market value of smart products in Thailand was 645 million baht. By 2020, it is expected to grow to 2.5 billion baht. Quantitative research was done to study factors affecting intention to adopt smart homes: in the Bangkok Metropolitan Area (BMA). The technology acceptance model (TAM) and technology readiness levels (TRL) were considered. A literature review was done. Perceived usefulness, perceived ease of use, optimism, innovativeness, discomfort, insecurity and threats were taken into account. Data was collected by online questionnaire. 226 samples were BMA residents who did, and did not, use Smart home devices Data was analyzed by simple and multiple linear regression.

Results were that threats, perceived ease of use, and optimism were influential, in decreasing order of importance. Perceived ease of use directly affected perceived usefulness. Threat factor direct affected insecurity conditions. Perceived usefulness, innovativeness, discomfort, and insecurity had no effect. These findings may be useful for entrepreneurs and planners in the Thai smart home market to better design marketing campaigns to suit consumer needs and expectations.

Keywords: Intention, Smart home