หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับรถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวตุลยา ดำรงธรรมวานิช
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มฑุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

เทคโนโลยี Autonomous car หรือรถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมที่กำลังได้รับความสนใจจากทั่วโลก และมีแนวโน้มจะเข้าสู่ตลาดโลกเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานยานยนต์อัจฉริยะ ระดับที่ 4 โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษาทฤษฎีการยอมรับ ร่วมกับทฤษฎีความพร้อมด้านเทคโนโลยี และได้มีการทบทวนวรรณกรรม นำปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การมองในแง่ดี ความมีนวัตกรรม ความไม่สะดวกสบาย ความไม่ปลอดภัย และการรับรู้ความไว้วางใจในผู้ผลิตรถยนต์มาพิจารณา ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้รถยนต์ทั่วไปที่รู้จักรถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ จำนวน 185 ราย ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความไว้วางใจในผู้ผลิตรถยนต์ การมองในแง่ดี การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ความมีนวัตกรรม และความไม่สะดวกสบาย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานยานยนต์อัจฉริยะ ระดับที่ 4 ตามลำดับความสำคัญ ส่วนปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ส่วนปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยความไม่ปลอดภัยไม่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานยานยนต์อัจฉริยะ ระดับที่ 4 การวิจัยนี้อาจเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและนักวางแผนทางการตลาด ในการออกแบบพัฒนาระบบขับเคลื่อนอัตโนมัติ และสร้างแคมเปญการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค โดยสามารถเน้นในเรื่องการทำให้ผู้ใช้งานไว้วางใจในผู้ผลิตรถยนต์ มีมุมมองที่ดีต่อระบบ

Ref. code: 25626102037287KYH

ขับเคลื่อนอัตโนมัติ ทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบขับเคลื่อนอัตโนมัติ ไปจนกระทั่งปรับปรุงระบบให้มีนวัตกรรม และลดความไม่สะดวกสบายในการใช้งานระบบขับเคลื่อนอัตโนมัติให้มากที่สุด

คำสำคัญ: รถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ, ความตั้งใจ, ทฤษฎีความพร้อมด้านเทคโนโลยี, ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

Ref. code: 25626102037287KYH

Independent Title	FACTORS AFFECTING INTENTION TO ADOPT AN AUTONOMOUS CAR
Author	Ms.Tulaya Dumrongtumvanich
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Years	2019

ABSTRACT

Autonomous car technology is another innovation that is gaining attention from around the world and likely to enter the world market sooner than expected. Quantitative research was done to study the factors affecting the intention to adopt autonomous car level 4. 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 perceived trust in car manufacturers were taken into accounts. Data were collected by online questionnaires. 185 samples were automobile users who know the autonomous car. The data were analyzed by simple and multiple linear regression analysis.

The result shows that perceived trust in car manufacturer, optimism, perceived usefulness, innovativeness, and discomfort were Influential to adopt autonomous car level 4, in decreasing order of importance. Perceived ease of use directly affected perceived usefulness. Perceived ease of use and the insecurity factor did not affect the intention to adopt autonomous car level 4. These research may be useful for entrepreneurs and marketing planners to improve and develop the autonomous car, and design marketing campaigns to suit consumer needs and expectations. Entrepreneurs and marketing planners may focus on making users trust

Ref. code: 25626102037287KYH

in car manufacturers, making good viewpoints to autonomous car, making user realize the benefit of autonomous car, until improving system to be innovative and reduce the inconvenience of using the autonomous car as much as possible.

Keywords: Autonomous car, Intention, Technology readiness, Technology acceptance model

Ref. code: 25626102037287KYH