

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	อิทธิพลของคุณลักษณะของลูกค้า คุณลักษณะของผู้ให้บริการ และประโยชน์ที่ได้รับ ต่อความเชื่อมั่นในหุ้นยนต์ที่ปรึกษาเพื่อการลงทุน
ชื่อผู้เขียน	วสันต์ เสงเกียรติศักดิ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มธุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

บริการหุ้นยนต์ที่ปรึกษาเพื่อการลงทุนนั้น เป็นบริการที่ปรึกษาทางการเงินรูปแบบหนึ่งที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้ สำหรับงานวิจัยนี้ศึกษาถึงอิทธิพลของคุณลักษณะของลูกค้า คุณลักษณะของผู้ให้บริการ และประโยชน์ที่ได้รับ ต่อความเชื่อมั่นในหุ้นยนต์ที่ปรึกษาเพื่อการลงทุน โดยจัดทำงานวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง ที่คุ้นเคยกับการลงทุนผ่านช่องทางเว็บไซต์หรือ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ แต่ไม่เคยใช้บริการ

ผลวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นในหุ้นยนต์ที่ปรึกษาเพื่อการลงทุน ของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัย ความสะดวก ทักษะคิดต่อปัญญาประดิษฐ์ และความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผล คือความคาดหวังในประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี ส่งผลต่อทักษะคิดต่อปัญญาประดิษฐ์ ในส่วนของปัจจัยที่ไม่ส่งผลคือ ความวิตกกังวล และยังพบอีกว่า ปัจจัยประสบการณ์ทางการเงินส่งผลต่อ ความวิตกกังวล และสุดท้ายพบว่า ปัจจัยความซื่อสัตย์ และชื่อเสียงส่งผลต่อ ความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลคือ ความสามารถ โดยผลจากศึกษาในงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุน กลุ่มสถาบันทางการเงินและผู้ให้บริการ เพื่อใช้เป็น แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาบริการ เพื่อให้ได้รับความเชื่อมั่นจากนักลงทุนเป็นจำนวนมากขึ้น

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่น, ปัญญาประดิษฐ์, การลงทุน, หุ้นยนต์ที่ปรึกษาเพื่อการลงทุน

Independent Study Title	THE INFLUENCE OF CHARACTERISTICS OF CUSTOMERS, VENDORS AND BENEFITS ON TRUST IN ROBO-ADVISORS
Author	Wasan Hengkiattisak
Degree	Master of Science Program (Management of Science Systems)
Major Field	Management Information Systems
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Year	2022

ABSTRACT

Robo-advisors are digital platforms that use artificial intelligence technology to guide customers. This study aims to shed light to factors affecting trust in robo-advisors including customer's characteristic, vendors, and benefits. The study subjects were a sample of investors who used investment service on websites, mobile applications, and had never used robo-advisor services.

The results reveal that convenience, attitude toward AI, and trust in vendor influence degree of trust in robo-advisor. Performance expectancy does not significantly affect trust in robo-advisor. It is found that trust in technology influences attitude toward AI. Anxiety does not affect attitude toward AI. Prior financial experiences influence anxiety. Integrity and reputation influence trust in vendor. Competence does not affect trust in vendor. The results of this study can be used by financial service provider and robo-advisor provider to improve and further develop robo-advisor services to gain trust from more customers.

Keywords: Trust, Artificial Intelligence, Investment, Robo-advisor