

บทคัดย่อ

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคบนเว็บไซต์ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนันท์นภัส เกษมสุข
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2563

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อการศึกษาปัจจัย ด้านความชำนาญของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านการรับรู้ลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และด้านความพึงพอใจในโปรแกรมส่งเสริมการขายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของเว็บไซต์ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ด้านความชำนาญของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านการรับรู้ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และด้านความพึงพอใจในโปรแกรมส่งเสริมการขายอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อพฤติกรรมความภักดีของผู้บริโภคบนเว็บไซต์ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายและพยากรณ์พฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของเว็บไซต์ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 3 เว็บไซต์คือ เทสโก้โลตัสออนไลน์ บิ๊กซีออนไลน์ และท็อปส์ออนไลน์ งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์

ผลวิจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ลักษณะผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในโปรแกรมส่งเสริมการขายอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยด้านความชำนาญของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ส่วนปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายและพยากรณ์พฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ พบ 3 ปัจจัย เรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความชำนาญของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และปัจจัยด้านความพึงพอใจในโปรแกรมส่งเสริมการขายอิเล็กทรอนิกส์ และจากวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ลักษณะผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ แต่ยังไม่ใช่ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายและพยากรณ์พฤติกรรมความภักดีอิเล็กทรอนิกส์

ABSTRACT

Title of Independent Study	Factors Affecting E-Loyalty Behaviors in Purchasing Consumer Products On the E-Tailing website in Thailand
Author	Miss Nannapat Kasemsuk
Degree	Master of Arts (Communication and innovation)
Year	2020

The objectives of this research were to 1) to study factors, consumer expertise in purchasing consumer products perception of product characteristics electronic service quality and satisfaction with electronic promotion programs affecting electronic loyalty behavior in purchasing consumer products of electronic retail websites in Thailand, 2) to study the relationship between consumer expertise in purchasing consumer products perception of product characteristics electronic service quality and satisfaction in electronic promotion programs affect consumer loyalty behavior on electronic retail websites in Thailand and 3) to study effective factors in explaining and forecasting electronic loyalty behavior. In order to buy consumer products of 3 electronic retail websites in Thailand, Tesco Locale Online, Big C Online and Tops Online. This research is a quantitative study that collected data from a sample population of 250 people using an online questionnaire method.

The research found that all of the factors were positively related to electronic loyalty behavior including; product perception factor, electronic service quality factors, satisfaction factors in electronic promotion programs and consumer expertise factors in purchasing consumer products as for the effective factors for explaining and forecasting electronic loyalty behavior, Three factors were found in order as follows: electronic service quality factors, consumer expertise factors in purchasing consumer goods and satisfaction factors in electronic promotion programs and from the research, it was found that the product perception factor was positively related to the electronic loyalty behavior but it is not an effective factor in explaining and forecasting electronic loyalty behavior.