



ความภาคภูมิใจในการสั่งซื้อสมุนไพรรไทยออนไลน์

โดย

นางณัฐชยา ชุมมานนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2553

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดใน การสร้างความภักดีในการสั่งซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ (Thai Herbal Purchasing Loyalty) ว่าประกอบด้วยปัจจัยด้านใด โดยผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับผู้ประกอบการสมุนไพรไทยออนไลน์ เพื่อปรับกรอบแนวคิดเบื้องต้นที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต และเพื่อใช้ในการสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ

กรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย ประสบการณ์ในอดีต คุณภาพอิเล็กทรอนิกส์ทัศนคติในการสั่งซื้อ ความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการออนไลน์ที่ขายสมุนไพรออนไลน์ และความภักดี โดยที่ประสบการณ์ในอดีต ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรในอดีต ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรออนไลน์ในอดีต และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตในอดีต นอกจากนี้ คุณภาพอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ คุณภาพของการบริการ และคุณภาพของสินค้า

ผลจากการสำรวจผู้ที่เคยสั่งซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ พบว่า การสร้างความภักดีในการสั่งซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ได้นั้น ต้องทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดี การบริการ และสินค้าต้องมีคุณภาพ นอกจากนี้การสร้างทัศนคติที่ดีนั้น ต้องมีความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการออนไลน์ ประสบการณ์ในการสั่งซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ในอดีต และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตในอดีต ส่วนความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการออนไลน์เกิดจาก การให้ข้อมูล ระบบการสั่งซื้อ การให้บริการ และสินค้า ที่มีคุณภาพ

งานวิจัยนี้ ศึกษาความภักดีในการสั่งซื้อสมุนไพรไทยออนไลน์ของผู้ที่เคยซื้อสมุนไพรออนไลน์เท่านั้น เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น วิจัยในอนาคตจึงควรศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ที่เคยซื้อสมุนไพรจากร้านค้าทั่วไป (ไม่ออนไลน์) กับผู้ซื้อออนไลน์ หรือ ศึกษาความแตกต่างด้านวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการใช้สมุนไพรออนไลน์ของแต่ละประเทศ

Abstract

The objective of the study is to develop a conceptual model of Thai herbal purchasing loyalty. A qualitative in-depth interview is used to gather data from Thai herbal online purchasing customers to modify the conceptual framework of the study,

Conceptual model consists of prior experience, E-quality, attitude toward purchase, trust in online merchant and loyalty. A prior experience consists of an experience of herb usage, online herb purchase and internet usage. Moreover an E-quality consists of information quality, systems quality, services quality and products quality.

The survey results of respondents who had experience in online purchasing of Thai herbal products found that good attitude, best services, and product quality can create loyalty. However, good attitude online herbal product purchasing can enhance with more trust in online merchant, prior online herb purchase, and prior internet usage. On the other hand, good quality of information, online system quality, services and products enhance trust in online merchants.

The limitation of this research focuses the determinants that indicate loyalty of respondents who have ever purchased Thai herb online. Future research can extend the study by comparing online and offline purchases or studying the impact of culture on online herbal product purchase in many countries.