



การใช้สื่อผสมเพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการได้รับสารสนเทศเกินกว่า
ขีดจำกัดของผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมการซื้อขายสินค้าออนไลน์

โดย

นายอภิชาติ ชัยศักดิ์ยศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2556

บทคัดย่อ

เนื่องจากบุคคลมีความสามารถที่จำกัดในการประมวลสารสนเทศที่ได้รับ การได้รับสารสนเทศมากเกินไปจะประมวลผลได้จะทำให้บุคคลนั้นมีประสิทธิภาพการตัดสินใจแย่งและกระทบต่อความรู้สึกรู้สึกของบุคคลผู้ได้รับสารสนเทศนั้นด้วย งานวิจัยนี้จึงศึกษาประสิทธิภาพการลดผลกระทบจากการได้รับสารสนเทศเกินกว่าขีดจำกัด โดยการใช้สื่อประสมในการนำเสนอสารสนเทศ อีกทั้งศึกษาเพิ่มเติมถึงตัวแปรความรู้ของผู้บริโภคซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ระเบียบการวิจัยเป็นแบบการวิจัยเชิงทดลอง มีผู้เข้าร่วมการวิจัยทั้งสิ้น 117 คน ผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการนำเสนอที่ต่างกันทำให้เกิดการรับรู้สารสนเทศเกินกว่าขีดจำกัดแตกต่างกัน การรับรู้สารสนเทศเกินกว่าขีดจำกัดทำให้เกิดความมั่นใจในการตัดสินใจเลือก และความรู้ของผู้บริโภคที่ผู้บริโภคประเมินตนเองมีผลกระทบต่อกรเกินสารสนเทศเกินกว่าขีดจำกัดและการประเมินภายหลังการซื้อ

ABSTRACT

Since human are limited in information process, too much information causes dysfunctional in decision and consumer psychological state. This study aims to examine effects of multimedia presentations on information overload reduction. Consumer preference subjective knowledge was investigated. An experiment was conducted to test the research model. Results indicate that different presentations produce different levels of information overload, information overload increases consumers' subjective state towards decision, subjective knowledge facilitates information overload and effects consumers' subjective states.