

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ ลูกค้าผ่านการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจสู่ผู้บริโภคในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนิตยา อธิธา นราพิทักษ์กุล
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของเว็บไซต์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจสู่ผู้บริโภคในประเทศไทย โดยการนำองค์ประกอบของเว็บไซต์ทั้ง 8 ด้าน (8C Framework) มาทำการศึกษา งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 273 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Linear & Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ การเชื่อมโยง ซึ่งในปัจจุบันร้านค้าออนไลน์ที่มีมากขึ้น ข้อมูลและผู้บริโภคจำนวนมากตามมานั้น การเล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดการเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสมตรงตามความต้องการจึงเป็นสิ่งสำคัญ

งานวิจัยชิ้นนี้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นแนวทางในการสร้างหรือปรับปรุงเว็บไซต์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและการนำไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้าต่อไป

คำสำคัญ: องค์ประกอบของเว็บไซต์ ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า เว็บไซต์
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจสู่ผู้บริโภค

Independent Study Title	THE WEBSITE ELEMENTS THAT INFLUENCE CUSTOMER FOR SATISFACTION AND LOYALTY ON THE B2C E-COMMERCE WEBSITES IN THAILAND
Author	Miss Niaeda Narapitakkul
Degree	Master of Science Program
Major Field/Faculty/University	In Management Information Systems Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Dr.Laddawan Kaewkitipong
Academic Years	2014

ABSTRACT

The primary objective of this research is to study the website elements, which influence customer satisfaction and loyalty on the B2C e-commerce websites in Thailand. This research adopts 8C framework, by Yang et al., (2008), which include content, context, community, communication, connection, customization, commerce and collaboration. 273 questionnaires were collected from a sample group of those who had experience of purchasing products from e-commerce website. Linear and Multiple Regression Analysis were employed to test the research hypotheses. The result shows that communication is the most influencing factor on customer satisfaction. With a large and continuously increasing number of website, managing website components that enhance customer satisfaction and loyalty will be useful. This research provides such suggestions to help e-commerce website create customer satisfaction and thus loyalty.

Keywords: 8C Framework, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, E-commerce Websites, B2C