

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษากลไกกระตุ้นผู้ใช้งานให้สนใจต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้แบบจำลองพฤติกรรมของฟ็อกก์และทฤษฎีสะกิดพฤติกรรม
ชื่อผู้เขียน	อรพรรณ ตาละลักษณ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.วินัย นาคี
ปีการศึกษา	2564

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันอัตราการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างมาก และมีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในชีวิตประจำวัน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่ได้รับการกระตุ้นเตือนให้เกิดความสนใจใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง โดยงานวิจัยนี้ใช้แบบจำลองพฤติกรรมของฟ็อกก์มาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดวิจัย ซึ่งแบ่งปัจจัยเป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ ได้แก่ ด้านความสามารถ ด้านแรงจูงใจ และด้านสัญญาณ แต่ละด้านมีตัวแปรอิสระรวม 11 ตัวแปร ได้แก่ เวลา การเงิน กิจวัตรประจำวัน ความพยายามทางด้านจิตใจ ความเบี่ยงเบนทางสังคม สุขภาพ ความหวัง การยอมรับ ความกลัว ความเจ็บปวด และสัญญาณ โดยงานวิจัยนี้ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 180 ราย สัมภาษณ์ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเงิน และความพยายามทางด้านจิตใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตั้งใจกลับมาใช้ซ้ำของผู้ใช้งานที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**คำสำคัญ:** ดิจิทัลแพลตฟอร์ม, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ความสามารถ, แรงจูงใจ, สัญญาณ

Independent Study Title	A STUDY OF MECHANISMS TO DRIVE USER IN ELECTRONICS COMMERCE USING FOGG BEHAVIOR MODEL AND NUDGEN THEORIES
Author	Orapan Talalaksana
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Winai Nadee, Ph.D.
Academic Year	2021

### ABSTRACT

Currently, the growth rate of e-commerce is likely to grow exponentially. And many factors affect the use of digital platforms in everyday life.

The objective of this research is to study the factors affecting the behavior of users who have been prompted for continued interest in electronic commerce. In this research, Fogg's behavioral model was used as a guideline for constructing the research conceptual framework. It divides the factors into three main areas: competence, motivation, and signal. Each side has 11 independent variables including time, finance, and daily routine. Mental effort Social deviation, happiness, hope, acceptance, fear, pain, and signals. This research was studied on a sample of 180 people who had used e-commerce. And the collected data is statistically processed with a program for analyzing the relationship between each factor. The results showed that financial factors and mental effort Influence the intentional re-use behavior of users towards electronics commerce.

**Keywords:** Digital Platform, Electronics-Commerce, Ability, Motivation, Prompt