

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5<sup>th</sup> National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดิ เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

## ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงษ์ กิรติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มະโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์ชนู เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาต สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.คงกลับดินทร์ แสงอาษาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญาพัสวี

กล่อมลงเริ่บ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรีด้า

ศรีนุวรรตน์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เทชเกกิ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์

อวีโรหานานท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ตันจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ฤกษ์สมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤต

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ่นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

## เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

[www.ba.mju.ac.th](http://www.ba.mju.ac.th)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน  
รองศาสตราจารย์ ดร.จกกลบดินทร์  
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาญุส  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ  
อาจารย์ ดร.กัญญาพสี  
อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ  
อาจารย์ ดร.อรุณี  
อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์  
อาจารย์ ดร.พนมพร  
อาจารย์ ดร.ศรรษา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.กุลชณา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อนุชา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสวาริยะ  
บุญมาก  
สมฤทธิ์สกุล  
خلประเสริฐสุข  
ศิริโกคาภิจ  
บังเมฆ  
มนีพันธ์  
สงเคราะห์  
หยุ่ยเย็น  
ชุลิกาวิทย์  
วรรณสกิต  
ศรีนฤรรณ  
เทชเดกิ  
อวีโรจนานนท์  
ตันจันทร์พงศ์  
ตุลาสมบัติ  
ฟองเพชร  
กล่อมลงเจริญ  
สิริประเสริฐศิลป์  
ยศบุตร  
ใบไม้  
เฉลิมวรรณ  
วรุณกุล  
แวนแก้ว  
กันทรดุษฎี  
มารังค์

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

A Study of Factors Affecting Intention to Use Electronic Book of Students  
Silpakorn University Patchaburi IT Campus

ปณิตา ศรีทองกุล<sup>1</sup> และราดาธิเบศร์ ภูทอง<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ทดสอบ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) บุคลิกภาพของผู้ใช้งาน 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และ 3) การรับรู้ถึงความสนุกสนาน

**คำสำคัญ:** ความตั้งใจใช้, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์, นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

### Abstract

The main purposes of this study are to investigate the factors affecting intention to use electronic book. This study is a quantitative research. Data were collected from 200 samples of electronics book users via questionnaire. The samples are electronics book users who study in Silpakorn University Patchaburi IT Campus. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and regression analysis. Results showed that the factors that influence intention to use are 1) user personality 2) perceive ease of use and 3) perceive of enjoyment.

**Keywords:** Intention to Use, Electronic Book, Students Silpakorn University Patchaburi IT Campus

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากโลกยุคดิจิทัลในปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ที่กำลังได้รับความสนใจมากขึ้นทั่วโลก สำหรับประเทศไทยเองและของหนังสืออิเล็กทรอนิกสมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วไปพร้อมกับความนิยมในโทรศัพท์มือถือริมาร์ช (Smart Phone) และอุปกรณ์ประเภทแท็บเล็ต (Tablet) ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องเทคโนโลยีสมัยใหม่ และความสะดวกสบายซึ่งเกิดจากอุปกรณ์ต่างๆ มากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมเรื่องการสืบค้นข้อมูล รวมถึงการอ่านหนังสือเปลี่ยนแปลงไปด้วย อีกทั้งสำนักพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ในประเทศไทยก็เห็นความสำคัญในการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัลสู่วงการหนังสือ โดยให้การยอมรับพร้อมทั้งปรับตัว และพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อรองรับการเติบโตของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จากข้อมูลของอุคปั้ฟัมนาและให้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ในประเทศไทย ยอดดาวน์โหลดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่เดือน ม.ค.54 ถึง ก.ค.55 (รวม 21 เดือน) มีจำนวนสูงขึ้นถึง 3 ล้านดาวน์โหลด ขณะที่ยอดผู้ลงทะเบียนใน 2 เดือนแรกนับแต่เปิดให้บริการอีบุ๊ค สโตร์ มีจำนวนเพียง 10,000 ราย 7 เดือนแรก 100,000 ราย 13 เดือนแรก 1 ล้านราย และ 21 เดือนที่ผ่านมา มีจำนวนถึง 2 ล้านราย ซึ่งเป็นการเติบโตที่รวดเร็ว ประกอบกับเทคโนโลยี 3G ที่เกิดขึ้น ทำให้การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์การขยายตัวเพิ่มขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีขึ้น และเนื่องจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยนั้นยังเป็นช่วงเริ่มต้น ประกอบกับลักษณะเฉพาะของตลาดในประเทศไทย และความแตกต่างของผู้ใช้งานที่ไม่เหมือนกับตลาดในต่างประเทศ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะมีอิทธิพลต่อการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในบริบทของประเทศไทย เพื่อที่จะพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้ในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาให้มากที่สุด ผลที่ได้ในการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์แก่ ผู้ประกอบการ นักพัฒนาโปรแกรม สำนักพิมพ์ผู้จัดจำหน่าย ในการที่จะนำไปประกอบการพิจารณาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อพัฒนารูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาให้เหมาะสมสำหรับผู้ใช้กลุ่มนักศึกษาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีเท่านั้น

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เคยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีเท่านั้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. ผลที่ได้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ นักพัฒนาโปรแกรม สำนักพิมพ์ผู้จัดจำหน่าย ในการที่จะนำไปประกอบการพิจารณาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อพัฒนารูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาให้เหมาะสมสำหรับผู้ใช้ กลุ่มนักศึกษาต่อไป

### บททวนวรรณกรรม

#### แนวความคิดเกี่ยวกับความตั้งใจใช้

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นหนึ่งในกรอบทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางและได้รับการพิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพในการอธิบายการยอมรับและนำระบบสารสนเทศ (IS) และสื่อเทคโนโลยีใหม่ๆไปใช้ (Davis, 1989; Venkatesh, 2000) โดยมีวิวัฒนาการมาจากการทฤษฎีของการกระทำที่มีเหตุผล (TRA) เสนอด้วย Fishbein และ Ajzen (1980) และจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ที่เสนอโดย Ajzen (1980) ซึ่ง TRA และ TPB ใช้ศึกษาในบริบทที่หลากหลายของพฤติกรรมมนุษย์ แต่ TAM มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมการยอมรับและการใช้งานในบริบทที่เกี่ยวกับระบบข้อมูลและสื่อเทคโนโลยีใหม่ๆโดยเฉพาะ ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ ในระบบที่หลากหลายเช่น การประมวลค่าตารางบัญชีข้อมูล อีเมล วอยซ์เมล และอื่นๆ (Doll, J., & Ajzen, I. 1992 ; Venkatesh & Davis, 2000; Venkatesh & Morris, 2000) โดยที่แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีระบุให้การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์เป็นตัวกำหนดการนำเทคโนโลยีไปใช้ โดยที่ทัศนคติและความตั้งใจจะส่งผลให้เกิดการใช้งานจริง (Davis, 1989) จากงานวิจัยในอดีตพบว่า การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บริการและการใช้บริการจริง และพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บริการ

การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการใช้งานจริง (Rigopoulos & Askounis, 2007) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และการรับรู้บริการมีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้ชุดกระบวนการเงินระบบ SMS ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ (Yu, 2004) อีกทั้งการรับรู้ประโยชน์ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีของพนักงาน (Selamat, Jaffar & Boon, 2009) นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานยังส่งผลต่อ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และพฤติกรรมในการตั้งใจใช้เทคโนโลยีเครือข่ายสังคมเพสบุ๊ค (Social Networking Website) (Rosen & Kluemper, 2008)

#### ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนาขึ้นอย่างค์ความรู้ที่ต่อจาก TRA (The Theory of Reasoned Action) ของ Fishbein และ Ajzen (1975) โดย Davis (1989) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ได้กล่าวว่าผู้ใช้จะยอมรับเทคโนโลยี ก็ต่อเมื่อมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการยอมรับเทคโนโลยี โดย

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วย

1. ตัวแปรภายนอก (External Variables) ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีและรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographic) และประสบการณ์ (Previous Experience) เป็นต้น

2. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ โดยเชื่อว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Davis, 1989)

3. การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานรับรู้ว่า การใช้งานไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Davis, 1989) ไม่มีความซับซ้อนมาก ก็มีโอกาสที่ผู้ใช้จะยอมรับในระบบ ซึ่งผลการวิจัยนี้กังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fetscherin และ Lattermann (2008); Gefen และ Straub (2000); Lee, D., J. Park และ J. Ahn. (2011)

#### ทฤษฎีบุคลิกภาพ

นักวิจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพได้นำเสนอ 5 มิติพื้นฐานสำคัญอธิบายลักษณะบุคลิกภาพ (Big Five Dimensions of Personality) ซึ่งเป็นลำดับเหตุการณ์ที่มีการนำมาอธิบายอย่างต่อเนื่องกันมากกว่า 50 ปี เริ่มนับด้วยงานวิจัยของฟิสเก (D. W. Fiske, 1949) และ ต่อมาก็ได้นำมาขยายความ โดยนักวิจัยคนอื่นๆ ได้แก่ คอสต้าและแมคแกร (McCrae & Costa, 1997)

ทฤษฎี Big Five Personality จำแนกลักษณะของบุคลิกภาพออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ภายใต้เงื่อนไขว่าคนทุกคนล้วนมีบุคลิกทั้ง 5 แบบในระดับที่ต่างกัน บุคลิกภาพทั้ง 5 แบบ คือ บุคลิกภาพด้านการเปิดเผยตนเอง (Extraversion) บุคลิกภาพด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) บุคลิกภาพด้านความเข้าใจผู้อื่น (Agreeableness) บุคลิกภาพด้านความรับผิดชอบ (Conscientiousness) และบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

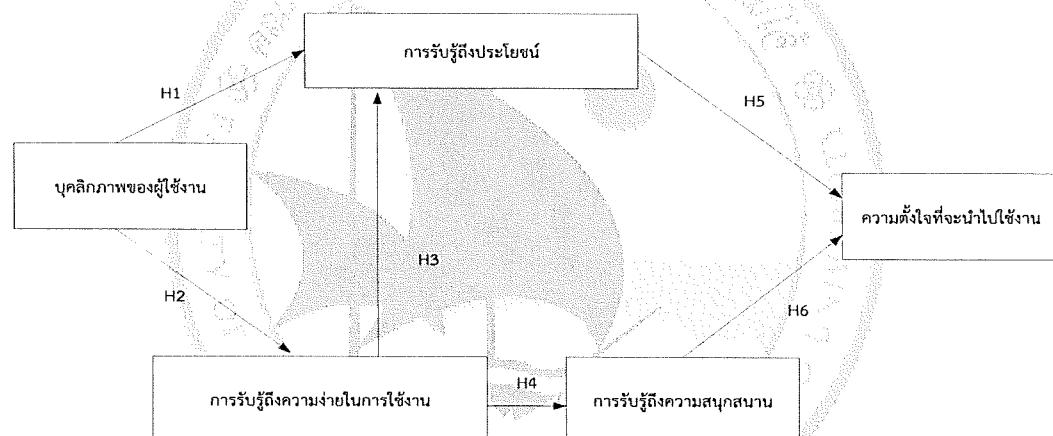
นอกจากนี้ คอสต้า และ แมคแกร ได้สร้างแบบวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบโดยมีชื่อเรียกว่า Neuroticism-Extroversion-Openness Inventory (NEO-I) ซึ่งแบบทดสอบฉบับเริ่มแรกนั้นจะใช้วัดลักษณะบุคลิกภาพ 3 ด้านของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ คือด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ การเปิดเผยตัวเอง และการเปิดรับประสบการณ์ ต่อมารีดีไซน์การปรับปรุงแก้ไขตัวแบบทดสอบ โดยเพิ่มองค์ประกอบด้านการเห็นตามผู้อื่น และความสำนึกระดับของลงไป และเปลี่ยนชื่อเป็น NEO Personality Inventory (NEO PI) หรือเรียกตามตัวย่อว่า OCEAN โดยมีการแก้ไขปรับปรุงแบบทดสอบเรื่อยมาเป็นแบบทดสอบ NEO PI-R ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 240 ข้อคำตามใช้มาตราวัดแบบลิเครอร์ต 5 ระดับโดยเริ่มตั้งแต่ ‘ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง’ จนถึง ‘เห็นด้วยอย่างยิ่ง’ จนกระทั่งปี 2004 แบบทดสอบ NEO PI-R ได้รับการปรับปรุงและถูกตัดตอนให้สั้นลงเหลือเพียง 60 ข้อคำตาม ภายใต้ชื่อว่า NEO Five-Factors Inventory (NEO FFI)

จากการศึกษางานวิจัยส่วนใหญ่พบว่ามีนิยมใช้ทฤษฎี 5 องค์ประกอบ (Big Five Personality) โดยใช้แบบทดสอบ NEO PI-R และแบบทดสอบฉบับย่อ NEO FFI เนื่องจากแบบทดสอบบุคลิกภาพทั้งสอง สร้างอยู่บนพื้นฐานแนวคิดด้านบุคลิกภาพที่มีการวิจัยและพัฒนามากกว่า 50 ปี ดังนั้น จึงมีความแม่นยำตรงทางเนื้อหาสูง (Content Validity) สามารถประยุกต์ใช้ได้ทั่วไป เนื่องจากขั้นตอนในการพัฒนาข้อคำถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นผู้ใหญ่ โดยเฉลี่ยแล้วมีอายุตั้งแต่ 17 ปีขึ้นไป และ

หากหล่ายอาชีพ อีกทั้งไม่มีข้อคำถามที่ซ้ำกันในแต่ละมาตรฐาน โดยเป็นแบบทดสอบที่มีทั้งความเที่ยงและความแม่นยำเป็นที่ยอมรับโดยทั่วโลก

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการบทหน่วยงานข้างต้น สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานงานวิจัย

จากการอภิปรายแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H2	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
H3	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H4	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความสนุกสนาน
H5	การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลในเชิงบวกต่อความต้องการจะนำไปใช้งาน
H6	การรับรู้ถึงความสนุกสนานมีผลในเชิงบวกต่อความต้องการจะนำไปใช้งาน

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในเรื่องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการจะนำไปใช้งาน สำหรับกลุ่มเป้าหมายนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้การออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อพิสูจน์สมมติฐานงานวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้มีจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยเน้นเฉพาะคนที่ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เนื่องจากไม่ทราบข้อมูลที่แน่นชัดของประชากรในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากร ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

โดยกำหนดให้

$n$  แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

$Z$  แทน ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96

$\sigma^2$  แทน ค่าแปรปรวนประชากร โดยคำนวณจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งอ้างอิงจากงานวิจัยใกล้เคียง คือ  $(0.96)^2 = 0.9216$  (Svendsen G.B., 2011)

$E$  แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คำนวณจากผลคูณของผลต่างของความผิดพลาด (Acceptable Margin of Error) กับค่าเฉลี่ย (Lowest Mean) โดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันโดยค่าเฉลี่ย คือ 3.3 และผลต่างของความผิดพลาดคือ 0.05 ดังนั้น  $E = 0.026$  (Svendsen G.B., 2011)

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2(0.96)^2}{(3.3*0.05)^2} = 131.11 = 132 \text{ คน}$$

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 132 คน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยใช้คำนวณตัวแปรทั้งสิ้น 26 ข้อ เมื่ออาศัยหลักความง่าย (Rule Of Thumb) หนึ่งคำนวณควรใช้ตัวอย่างราว 5 ตัวอย่าง ดังนั้นในงานวิจัยนี้การเก็บข้อมูลอย่างต่ำ 130 คน นอกเหนือไปเพื่อลดความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากตัวอย่าง จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 200 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล (Online Questionnaire) และส่งแบบสอบถามผ่านทาง E-mail และ ชุมชนเครือข่ายสังคม Facebook ( www.facebook.com ) เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษจิกายน 2559

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำตามหลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเป็นครั้งที่ 1 (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า ของ cronbach (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct และปรับปรุงคำตามอีกรอบ 1 เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

#### **วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้**

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำหรับภาษาสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ cronbach (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct

2. การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงง่าย (Simple Regression) โดยมีตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับถึงความสนุกสนาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และมีความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวแปรตาม ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ( $\alpha = .05$ ) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

3. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

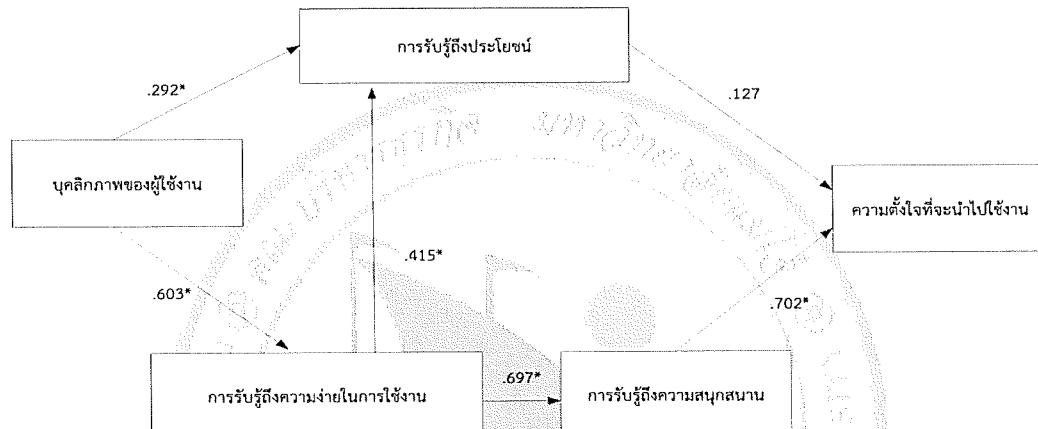
#### **ผลการศึกษาวิจัย**

##### **ลักษณะทางประชากรศาสตร์**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.5 ช่วงอายุระหว่าง 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่คณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 73.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคล 5,001-10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 58.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 1 ปี และ น้อยกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 34.5 เท่ากัน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Smart Phone คิดเป็นร้อยละ 48.0 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อความบันเทิง เช่น อ่านนิตยสารและหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 82.0

##### **ข้อมูลทางสถิติของงานวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน**

จากการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: \* ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ  $p < 0.01$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกำลังตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบูรณ์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า ตัวแปรตามการรับรู้ถึงประโยชน์ มีความรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือบุคลิกภาพของผู้ใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.415 และ 0.292 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตัวแปรตามการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน พบร่วมกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.603 อีกทั้งเมื่อพิจารณาตัวแปรตามการรับรู้ถึงความสนุกสนาน พบร่วมกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความสนุกสนาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.697 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตามสุดท้าย พบร่วมกับตัวแปรอิสระที่ส่งผลอย่างมากต่อกำลังตั้งใจที่จะนำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบูรณ์ คือ การรับรู้ถึงความสนุกสนาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.702 ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกำลังตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

จากข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H2	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ยืนยัน
H3	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H4	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความสนุกสนาน	ยืนยัน
H5	การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะนำไปใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H6	การรับรู้ถึงความสนุกสนานมีผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะนำไปใช้งาน	ยืนยัน

### สรุปผลการวิจัย

#### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

บุคลิกภาพของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ (H1) และมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (H2) อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.292 และ 0.603 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากผลการวิจัยในอดีตของ Rosen และ Kluemper (2008) ที่พบว่าบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นคนมีความรับผิดชอบสูง มีจุดหมายมีแบบแผนในการดำเนินชีวิต มีความรอบคอบ เชื่อถือได้ มีแนวโน้มที่จะยอมรับและลองทำสิ่งใหม่ ๆ ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้ social website นอกจากนี้งานวิจัยของ Selamat, Jaffar และ Boon (2009) ยังพบว่าบุคลิกลักษณะนี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานระบบธนาคาร และจากผลการวิจัยในอดีตของ Rosen และ Kluemper (2008) ที่พบว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพ ด้านการเปิดเผยตนเองมีแนวโน้มที่จะมองโลกในแง่ดี กระตือรือร้นและมีทัศนคติที่ดี พร้อมที่จะลองทำสิ่งต่างๆ โดยบุคลิกลักษณะนี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน social website

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ (H3) และมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสนุกสนาน (H4) อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่า 0.415 และ 0.697 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) ที่กล่าวไว้ว่าการรับรู้ถึงความง่ายเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการยอมรับระบบนั้นจะล้มเหลวหากผู้ใช้ไม่รับรู้ถึงประโยชน์ของระบบและความสะดวกในการใช้ระบบ นอกจากนี้งานวิจัยของ Rigopoulos และ Askounis (2007) ยังพบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะการใช้บริการ และการใช้บริการจริง

การรับรู้ถึงความสนุกสนานมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจนำไปใช้งาน (H6) อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.702 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสนับสนุนผลการวิจัยในอดีตที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีต่างๆ กับการรับรู้ถึงความสนุกสนาน โดย Heijden (2000), Selamat, Jaffar และ Boon (2009) ต่างพบว่าการรับรู้ถึงความสนุกสนาน ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้คอมพิวเตอร์ เว็บไซต์, Location-based social networks และ E-reading devices

ผลที่ได้รับจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงความสนุกสนานจากการใช้งานมากที่สุด โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยที่การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ถึงความสนุกสนาน ส่วนปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานนั้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากกว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน นอกจากนี้ยังเป็นการขยายรอบทุกด้านภาระผู้ใช้งานโดยรวมรับเทคโนโลยีไปยังปัจจัยอื่นๆ เช่น การรับรู้ถึงความสนุกสนานและปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานในบริบทของการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

### **ประโยชน์ของงานวิจัย**

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

#### **1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี**

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยสามารถนำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) มาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

#### **2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ**

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากการวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

1. ผลจากการเก็บข้อมูลพบว่าผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ส่วนใหญ่ยังคงใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ Smart Phone ซึ่งตัวอุปกรณ์ของ Smart Phone มีขนาดเล็กพกพาได้สะดวก และเป็นการเปิดไฟล์ .pdf ขึ้นมาอ่าน ดังนั้น ผู้พัฒนาโปรแกรมควรพัฒนาโปรแกรมเกี่ยวกับการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะสำหรับอุปกรณ์เหล่านี้ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ในโปรแกรมที่ใช้อ่าน การจัดเส้น การคอมเม้นต์หรือแคปภาพหรือข้อความในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยสามารถนำผลจากการวิจัยนี้ ในส่วนของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงความสนุกสนานไปประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินงานพัฒนาโปรแกรมให้ดียิ่งต่อไปได้

2. ผู้ประกอบการ และผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ และแอพพลิเคชัน สามารถนำผลจากงานวิจัยนี้ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานไปวิเคราะห์เพื่อทำแผนการตลาดและวางแผนกลยุทธ์ ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคได้ตรงจุดมากขึ้น โดยเน้นที่บุคลิกภาพของผู้ใช้งาน คือ บุคลิกที่มีลักษณะคนร่าเริง หัวเราะง่าย ชอบพูดคุยกับคนอื่นๆ ในงานสังสรรค์ ชอบทำกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น โดยจัดทำโฆษณาให้ผู้บริโภคเห็นถึงความง่ายในการใช้งาน เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค จัดโปรโมชันดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดความตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

3. ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่า แม้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะมีนานกว่า 10 ปีแล้ว แต่ก็ยังมีผู้ที่เคยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 1 ปี เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการเกี่ยวกับ

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์อาจมีโนบายที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่สนใจหรือสนใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกสน้อย เพื่อทำให้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นที่รู้จักและถูกใช้งานได้กว้างขึ้น

4. ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือการศึกษาหาความรู้ และการทำงาน อาจนำมาปรับใช้กับการเรียนการสอนเพื่อให้นักเรียน นักศึกษา สามารถค้นคว้าหาความรู้และมีช่องทางในการหาข้อมูลจากการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

#### ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 18-23 ปีเท่านั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่นๆ อาจจะเปลี่ยนแปลง และจากการเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิตยสารเพื่อความบันเทิง โดยใช้ Smart Phone และ Computer ไม่ได้ใช้กับอุปกรณ์สำหรับการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ ซึ่งการไม่ได้ใช้อุปกรณ์ที่ผลิตมาโดยเฉพาะนั้นอาจจะส่งผลต่อการใช้งานได้

#### งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรที่จะนำมาใช้วัดบุคลิกภาพของผู้ใช้งานให้เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการตรวจสอบบุคลิกภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางด้านราคา หัศนศติของผู้ใช้งาน ปัจจัยทางด้านสังคม เป็นต้น โดยที่ปัจจัยภายนอกเหล่านี้อาจจะส่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีของนักศึกษา
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นอาจขยายผลไปศึกษาถึงกลุ่มของผู้ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในช่วงอายุอื่นๆด้วย เพราะช่วงอายุที่ต่างกันอาจให้ผลงานวิจัยที่แตกต่างไปจากเดิม
4. นำกรอบการวิจัยนี้ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆ สำหรับนักศึกษาต่อไป
5. นำไปใช้ปรับปรุงหรือเสริมในการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดความสะดวกและได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall..
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318-39.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Doll, J., & Ajzen, I. (1992). Accessibility and stability of predictors in the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(5), 754-765.

- D.W., Fiske. (1949). Consistency of the factorial structures of personality rating from different sources. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 44, 329-344.
- Fetscherin, M. and C. Lattemann. (2008). User Acceptance of Virtual Words. *Journal of Electronic Commerce Research*, 9(3), 231-242.
- Gefen, D. and D.W. Straub. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease-of-Use in IS Adoption: A Study of E Commerce Adoption. *J AIS*, 1(8), 1-30.
- Gong, M., Xu, Y., & Yu, Y. (2004). An enhanced technology acceptance model for web-based learning. *Journal of Information Systems Education*, 15(4), 365-373.
- Heijden, V.D. (2000). "E-TAM: a revision of the technology acceptance model to explain web site revisits", *Research memorandum*, Vrije Universiteit, Amsterdam, September.
- Lee, D., J. Park, and J. Ahn. (2011). On the Explanation of Factors Affecting E-commerce Adoption. *Proceedings of the 22nd International Conference on Information Systems*, LA, New Orleans, 109-120.
- McCrae, R., & Costa, P. (1997). Personality trait structures as a human universal. *American Psychologist*, 52, 509-516.
- Rigopoulos, G., & Askounis, D. (2007). A TAM Framework to Evaluate Users' Perception towards Online Electronic Payments. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3), 1-6.
- Rosen, P.A., & Kluemper, D.H. (2008). Impact of Big Five Personality Traits on Social Networking. *AMCIS. AIS Electronic Library*.
- Selamat Z., Jaffar N., & Boon O.H. (2009). Technology Acceptance in Malaysian Banking Industry: European, *Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 17.
- Svendsen G.B.,et al. (2011). Personality and technology acceptance: the influence of personality factors on the core constructs of the Technology Acceptance Model, *Behaviour & Information*, 2011, 1-12
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information System Research*, 11(4), 342-365.