

หน้าแรก [เกี่ยวกับ TCI](#) [ฐานข้อมูล TCI](#) [คำ TJIF](#) [ภาพประกอบ](#) [งานวิจัยของ TCI](#) [เกษตรอุตสาหกรรม](#) [กระดามเสนา](#) [FAO](#)

ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่	สาขา
1	Veridian E-Journal Science and Technology Silpakorn University	2408-1248	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	2	วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี
2	Veridian E-Journal, Silpakorn University	1906-3431	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	1	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

[Back to top](#)

Copyright © 2015, Thai-Journal Citation Index (TCI) Center. All rights reserved.

Contact: tcithai@gmail.com

อิทธิพลของบุคลิกภาพและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

The influence of personality and technology acceptance on the willingness to use electronics book

ธาดาธิเบศร์ ภูทอง (Thadathibesra Phuthong)^{*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) อิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานที่มีต่อการยอมรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 2) อิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และ 3) อิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสนุกสนานที่มีต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 200 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบกระดาษ ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าครอนบาค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยที่การรับรู้ถึงประโยชน์ไม่ส่งผลโดยตรงต่อการตั้งใจใช้งาน และการรับรู้ถึงความสนุกสนานส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ให้แนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่อยู่ในธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ นักพัฒนาโปรแกรม และสำนักพิมพ์ผู้จัดจำหน่าย ในการที่จะทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความสนุกสนาน เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อพัฒนารูปแบบ และฟังก์ชันของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานต่อไป

คำสำคัญ : บุคลิกภาพ การยอมรับเทคโนโลยี การตั้งใจใช้ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

^{*} อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล: thadathibes@ms.su.ac.th

Lecturer in Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: thadathibes@ms.su.ac.th

Abstract

The purpose of this research was to investigate 1) the influence of personality on the adoption of electronics book based on technology acceptance model 2) the influence of personality towards perceived of usefulness and perceived ease of use on the willingness to use electronics book 3) the influence of perceived of enjoyment on the willingness to use electronics book. Data were collected from 200 samples of electronics book users via online and paper questionnaire. Test the reliability of each variable by analyzing the alpha coefficient. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple and multiple regression analysis. Results showed that the personality factor has positive impact on the adoption of electronics book. The personality factor and perceived ease of use factor have positive impact on the willingness to use electronics book while perceived of usefulness do not affect to the willingness to use electronics book. And perceived of enjoyment factor has positive impact on the willingness to use electronics book.

This study provides useful guidelines to those who are in the electronics book business whether entrepreneurs, application developers, and publishers. In order to understand the factors that affects the willingness to use electronics book especially personality, perceived ease of use, and perceived of enjoyment and lead to the consideration of business approach to create a marketing strategy and to develop electronics book with proper functions properly for users.

Keywords: Personality, Technology Acceptance, Willingness to Use, Electronics Book

บทนำ

ในปัจจุบันนี้โลกดิจิทัลได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic book) ที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นทั่วโลก สำหรับประเทศไทยเองกระแสของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วไปพร้อมกับความนิยมในโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์ประเภทแท็บเล็ต ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องเทคโนโลยีสมัยใหม่ และความสะดวกสบายซึ่งเกิดจากการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ มากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมเรื่องการสืบค้นข้อมูล รวมถึงการอ่านหนังสือเปลี่ยนแปลงไปด้วย อีกทั้งสำนักพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ในประเทศไทยก็เห็นความสำคัญในการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัลสู่วงการหนังสือ โดยให้การยอมรับพร้อมทั้งปรับตัว และพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อรองรับการเติบโตของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จากข้อมูลของอัคริพัฒน์และผู้พัฒนาและให้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ในประเทศไทย ยอดดาวน์โหลดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่เดือน ม.ค.54 ถึงปัจจุบัน มีจำนวนสูงขึ้นไปถึง 8 ล้านดาวน์โหลด ขณะที่ยอดผู้ลงทะเบียนมีจำนวนถึง 3 ล้านราย และมีผู้ติดตามเพื่อสมัครเป็นสมาชิกใหม่ในแต่ละวัน โดยประมาณจำนวน 6 พันราย (Victoria Ho, 2013) ซึ่งเป็นการเติบโตที่รวดเร็วและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 3G และ 4G ที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ดีขึ้น และเนื่องจากการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยนั้นยังเป็นช่วงเริ่มต้น ประกอบกับลักษณะเฉพาะของตลาดในประเทศไทย และความแตกต่างของผู้ใช้งานที่ไม่เหมือนกับตลาดในต่างประเทศ ซึ่งงานวิจัยในประเทศไทยยังไม่ได้มีศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตั้งใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยตรง ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาใช้เพื่อประกอบการเรียนการสอนในชั้นเรียนเท่านั้น (กานต์ จันทรแดง, 2556; จรัสสม ปานบุตร, 2557 และศิริพร บุญเรือง, 2556) ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในบริบทของประเทศไทย เพื่อที่จะพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะกับการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้ในประเทศไทยให้มากที่สุด ผลที่ได้ในการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์แก่ ผู้ประกอบการ นักพัฒนาโปรแกรม สำนักพิมพ์ผู้จัดจำหน่าย ในการที่จะนำไปประกอบการพิจารณาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อพัฒนารูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และฟังก์ชันให้เหมาะสมสำหรับผู้ใช้งานต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานที่มีต่อการยอมรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสนุกสนานที่มีต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งใจใช้

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นหนึ่งในกรอบทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางและได้รับการพิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพในการอธิบายการยอมรับและนำระบบสารสนเทศ (IS) และสื่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปใช้ (Davis, 1989; Venkatesh, 2000) โดยมีวิวัฒนาการมาจากทฤษฎีของการกระทำที่มีเหตุผล (TRA) เสนอโดย Fishbein และ Ajzen (1980) และจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ที่เสนอโดย Ajzen (1980) ซึ่ง TRA และ TPB ใช้ศึกษาในบริบทที่หลากหลายของพฤติกรรมมนุษย์ แต่ TAM มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมยอมรับและการใช้งานในบริบทที่เกี่ยวข้องกับระบบข้อมูลและสื่อเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะ ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีถูกนำไปใช้เพื่อศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ในระบบที่หลากหลาย เช่น การประมวลค่าตารางบัญชี ข้อมูล อีเมล วอยซ์เมล และอื่นๆ (Doll et al., 1998; Karahanna and Straub, 1999; Venkatesh and Davis, 2000; Venkatesh and Morris, 2000) โดยที่แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีระบุให้การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์เป็นตัวทำนายการนำเทคโนโลยีไปใช้ โดยที่ทัศนคติและความตั้งใจจะส่งผลให้เกิดการใช้งานจริง (Davis, 1989; Venkatesh, 2008) จากงานวิจัยในอดีตพบว่า การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บริการและการใช้บริการจริง และพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บริการ

การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ก็มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการใช้งานจริง (Rigopoulos and Askounis, 2007) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และการรับรู้บริการมีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้ธุรกรรมการเงินระบบ SMS ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ (Yu, 2004) อีกทั้งการรับรู้ประโยชน์ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีของพนักงาน (Selamat, Jaffar and Boon, 2009) นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานยังส่งผลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และพฤติกรรมในการตั้งใจใช้เทคโนโลยีเครือข่ายสังคมเพซบุ๊ก (Social Networking Website) (Rosen and Kluemper, 2008)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนาขยายองค์ความรู้ที่ต่อจาก TRA (The Theory of Reasoned Action) ของ Fishbein และ Ajzen (1975) โดย Davis (1989) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ได้กล่าวว่าผู้ใช้จะยอมรับเทคโนโลยี ก็ต่อเมื่อมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการยอมรับเทคโนโลยี โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 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 ระดับที่ผู้ใช้งานรับรู้ว่าการใช้งานไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Davis, 1989) ไม่มีความซับซ้อนมาก ก็มีโอกาที่ผู้ใช้จะยอมรับในระบบ ซึ่งผลการวิจัยนี้ก็ยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fetscherin และ Lattermann (2008); Gefen และ Straub (2000); Lee et al. (2001)

ทฤษฎีบุคลิกภาพ

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

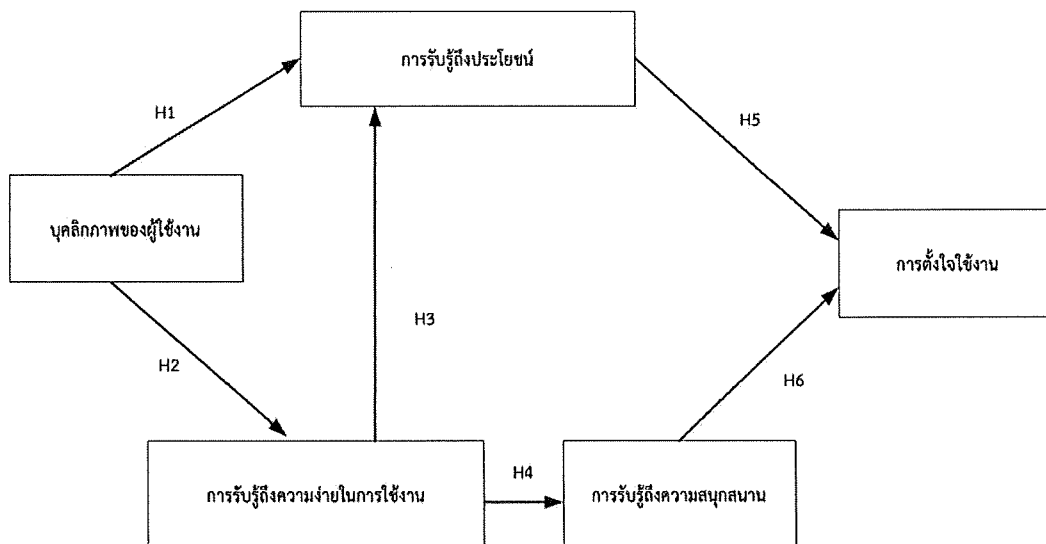
ทฤษฎี Big Five Personality จำแนกลักษณะของบุคลิกภาพออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ภายใต้เงื่อนไขว่าทุกคนทุกคนล้วนมีบุคลิกทั้ง 5 แบบในระดับที่ต่างกัน บุคลิกภาพทั้ง 5 แบบ คือ บุคลิกภาพด้านการเปิดเผยตนเอง (Extraversion) บุคลิกภาพด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) บุคลิกภาพด้านความเข้าใจผู้อื่น (Agreeableness)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

นอกจากนี้ คอสต้า และแมคแกร ได้สร้างแบบวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบโดยมีชื่อเรียกว่า Neuroticism-Extroversion-Openness Inventory (NEO-I) ซึ่งแบบทดสอบฉบับเริ่มแรกนั้นจะใช้วัดลักษณะบุคลิกภาพ 3 ด้านของทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ คือด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ การเปิดเผยตัวเอง และการเปิดรับประสบการณ์ ต่อมาได้มีการปรับปรุงแก้ไขตัวแบบทดสอบ โดยเพิ่มองค์ประกอบด้านการเห็นตามผู้อื่น และความสำนึกผิดชอบลงไป และเปลี่ยนชื่อเป็น NEO Personality Inventory (NEO PI) หรือเรียกตามตัวย่อว่า OCEAN โดยมีการแก้ไขปรับปรุงแบบทดสอบเรื่อยมาเป็นแบบทดสอบ NEO PI-R ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 240 ข้อคำถาม ใช้มาตราวัดแบบ Likert 5 ระดับโดยเริ่มตั้งแต่ 'ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง' จนถึง 'เห็นด้วยอย่างยิ่ง' จนกระทั่งปี 2004 แบบทดสอบ NEO PI-R ได้รับการปรับปรุงและถูกตัดทอนให้สั้นลงเหลือเพียง 60 ข้อคำถาม ภายใต้ชื่อว่า NEO Five-Factors Inventory (NEO FFI)

จากการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่พบว่านิยมใช้ทฤษฎี 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 และหลากหลายอาชีพ อีกทั้งไม่มีข้อคำถามที่ซ้ำซ้อนกันในแต่ละมาตราวัด โดยเป็นแบบทดสอบที่มีทั้งความเที่ยงและความแม่นยำเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H2	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
H3	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H4	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความสนุกสนาน
H5	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้งาน
H6	การรับรู้ถึงความสนุกสนานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้งาน

วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพของผู้ใช้งาน ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านการเปิดเผยตนเอง (Extraversion) และบุคลิกภาพด้านความรับผิดชอบ (Conscientiousness) และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การออกแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อพิสูจน์สมมติฐานงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้มีจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยเน้นเฉพาะคนที่ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี เนื่องจากไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัดของประชากรในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากร ตามสูตรดังนี้

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

โดยกำหนดให้

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

Z แทน ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96

σ^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) โดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน โดยค่าเฉลี่ย 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 งานวิจัยใช้คำถามวัดตัวแปรทั้งสิ้น 20 ข้อ เมื่ออาศัยหลักความง่าย (Rule of Thumb) หนึ่งคำถามควรใช้ตัวอย่างราว 5 ตัวอย่าง ดังนั้นในงานวิจัยนี้ควรเก็บข้อมูลอย่างต่ำ 100 คน นอกจากนี้เพื่อลดความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากตัวอย่าง จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 200 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และกระดาษในการเก็บข้อมูล และส่งแบบสอบถามผ่านทาง E-mail และชุมชนเครือข่ายสังคม Facebook (www.facebook.com) เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2559

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct และปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนทำการลงรหัสข้อมูล และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct

2. การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเพื่อค้นหาอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร เมื่อพิจารณาสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 4 พบว่าเป็นการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการเพื่อทำนายความสัมพันธ์ตามลำดับได้ดังนี้

เมื่อ PT คือ บุคลิกภาพของผู้ใช้งาน

PEOU คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

PE คือ การรับรู้ถึงความสนุกสนาน

a คือ ค่าคงที่

b คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

$$PEOU = a + bPT.....(1)$$

$$PE = a + bPEOU.....(2)$$

และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัว เมื่อพิจารณาสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 3 สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6 พบว่าเป็นการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการเพื่อทำนายความสัมพันธ์ตามลำดับ ได้ดังนี้

- เมื่อ PT คือ บุคลิกภาพของผู้ใช้งาน
PU คือ การรับรู้ถึงประโยชน์
PEOU คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
PE คือ การรับรู้ถึงความสนุกสนาน
WTU คือ การตั้งใจใช้งาน
a คือ ค่าคงที่
b คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

$$PU = a + b_1PT + b_2PEOU.....(3)$$

$$WTU = a + b_1PU + b_2PE.....(4)$$

โดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

3. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

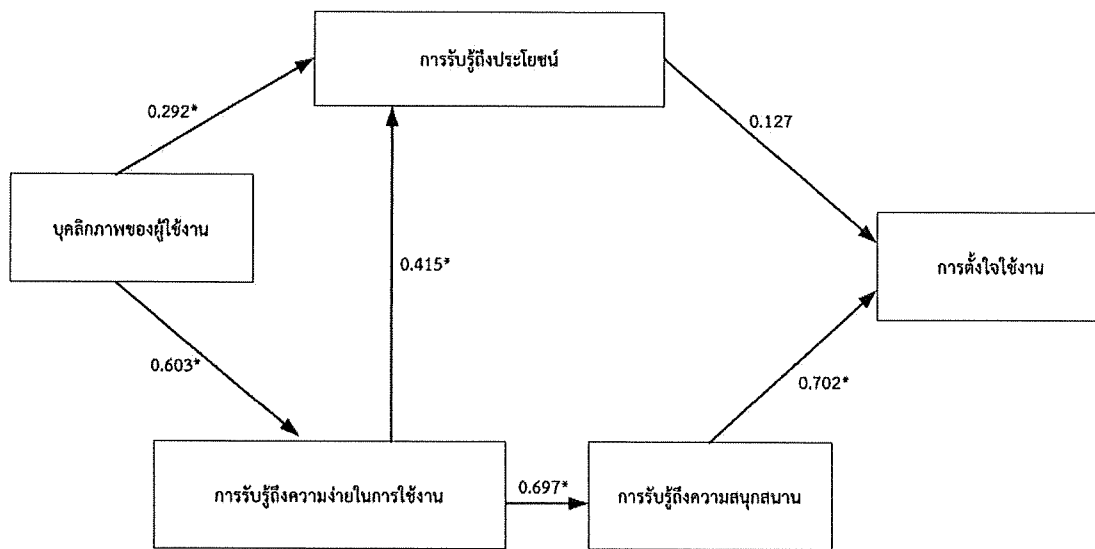
งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค พบว่า ทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ บุคลิกภาพของผู้ใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความสนุกสนาน และการตั้งใจใช้งาน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.50 ช่วงอายุระหว่าง 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคล 5,001-10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 58.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 1 ปี และ น้อยกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 34.50 เท่ากัน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางสมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ 48.00 โดยส่วนใหญ่กลุ่ม

ตัวอย่างใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อความบันเทิง เช่น อ่านนิตยสารและหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 82.00 ตามลำดับ

ข้อมูลทางสถิติของงานวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน
จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยอิทธิพลของบุคลิกภาพ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิธีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า ตัวแปรตามการรับรู้ถึงประโยชน์ มีการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือบุคลิกภาพของผู้ใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.415 และ 0.292 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตัวแปรตามการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่าบุคลิกภาพของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.603 อีกทั้งเมื่อพิจารณาตัวแปรตามการรับรู้ถึงความสนุกสนาน พบว่าตัวแปรอิสระการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความสนุกสนาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.697 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตามสุดท้าย พบว่าตัวแปรอิสระที่ส่งผลอย่างมากต่อการตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ คือ การรับรู้ถึงความสนุกสนาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.702 ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

จากข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H2	บุคลิกภาพของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ยืนยัน
H3	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H4	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความสนุกสนาน	ยืนยัน
H5	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H6	การรับรู้ถึงความสนุกสนานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้งาน	ยืนยัน

อภิปรายผล

บุคลิกภาพของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ (H1) และมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (H2) อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.292 และ 0.603 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากผลการวิจัยในอดีตของ Rosen และ Kluemper (2008) ที่พบว่าบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นคนมีความรับผิดชอบสูง มีจุดหมายมีแบบแผนในการดำเนินชีวิต มีความรอบคอบ เชื่อถือได้ มีแนวโน้มที่จะยอมรับและลองทำสิ่งใหม่ๆ ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้งานวิจัยของ Selamat, Jaffar และ Boon (2009) ยังพบว่าบุคลิกภาพลักษณะนี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการระบบธนาคาร และจากผลการวิจัยในอดีตของ Rosen และ Kluemper (2008) ที่พบว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยตนเองมีแนวโน้มที่จะมองโลกในแง่ดี กระตือรือร้นและมีทัศนคติที่ดี พร้อมทั้งจะลองทำสิ่งต่างๆ โดยบุคลิกลักษณะนี้ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ (H3) และมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความสนุกสนาน (H4) อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่า 0.415 และ 0.697 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) ที่กล่าวไว้ว่าการรับรู้ถึงความง่ายเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการยอมรับระบบนั้นจะล้มเหลวหากผู้ใช้งานไม่รับรู้ถึงประโยชน์

ของระบบ และความสะดวกสบายในการใช้ระบบ นอกจากนี้งานวิจัยของ Rigopoulos และ Askounis (2007) ยังพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานระบบบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บริการและการใช้บริการจริง

การรับรู้ถึงความสนุกสนานมีความสัมพันธ์กับการตั้งใจนำไปใช้งาน (H6) อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.702 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสนับสนุนผลการวิจัยในอดีตที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีต่างๆ กับการรับรู้ถึงความสนุกสนาน โดย Heijden (2000), Selamat, Jaffar และ Boon (2009) ต่างพบว่า การรับรู้ถึงความสนุกสนาน ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตั้งใจใช้คอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ Location-based social networks และ E-reading devices

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งต่อการตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงความสนุกสนานจากการใช้งานมากที่สุด โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ไม่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยที่การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ถึงความสนุกสนาน ส่วนปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานนั้น ส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากกว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน นอกจากนี้ยังเป็นการขยายกรอบทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีไปยังปัจจัยอื่นๆ เช่น การรับรู้ถึงความสนุกสนาน และปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานในบริบทของการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์ของงานวิจัย

ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

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

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

2.1 ผลจากการเก็บข้อมูลพบว่าผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้สมาร์ทโฟน ซึ่งตัวอุปกรณ์ของสมาร์ทโฟนมีขนาดเล็กพกพาได้สะดวก และเป็นการเปิดไฟล์ .pdf ขึ้นมาอ่าน ดังนั้น นักพัฒนาโปรแกรมควรพัฒนาโปรแกรมเกี่ยวกับการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะสำหรับอุปกรณ์เหล่านี้ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ในโปรแกรมที่ใช้ อ่าน การขีดเส้น การคอมเมนต์หรือแคปภาพหรือข้อความในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยสามารถนำผลจากงานวิจัยนี้ ในส่วนของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความสนุกสนาน ไปประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินงานพัฒนาโปรแกรมให้ดีขึ้นต่อไปได้

2.2 ผู้ประกอบการ ผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ และแอปพลิเคชัน สามารถนำผลจากงานวิจัยนี้ในส่วน
ของปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้งานไปวิเคราะห์เพื่อทำการตลาดและพัฒนากลยุทธ์ ให้เหมาะสมกับ
ผู้ใช้งานได้ตรงจุดมากขึ้น โดยเน้นที่บุคลิกภาพของผู้ใช้งาน คือ บุคลิกที่มีลักษณะคนร่าเริง หัวเราะง่าย
ชอบพูดคุยกับคนอื่น ๆ ในงานสังสรรค์ ชอบทำกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น โดยจัดทำโฆษณาให้ผู้ใช้งานเห็นถึงความง่ายใน
การใช้งาน การเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้โดยการจัดโปรโมชั่นดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ให้เกิดการตั้งใจใช้งานหนังสือ
อิเล็กทรอนิกส์

2.3 ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่า แม้ว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะมีมานานกว่า 10 ปีแล้ว แต่ก็ยัง
มีผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 1 ปี เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
อาจมีนโยบายที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้ใช้ที่ไม่สนใจ หรือสนใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์น้อย เพื่อให้
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นที่รู้จักและถูกใช้งานได้กว้างขึ้น

2.4 ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก
รองลงมาคือ การศึกษาหาความรู้ และการทำงาน ตามลำดับ อาจนำมาปรับใช้กับการเรียนการสอน เพื่อให้
นักเรียน นักศึกษา สามารถค้นคว้าหาความรู้และมีช่องทางในการหาข้อมูลจากการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 18-23 ปีเท่านั้น
อิทธิพลของบุคลิกภาพ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง
ในช่วงอายุอื่นๆ อาจเปลี่ยนแปลง และจากการเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์
ในการอ่านนิตยสารเพื่อความบันเทิง โดยใช้สมาร์ตโฟน และคอมพิวเตอร์ ไม่ได้ใช้กับอุปกรณ์สำหรับการอ่าน
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ ซึ่งการไม่ได้ใช้อุปกรณ์ที่ผลิตมาโดยเฉพาะนั้นอาจจะส่งผลต่อการใช้งานได้

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรที่จะนำมาใช้วัดบุคลิกภาพของผู้ใช้งานให้เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการ
การตรวจสอบบุคลิกภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางด้านราคา ทัศนคติของผู้ใช้งาน ปัจจัยทางด้านสังคม
เป็นต้น โดยที่ปัจจัยภายนอกเหล่านี้อาจจะส่งผลต่อการเลือกใช้งานเทคโนโลยี
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นอาจขยายผลไปศึกษาถึงกลุ่มของผู้ใช้งานหนังสือ
อิเล็กทรอนิกส์ในช่วงอายุอื่นๆ ด้วย เพราะช่วงอายุที่ต่างกันอาจให้ผลงานวิจัยที่แตกต่างไปจากเดิม
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆ สำหรับผู้ใช้งานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กานต์ จันทร์แดง. (2556). “การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง การอ่านออกเสียง สำหรับนักเรียน
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีความสามารถในการอ่านต่ำ, โรงเรียนเทศบาล 4 (รัตนโกสินทร์ 200 ปี)
จังหวัดนครพนม.” Veridian E-Journal, Silpakorn University 6, 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม):
273-286.
- จรัสสม ปานบุตร. (2557). “การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียง
ภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านหนองเค็ด.” Veridian E-Journal,
Silpakorn University 7, 3 (กันยายน – ธันวาคม): 175-190.
- ศิริพร บุญเรือง. (2556). “การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องการอ่านจับใจความของนักเรียนชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดดอนหวาย (นครรัฐประสาท).” Veridian E-Journal, Silpakorn
University 6, 1 (มกราคม – เมษายน): 770-781.

ภาษาต่างประเทศ

- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior.
Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Agarwal, R. and Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: cognitive
absorption and beliefs about information technology usage. MIS Quarterly, 23(4).
665-693.
- 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. and Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology:
a comparison of two theoretical models. Management Science, 35(8). 982-1003.
- Doll, J. and Ajzen, I. (1992). Accessibility and stability of predictors in the theory of planned
behavior. Journal of Personality and Social Psychology, 65(5). 754-765.
- Gong, M., Xu, Y. and Yu, Y. (2004). An enhanced technology acceptance model for web-based
learning. Journal of Information Systems Education, 15(4). 365-373.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (1998). Construct Validity
and Reliability. Retrieved August 31, 2018 from [http://wallaby.vu.edu.au/adt-
VVUT/uploads/approved/adtVVUT20080416.115505/public/05Chapter4.pdf](http://wallaby.vu.edu.au/adt-VVUT/uploads/approved/adtVVUT20080416.115505/public/05Chapter4.pdf).
- Heijden, V.D. (2000). E-TAM: a revision of the technology acceptance model to explain web
site revisits. Research memorandum, Vrije Universiteit, Amsterdam, September.

- Korukonda, A.R. (2007). Differences that do matter: A dialectic analysis of individual characteristics and personality dimensions contributing to computer anxiety. *Computers in Human Behavior*, 23. 1921-1942.
- Lee, M. K., Cheung, C. M. and Chen, Z. (2005). Acceptance of Internet-based learning medium: The role of extrinsic and intrinsic motivation. *Information and Management*, 42(8). 1095-1104.
- McCrae, R. and Costa, P. (1997). Personality trait structures as a human universal. *American Psychologist*, 52. 509-516.
- Rigopoulos, G. and 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. and Kluemper, D.H. (2008). Impact of Big Five Personality Traits on Social Networking. *AMCIS. AIS Electronic Library*.
- Salamat Z., Jaffar N. and Boon O.H. (2009). Technology Acceptance in Malaysian Banking Industry. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 17. 143-155.
- 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., et al. (2003). User acceptance of information technology: toward a unifying theory. *MIS Quarterly*, 27(3). 425-479.
- 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.
- Victoria Ho. (2013). Thai E-book Provider Ookbee Adds 6,000 New Users Each Day. Retrieved on December 1, 2017 from <https://techcrunch.com/2013/03/05/thai-e-book-provider-ookbee-adds-6000-new-users-each-day>.