

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคชาวไทย

FACTOR AFFECTING THE ACCEPTANCE TO INNOVATIVE ELECTRONIC BOOK OF THAI CONSUMERS

วราพิน งามไฉ่น

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Email : vlapin@outlook.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เคยใช้หรือรู้จักหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และเพื่อศึกษาองค์ประกอบของการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 322 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับอายุอยู่ที่ 20-29 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่เคยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มาก่อน โดยใช้งานเวลาอยู่ที่บ้าน มีระยะเวลาในการใช้งานอยู่ที่ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน จากการวัดระดับการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก และการวัดระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมอยู่ในระดับที่มากเช่นกัน ผลของการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และองค์ประกอบการรับรู้มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับนวัตกรรม องค์ประกอบการรับรู้

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the influence of demographic factor of people who had used or known about electronic books (e-books) on their innovation acceptance, and 2) to study the influence factors of perceptual components on innovation acceptance of e-books. The sample group in this study included 322 Thai consumers who had used or known about e-books, selected by using the convenience sampling method. Questionnaires were used as the data collection tool. The statistical data analysis was conduct by using the descriptive statistics including frequencies, mean, percentage, and standard deviation, and the inferential statistics including t-test, one-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

Demographic data showed that the majority of the sample was female, aged 20-29 years old, students, had a master's degree or its equivalent, an average monthly income of THB 10,000 or less. The majority of the samples had used e-books before. They usually used it at home for about 2-3 hours per day. It was found that the overall levels of their perception of e-books and innovation acceptance of e-books were high. The result from the hypothesis testing revealed that demographic factor had an influence on people's innovation acceptance of e-books. In addition, the perceptual components also had an influence on their innovation acceptance of e-books were familiar with the e-book, significant at 0.05 level.

Keywords : Electronic Books, Innovation Acceptance, Perceptual Components

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้สิ่งแวดล้อมรอบตัวต่างครอบคลุมด้วยเทคโนโลยีทั้งสิ้น ส่งผลให้การดำเนินชีวิตของผู้คนนั้นเปลี่ยนแปลงไป โดยได้รับผลจากปัจจัยมากมาย อาทิ เช่น มีการขยายพื้นที่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่ม ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชาชนเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทกับธุรกิจในด้านต่างๆ ทั้ง การศึกษา การเงิน ธนาคาร ส่งผลให้ธุรกิจแต่ละธุรกิจต่างต้องปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน และหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเติบโตของเทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในที่นี้ คือ ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ จัดเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญ เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์นั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันและในธุรกิจหลายๆ ด้าน โชคดี เลียวพานิช (2553) ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้ามากขึ้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทำให้ผู้คนสามารถบริโภคข่าวสารที่แตกต่างไปจากเดิม มีการปรับตัวจากการบริโภคหนังสือพิมพ์กระดาษ นิติสารสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นเว็บไซต์ รูปแบบดิจิทัลซึ่งมีคุณสมบัติที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรีและกลยุทธ์ต่างๆ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการข้อมูลข่าวสารด้วยความสะดวกสบายและรวดเร็วผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ท่ามกลางชีวิตที่รีบเร่งในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ นิติสารยังมีแนวโน้มได้รับความนิยมและมีความพร้อมในการก้าวสู่การเป็นนิติสารดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต ธรรมยุทธิ์ จันทรทิพย์ และ ดวงลาภ เปี่ยมอยู่สุข (2555) โดยอ้างอิงจากข่าวข้อมูลของนิติสาร Business week ที่ยอดขายของนิติสารสหรัฐ

รูปเล่มนั้นลดลง ในทางกลับกันเว็บ Amazon.com ซึ่งเป็นเว็บอีคอมเมิร์ซ มียอดขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากกว่ายอดขายของหนังสือรูปแบบกระดาษ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ประสบกับปัญหาช่วงกลางของการถูกการบริโภคข่าวสารแบบดิจิทัลมาแทนที่ จึงทำให้เริ่มปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจืองศ์ (2555) ถึงแม้ว่าหากมองในด้านการเงินการลงทุนในรูปแบบดิจิทัลในระยะสั้นนั้นอาจจะไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ที่อาจต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง แต่หากมองถึงผลลัพธ์ระยะยาวนั้นจะกลายเป็นผลดีต่อธุรกิจ ซึ่งจะคล้ายกับธุรกิจค่ายเพลงต่างๆ ในอดีต ที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบดิจิทัลในเริ่มแรกนั้น อาจจะยังไม่เห็นผลในทันที แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยีและยอมรับในสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ซึ่งทางผู้ประกอบการต้องดำเนินการสนับสนุนสร้างความเข้าใจและความคุ้นเคยให้กับผู้บริโภคไปพร้อมกับระยะเวลาในการยอมรับความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

จากการค้นคว้าศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่ายังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จะมีงานที่ให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่บ้าง อาทิ งานวิจัยของสุรพงษ์ ทวีวัฒน์ (2547) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และการศึกษาของสุภัทรชัย ครุฑปกชี และดารณี พิมพ์ช่างทอง (2553) ได้ศึกษาถึงปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมและองค์ประกอบเกี่ยวกับการรับรู้ที่มี

อิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
ในจังหวัดปทุมธานี จึงเห็นได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับประเด็น
ที่เกี่ยวข้องกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ค่อนข้างจะแปลกใหม่
ในสังคมไทยปัจจุบัน จะเป็นการเพิ่มความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ
การยอมรับนวัตกรรมในประเทศไทยให้มากขึ้นได้เช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของการ
รับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
(E-book) เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการทำการกิจสื่อสิ่งพิมพ์
แบบระบบดิจิทัลและเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้
สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบในการวางแผนธุรกิจได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการ
ยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบการรับรู้ที่มี
ต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)
3. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสือ
อิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ประกอบด้วย

1. ตัวแปรต้น ได้แก่
 - 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ
ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
 - 1.2 องค์ประกอบการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์
(E-book) ได้แก่ องค์ประกอบอันเนื่องมาจาก
สิ่งเร้าและองค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล
2. ตัวแปรตาม การยอมรับนวัตกรรมหนังสือ
อิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ได้แก่ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ
ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้
และการสังเกตเห็นผลได้

สมมติฐาน

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
มีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)
ที่แตกต่างกัน
2. องค์ประกอบการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)
ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)
ของผู้บริโภคชาวไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

ทฤษฎีของ Everette M. Rogers (1983) ได้ให้
ความหมายของ นวัตกรรม (Innovation) ว่า นวัตกรรม คือ
ความคิด การกระทำหรือวัตถุใหม่ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ๆ
ด้วยตัวบุคคลแต่ละบุคคลหรือหน่วยอื่นๆ ของการยอมรับใน
สังคม

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับยอมรับนวัตกรรมหนังสือ
อิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ
นวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 5 ประการ จากทฤษฎีของ
Roger 1994 อ้างอิงถึงใน สุรพงษ์ ทวีวัฒน์, 2547 คือ

1. ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) สามารถรับรู้ได้ว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรมดี
กว่าวิธีการปฏิบัติแบบเดิม เช่น สะดวกกว่า รวดเร็วกว่า มีผล
ตอบแทนที่ดีกว่า เป็นต้น เมื่อเห็นว่ามีประโยชน์มากกว่าจะ
ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมมากขึ้น

2. ความเข้ากันได้ (Compatibility) ผู้รับนวัตกรรม
รู้สึกถึงการเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม ถ้านวัตกรรมใด
สอดคล้องกับแนวความคิดเดิมจะทำให้ผู้ยอมรับรู้สึกมั่นใจใน
สิ่งใหม่และเกิดการยอมรับมากขึ้น

3. ความสลับซับซ้อน (Complexity) นวัตกรรม
ที่มีความสลับซับซ้อนมาก จะทำให้เกิดการยอมรับน้อยลง
เมื่อนำมาใช้และมีความยุ่งยากเกิดขึ้นจะทำให้เกิดความ
รู้สึกต่อต้านนวัตกรรมนั้น ดังนั้นการนำนวัตกรรมมาใช้จึงมี
ความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับการยอมรับ ถ้านวัตกรรม
มีความสลับซับซ้อนมากการยอมรับก็จะลดน้อยลง และเมื่อ
นวัตกรรมมีความสลับซับซ้อนน้อยก็จะทำให้เกิดการยอมรับ
มากขึ้นในทางตรงกันข้ามเช่นกัน

4. สามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) การ
นำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในระยะเวลานาน เมื่อนำไป
ทดลองใช้แล้วประสบความสำเร็จตามที่ต้องการก็จะทำให้เกิด
การยอมรับในนวัตกรรมมากขึ้น

5. การสังเกตเห็นผลได้ (Observability) ผลของ
นวัตกรรมสามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ทำให้เกิดการยอมรับ
ได้มากกว่าผลที่เป็นนามธรรม

2. ลักษณะประชากรศาสตร์

ทฤษฎีประชากรศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร คำว่า “Demo” หมายถึง “People” แปลว่า ประชาชน หรือ ประชากร “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” แปลว่า ลักษณะ ดังนั้น Demography จะมีความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวข้องกับประชากร ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม เช่น อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ เป็นต้น กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

จากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี นายสุภัทรชัย ครุฑปักชี และดร.ดารณี พิมพ์ช่วงทอง (2553) งานวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยทั่วไปที่มีผลต่อองค์ประกอบเกี่ยวกับการเรียนรู้ และเพื่อศึกษาองค์ประกอบเกี่ยวกับการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่าปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) คือ อายุ มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างเรื่องความคิดและระดับการศึกษาที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน ในกรณีศึกษาการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ของภาสกร เงินเจริญกุล (2548) จากการศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม คือ ปัจจัยทางด้านเพศ ปัจจัยทางด้านระดับรายได้ ปัจจัยทางด้านความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์และปัจจัยทางด้านความรู้เกี่ยวกับระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

4. ทฤษฎีองค์ประกอบการเรียนรู้

ความหมายของการรับรู้ (ทฤษฎีการเรียนรู้ Quinn (1985)) การรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล

องค์ประกอบของการรับรู้

การรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และเป็นสิ่งที่เลือกสรร (Perception is selective) การเลือกสรรการรับรู้ขึ้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ Quinn (1985) คือ

1. องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า ลักษณะของสิ่งเร้าทำให้เรารับรู้ได้ทันที หรือเป็นสิ่งเร้าที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี มีลักษณะดังต่อไปนี้

1.1 ความเข้มและขนาด เช่น เสียงที่ดังกว่าทำให้เราเลือกรับรู้ได้ดีกว่าเสียงเบากว่า ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ

1.2 ความผิดแผกกัน เช่น ตัวหนังสือเอียงหรือขีดเส้นใต้ ทำให้เราสามารถเลือกรับรู้ในสิ่งที่แตกต่างได้มากกว่าปกติ

1.3 การกระทำซ้ำ การย้ำทำเรื่อยๆ ทำให้สามารถรับรู้สิ่งต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น

1.4 ความเคลื่อนไหว สิ่งเร้าที่มีความเคลื่อนไหวสามารถดึงดูดให้เกิดการรับรู้ได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่อยู่นิ่ง

1.5 ความแปลกใหม่ ความสนใจของบุคคลจะเกิดการเปลี่ยนแปลงเมื่อพบกับสิ่งเร้าที่มีความแปลกใหม่

1.6 อิทธิพลจากสังคม เป็นการใช้บุคคลหรือสิ่งของที่มีอิทธิพลทางสังคมต่อการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และความสนใจ

2. องค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล ประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ

2.1 องค์ประกอบด้านสรีระ อวัยวะในการรับสัมผัสรวมทั้งสภาพร่างกายของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างและข้อจำกัดในการรับรู้และตอบสนองต่อสิ่งเร้าทุกชนิด

2.2 องค์ประกอบทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย

- ความสนใจ หมายถึง การเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนเองให้ความสนใจทำให้เกิดการยอมรับในนวัตกรรมนั้น

- ความคาดหวัง หมายถึง เมื่อคาดหวังในสิ่งใด การรับรู้จะเป็นไปตามที่คาดหวังเช่นกัน หากนวัตกรรมนั้นตรงกับสิ่งที่บุคคลคาดหวัง จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม

- ความต้องการ หมายถึง เมื่อคนเราต้องการในสิ่งใด การรับรู้ก็จะเป็นไปตามความต้องการนั้น หากนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่บุคคลต้องการ จะทำให้เกิดการยอมรับในนวัตกรรมนั้นมากขึ้น

- การเห็นคุณค่า หมายถึง การรับรู้ขึ้นขึ้นอยู่กับการเห็นคุณค่าในสิ่งนั้น หากรับรู้ถึงคุณค่าในนวัตกรรมนั้นส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมมากขึ้น

5. ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

- ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี โดยนายสุภัทรชัย ครุฑปักซี่ (2553) ได้อภิปรายผลการวิจัยไว้ ดังนี้

- ผลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการรับรู้อันเนื่องมาจากสิ่งเร้า จำนวนสาขาของธนาคารที่ให้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ระบบมากที่สุด ซึ่งตรงตามทฤษฎีการรับรู้ว่าด้วยลักษณะความเข้มและขนาดที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดการรับรู้ได้มากกว่า

- ผลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล โดยการเห็นคุณค่าที่ได้รับจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีมากกว่าระบบดั้งเดิม ส่งผลให้ตัดสินใจเลือกใช้ระบบมากที่สุด ซึ่งตรงกับองค์ประกอบด้านจิตวิทยาในเรื่องการเห็นคุณค่าทำให้เกิดการรับรู้ขึ้น

- องค์ประกอบของการรับรู้มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในทุกๆด้าน โดยด้านการสังเกตเห็นผลได้ (Observability) นั้นมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคว่าบุคคลที่มีลักษณะเช่นใดจึงมีการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) มากหรือน้อยกว่ากัน เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

2. เพื่อใช้ความรู้และผลจากการศึกษาขององค์ประกอบการรับรู้มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

3. ผลการศึกษาสามารถช่วยสนับสนุนความรู้พื้นฐานในการทำธุรกิจสิ่งพิมพ์รูปแบบออนไลน์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย
การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนชาวไทย

ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและหญิง เป็นประชากรที่เคยใช้หรือเคยรู้จักหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากทฤษฎีของ Hair JF. 1998 อ้างอิงถึงใน จรณิต แก้วกังวาล และประตাপ สิงหิวนนท์, 2554, หน้า 128 ซึ่งระบุว่าการศึกษาต้องมีตัวอย่างอย่างน้อย 20 คนต่อ 1 ตัวแปร จากการทำการศึกษาวิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ 11 ตัว คือ 20×11 เท่ากับ 220 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยส่งผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดและได้กลุ่มตัวอย่างมาทั้งสิ้นจำนวน 322 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยการออกแบบสอบถามแจกตามสถานที่ต่างๆ และแบบสอบถามออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย ตามพื้นที่ในอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ facebook.com และ www.pantip.com

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ จำนวน 5 ข้อ และพฤติกรรมการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จำนวน 4 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประเมินคำตอบ โดยเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว คำถามทั้งหมดมีทั้งสิ้น 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประเมินคำตอบ โดยเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว คำถามทั้งหมดมีทั้งสิ้น 10 ข้อ โดยในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 มีการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยการสร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้ ชั่วพลว เรื่องประพันธ์ (2539) โดย 5 หมายถึง ปัจจัยมีอิทธิพลมากที่สุด ไปถึง 1 หมายถึง ปัจจัยมีอิทธิพลน้อยที่สุด

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไขคำถามของแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่าง การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลจากการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของคำถามแบบสอบถาม 30 ชุดนั้น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.553-0.828 หลังจากตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นได้มีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อคำถามบางข้อก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง 322 ชุด โดยผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.767-0.891 ซึ่งสรุปผลจากการตรวจสอบได้ว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยใช้สำหรับการอธิบายผลของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1.1 ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พฤติกรรมการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยสถิติที่ใช้ในการวัดตัวแปรเชิงคุณภาพประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และจำนวนร้อยละ ของตัวอย่าง

1.2 ตัวแปรด้านระดับทัศนคติ ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale ที่แบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประเมินคำตอบ (Rating Scale Questions) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนให้กับระดับของคำตอบโดยเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว ซึ่งทางผู้วิจัยต้องการทราบลักษณะจำนวนของตัวอย่างและค่าเฉลี่ยของคะแนนระดับความคิดเห็น สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย จำนวนร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยใช้สำหรับการอธิบายผลของการศึกษาวิจัย ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยสถิติ t (t-test) และวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

2.2 การวิเคราะห์ระดับองค์ประกอบการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการศึกษาวิจัย

ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง 322 คน จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับอายุอยู่ที่ 20-29 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) มาก่อน โดยใช้งานเวลาอยู่ที่บ้าน มีระยะเวลาในการใช้งานอยู่ที่ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน ในขณะที่ผู้ไม่เคยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) เนื่องจากไม่สะดวกในการใช้งานและไม่ชอบใช้งานผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลด้านระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายองค์ประกอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ในด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความสลับซับซ้อนน้อย (Complexity) สามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) และการสังเกตเห็นผลได้ (Observability) อยู่ในระดับมาก

ข้อมูลด้านระดับการรับรู้ของผู้ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จากการศึกษพบว่า ความคิดเห็นโดยรวมขององค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและองค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จากผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์สถิติ t (t-test) พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยเพศชายมีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) มากกว่าเพศหญิงและการใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่าอายุมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี มีระดับการยอมรับมากกว่ากลุ่มอายุ 20–29 ปี และ 30–39 ปี ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มน้อยกว่าปริญญาตรี มีระดับการยอมรับมากกว่ากลุ่มปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และด้านอาชีพมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักเรียน / นักศึกษามีระดับการยอมรับมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ในขณะที่รายได้ต่อเดือนมีระดับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการศึกษารูปได้ว่าสอดคล้องกับสมมติฐานตามที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลขององค์ประกอบของการรับรู้ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จากผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) พบว่าองค์ประกอบของการรับรู้อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและองค์ประกอบของการรับรู้อันเนื่องมาจากบุคคลมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่าการรับรู้ถึงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากจะส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์และองค์ประกอบของการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ซึ่งตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) พบว่าปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) คือ ปัจจัยทางด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัทรชัย ครุฑปักชี (2553) ที่ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่าอายุและระดับการศึกษามีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยของภาสกร เจริญกุล (2548) ที่ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและงานวิจัยของกฤษฎา หวังศิริ (2553) ที่ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมของสมุดหน้าเหลืองของผู้ใช้โทรศัพท์ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กรณีศึกษา บริษัท เทเล อินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) พบว่าอาชีพมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมสมุดหน้าเหลือง

อย่างไรก็ตามการศึกษานี้พบว่าด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อาจมีสาเหตุจากความต้องการใช้งานมากเพื่อความสะดวกสบาย โดยราคาไม่แตกต่างจากหนังสือรูปแบบกระดาษมากนักและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) บางเรื่องอาจมีโปรโมชั่นการลดราคาหรือการเปิดให้ทดลองใช้งานได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย จึงส่งผลให้ระดับรายได้ไม่มีความแตกต่างกันมาก

2. ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการรับรู้กับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) พบว่าองค์ประกอบของการรับรู้อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและอันเนื่องมาจากบุคคลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยของนายสุภัทรชัย ครุฑปักชี

(2553) ที่วิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่าจำนวนสาขาของธนาคารที่ให้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ระบบมากที่สุด ซึ่งตรงตามทฤษฎีการเรียนรู้ Quinn (1985) ว่าด้วยลักษณะความเข้มและขนาดที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดการเรียนรู้ได้มากกว่า การเห็นคุณค่าที่ได้รับจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีมากกว่าระบบดั้งเดิม ส่งผลให้ตัดสินใจเลือกใช้ระบบมากที่สุด ซึ่งตรงกับองค์ประกอบด้านจิตวิทยาในเรื่องการเห็นคุณค่าทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น องค์ประกอบของการรับรู้มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน โดยด้านการสังเกตเห็นผลได้ (Observability) ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์สามารถนำไปประกอบกับการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด 4P ช่วยวางแผนการสร้างประเภทของผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยพบว่าเพศชายให้ความสนใจในหนังสือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) มากกว่าเพศหญิง รวมถึงนักเรียนและนักศึกษาในระดับปริญญาตรีซึ่งเป็นผู้มีแนวโน้มเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการวางแผนทางการตลาดควรดำเนินการให้สอดคล้องกับกลุ่มคนดังกล่าวนี้ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ได้ง่ายมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

2. จากการสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ใช้งานเนื่องมาจากไม่ชอบใช้งานผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์และรู้สึกว่าการใช้งานผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ไม่สะดวก ซึ่งทางผู้ให้บริการต้องหาวิธีการปรับปรุงแก้ไขเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสามารถในการใช้งานได้ง่ายและพัฒนาเทคโนโลยีที่ไม่สร้างภาระต่อร่างกายผู้บริโภค

3. จากการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามบางรายยังมีความชอบใช้งานหนังสือรูปแบบกระดาษและไม่เคยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ทางผู้ให้บริการต้องนำเสนอ

ให้ทดลองใช้งานสินค้าเพื่อสร้างความรู้จักและคุ้นเคยกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) โดยอาจมีการส่งเสริมโปรโมชั่น โฆษณาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับความแตกต่างระดับของอายุที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) เนื่องจากระดับอายุอาจมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกัน

2. ควรศึกษาจากผู้บริโภคหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ตามร้านที่ให้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อาทิเช่น หนังสือออนไลน์ App store ต่างๆ เพื่อทราบถึงประเภทและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา หวังศิริ. 2553. การยอมรับนวัตกรรมของสมุดหน้าเหลืองของผู้ใช้โทรศัพท์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษาบริษัท เทเล อินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กอบกาญจน์ เจริญทอง. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม.
- คณิศร ปลุกจิตรสม. 2551. ความเร็วในการยอมรับนวัตกรรมขององค์กร : กรณีศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ ความเร็วในการยอมรับระบบ SAP ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. ค้นจาก <http://www.research.rmutt.ac.th/archives/3178>.
- จงจินต จิตรแจ้ง. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภค กับผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษา : ผลลัพธ์เพื่อสุขภาพและความงาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จรณิต แก้วกั้ววาล และ ประดาป สิงหวิวานนท์. 2554. ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยทางคลินิก. พรณิ ปิตุสทธิธรรม (บรรณาธิการ), ตำราการวิจัยทางคลินิก. 128. กรุงเทพฯ: คณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล.

ซัชวาล เรื่องประพันธ์. 2539. สถิติพื้นฐาน : พร้อมตัวอย่าง
การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม MINITAB SPSS/PC+
และ SAS. คลังนานาวิทยา.

โชคดี เลี้ยวพานิช. 2553. Ebook ความท้าทายที่รออยู่.
Innomag Magazine. 37(213) : 41-44.

ธรรมยุทธิจันทร์ทิพย์ และ ดวงลาภ เปี่ยมอยู่สุข. 2555. พัฒนา
การและแนวโน้มของนิตยสารในยุค เทคโนโลยี
สารสนเทศ. วารสารนักบริหาร. 32(4) : 109-115.

ภาสกร เงินเจริญกุล. 2548. การยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร.
สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

สุภัทรชัย ครุฑปักซี่ และดารณี พิมพ์ข้างทอง. 2553. ปัจจัย
ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุรพงษ์ ทวีวัฒน์. 2547. พฤติกรรมและการยอมรับนวัตกรรม
ธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา
บมจ. ธนาคารกสิกรไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี.

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. 2555. ดิจิทัล แมกกาซีน ตัวหนังสือ
มีชีวิต: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และนักอ่าน.
วารสารนักบริหาร. 32(4): 25-31.

อรทัย เลื่อนวัน. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี
สารสนเทศ : กรณีศึกษากรมการพัฒนาชุมชนศูนย์
ราชการแจ้งวัฒนะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Quinn, K. A., Macrae, C. N., & Bodenhausen, G. V. 2003.
Stereotyping and Impression Formation: How
Categorical Thinking Shapes Person Perception.
Thousand Oaks CA: Sage Publications.