

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในการใช้บริการ
แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล
ELECTRONIC SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, AND SERVICE SATISFACTION OF
DIGITAL COMICS APPLICATIONS

พิมพูนุสร ทวีพัฒนานนท์¹ และ ศุภิญญา ญาณสมบุญ²
Pimnusorn Taweewattananon¹ and Supinya Yansomboon²

Email: pimnusorn.taweewattananon@g.swu.ac.th, supinyad@g.swu.ac.th

¹นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร 10110

Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110 Thailand

*corresponding author E-mail: pimnusorn.taweewattananon@g.swu.ac.th

Received: ...October 11, 2022.... Revised:October 11, 2022.....Accepted:November 7, 2022.....

ABSTRACT

This research aimed to study the e-service quality and perceived value affecting the satisfaction of digital comics applications. The sample group consisted of four hundred service users who currently use or have previously used digital comics applications. The questionnaires were used for data collection. The statistics for analysis included percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the hypothesis testing were as follows: the e-service quality in aspects of efficiency, fulfillment, system availability, and privacy affecting the satisfaction of digital comics applications and could be explained by adjusted R² was 38.1%. The perceived value in functional, emotional, and social aspects affects the satisfaction of digital comics applications and could be explained by adjusted R² was 52.2%.

Keywords: E-Service Quality, Perceived Value, Service Satisfaction, Digital Comics Applications

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และการรับรู้คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้หรือเคยใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล สามารถอธิบายได้ร้อยละ 38.1 และการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล สามารถอธิบายได้ร้อยละ 52.2

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์, การรับรู้คุณค่า, ความพึงพอใจในการใช้บริการ, แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

1. บทนำ

ในยุคดิจิทัลซึ่งเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อมนุษย์มากยิ่งขึ้น เป็นผลให้การดำเนินชีวิตเกิดการปรับเปลี่ยนทั้งในด้านการสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านความบันเทิง หรืออื่น ๆ โดยมนุษย์ในยุคดิจิทัลนิยมหันไปรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อที่กว้างขวาง รวดเร็ว และสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจของ DataReportal [1] พบว่า แนวโน้มการใช้โทรศัพท์มือถือมีสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยในเดือนมกราคม ปี 2564 มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือกว่า 5.22 พันล้านคนทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ 66.6 ของประชากรบนโลก ซึ่งเติบโตขึ้นจากปี 2563 ถึงร้อยละ 1.8 หรือ 93 ล้านคน และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทั่วโลกกว่า 4.66 พันล้านคน ซึ่งเติบโตขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 7.3 หรือ 316 ล้านคน และผู้ใช้สื่อสังคมหรือ Social Media มากถึง 4.2 พันล้าน เติบโตขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 13 หรือ 490 ล้านคน นอกจากนี้ยังพบว่า คนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับที่ 16 ของโลก จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีความแพร่หลายเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวไปตามกระแสในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

แอปพลิเคชันซึ่งออกแบบมาสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ นั้นกลายเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากหลากหลายธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจให้ความบันเทิงอย่างธุรกิจนิตยสารการ์ตูนจึงหันมาทำธุรกิจผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้นเช่นกัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล โดยในประเทศไทยมีแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเปิดให้บริการอยู่อย่างหลากหลาย เช่น LINE Webtoon, Comico, WeComics TH, Manga Plus, Vibulkij, KAKAO Webtoon เป็นต้น ซึ่งธุรกิจแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตเป็นอย่างมากในประเทศไทย จากผลสำรวจโดยสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ [2] ที่ได้สำรวจการอ่านของคนไทยในปี 2558 พบว่าคนไทยอ่านผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 54.9 อ่านหนังสือกระดาษถึงร้อยละ 96.1 ในขณะที่ปี 2561 พบว่าคนไทยอ่านจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 75.4 อ่านผ่านหนังสือกระดาษร้อยละ 88 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการอ่านหนังสือกระดาษของคนไทยลดลงในขณะที่การอ่านผ่านสื่อเติบโตยิ่งขึ้น นอกจากนี้ Statista [3] ยังสำรวจพบว่า ประเทศไทยติดอันดับที่ 5 ของโลกในการนำเข้าการ์ตูนดิจิทัลจากประเทศเกาหลีใต้ รวมถึง Semrush [4] สำรวจพบว่า ประเทศไทยมีการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลอย่าง Webtoon เป็นอันดับที่ 2 ในเอเชีย และมีการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลในปี 2563 เฉลี่ยสูงขึ้นจากปี 2562 ถึง 27% โดยใช้เวลาอ่านเฉลี่ยอย่างน้อย 20 นาที อีกทั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [5] ได้สำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2563 พบว่า คนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตไปกับการอ่านข่าว บทความ หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ถึง 64.2% จากผลสำรวจดังกล่าวจะเห็นได้ว่ามีการใช้แอปพลิเคชันอย่างแพร่หลายมากในประเทศไทย

แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมากให้ผู้ใช้บริการได้เลือกใช้ นักอ่านการ์ตูนหลายคนเริ่มหันมาใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลแทนการอ่านการ์ตูนแบบสิ่งพิมพ์มากขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งผู้ใช้บริการแต่ละคนมีทางเลือกใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลที่ไม่เหมือนกัน ทำให้กลยุทธ์ในการแข่งขันมีความจำเป็นอย่างมากต่อแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ดึงดูดผู้ใช้บริการให้เข้ามาใช้งานมากยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มอัตราการใช้งานและรายได้ของแอปพลิเคชันอีกด้วย

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นการใช้ช่องทางออนไลน์ในการอำนวยความสะดวกด้านการซื้อขาย และการส่งมอบบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล [6] และ Santos (2003) อ้างถึงใน Lee and Lin [7] ได้กล่าวว่า การบริการทาง

ออนไลน์นั้นสามารถเปรียบเทียบกันได้ง่าย ดังนั้นคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการบริการทางออนไลน์ อีกทั้งความพึงพอใจยังขึ้นอยู่กับการรับรู้คุณค่า โดยสามารถเพิ่มความพึงพอใจได้โดยการทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้คุณค่า [8] ซึ่งการรับรู้คุณค่านั้นเป็นมาตรวัดที่น่าเชื่อถือในสถานการณ์ที่หลากหลาย ทั้งในสถานการณ์ก่อนและหลังการใช้บริการ [9]

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman et al. [6] ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ ด้านความเป็นส่วนตัว และแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของ Sweeny and Soutar [9] ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ ด้านสังคม การศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเพื่อนำข้อมูลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน และกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน รวมถึงเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานของนักเขียนการ์ตูนที่เผยแพร่ผลงานผ่านแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

3. สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล
2. การรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

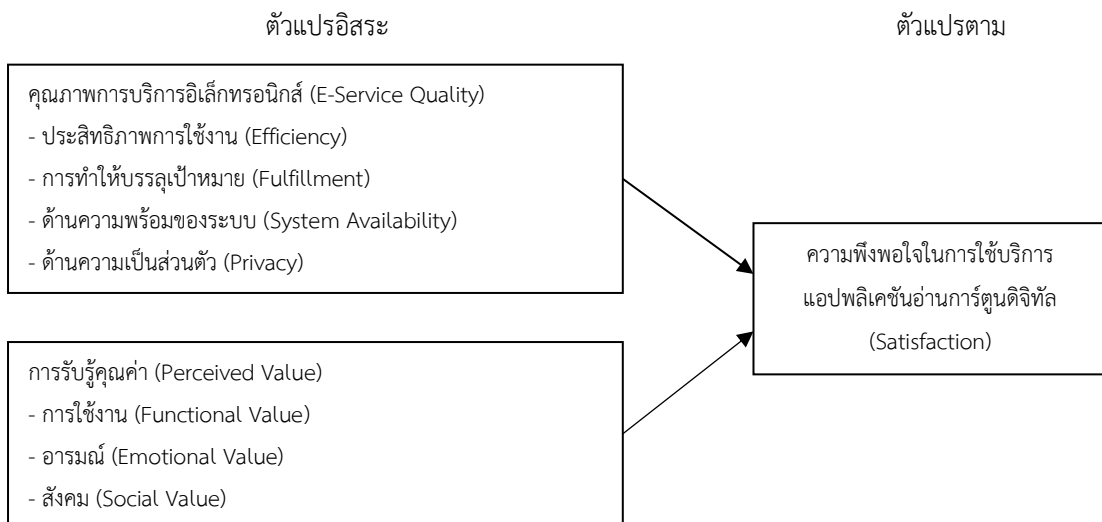
ผู้วิจัยสร้างกรอบแนวคิดมาจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ดังนี้

4.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ โดย Parasuraman et al. [6] ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และพัฒนา E-S-QUAL ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพการใช้งาน (Efficiency) หมายถึง การเข้าถึงและใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างสะดวก ง่าย และรวดเร็ว 2) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) หมายถึง การดำเนินการได้ตามที่ได้สัญญาไว้ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ 3) ความพร้อมของระบบ (System Availability) หมายถึง ระบบสามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และแม่นยำ 4) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้บริการ

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า โดย Sweeny and Soutar [9] ได้ศึกษาการรับรู้คุณค่าที่สามารถนำไปใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลาย และนำเสนอโมเดล PERVAL ซึ่งประกอบด้วยมิติการรับรู้คุณค่าทั้ง 3 มิติ ได้แก่ 1) ด้านการใช้งาน (Functional Value) หมายถึง อรรถประโยชน์ที่ได้มาจากการรับรู้คุณภาพ และประสิทธิภาพที่คาดหวังเอาไว้จากสินค้าหรือบริการ รวมถึงด้านค่าใช้จ่าย 2) ด้านอารมณ์ (Emotional Value) หมายถึง อรรถประโยชน์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกหรือสภาวะ

ทางอารมณ์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ 3) ด้านสังคม (Social Value) หมายถึง อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากความสามารถของสินค้าหรือบริการที่ส่งเสริมแนวทางในสังคมของผู้บริโภค

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ [10] กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีต่อการใช้บริการ (Delone & Mclean, 2003 อ้างถึงใน ชุตติกาญจน์ ศิริวิมลวรรณ และคณะ, 2562) [11] และ Koller and Keller [12] กล่าวว่า การสำรวจเป็นระยะ ๆ สามารถติดตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้โดยตรง และการถามคำถามเพิ่มเติมเพื่อวัดความตั้งใจในการซื้อซ้ำ และความตั้งใจที่จะแนะนำบริษัทและตราสินค้าให้คนอื่น รวมถึงการออกแบบคำถามอย่างเหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็นในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้หรือเคยใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยวิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งคำนวณได้ 384 ราย และเพื่อให้วิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างเพื่อสำรองเพิ่มขึ้นอีก 16 ราย รวมเป็น 400 ราย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามด้วย Google form แล้วแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ Twitter, Line Openchat และ Facebook Group ที่เกี่ยวข้องกับการอ่านการ์ตูน

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีคำถามรวมทั้งสิ้น 15 ข้อ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว

แบบสอบถามส่วนที่ 3 การรับรู้คุณค่า มีคำถามรวมทั้งสิ้น 14 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูน มีคำถามรวมทั้งสิ้น 4 ข้อ

และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งคำถามทุกข้อในแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มากกว่า 0.50

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มผู้ใช้หรือเคยใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลจำนวน 40 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient, α) ซึ่งมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง แต่ถ้ามีค่าใกล้ 0 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นต่ำ ซึ่งจะกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้คือเกิน 0.7 [13] โดยมีผลการทดสอบความเชื่อมั่นคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว คือ 0.735, 0.736, 0.780, และ 0.891 ตามลำดับ การรับรู้คุณค่า ได้แก่ ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ ด้านสังคม คือ 0.747, 0.840, และ 0.847 ตามลำดับ และ ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล คือ 0.799

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในรูปของการทำนายระหว่างตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้คุณค่า ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

6. ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 อายุระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 213 คน ร้อยละ 53.3 อาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา / พ่อบ้าน / แม่บ้าน / วางงาน มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความพร้อมของระบบโดยรวม ด้านประสิทธิภาพการใช้งานโดยรวม และด้านการทำให้บรรลุเป้าหมายโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.29, และ 4.27 ตามลำดับ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51, 0.50 และ 0.51 ตามลำดับ ส่วนด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเป็นส่วนตัวโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ประสิทธิภาพการใช้งานโดยรวม	4.29	0.50	มากที่สุด
การทำให้บรรลุเป้าหมายโดยรวม	4.27	0.51	มากที่สุด
ความพร้อมของระบบโดยรวม	4.33	0.51	มากที่สุด
ความเป็นส่วนตัวโดยรวม	3.99	0.69	มาก
รวม	4.22	0.44	มากที่สุด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณค่าโดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านอารมณ์โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการใช้งานโดยรวม และด้านสังคมโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ 3.78 ตามลำดับ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 และ 0.82 ตามลำดับ ดังในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณค่าโดยรวม

การรับรู้คุณค่า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การใช้งานโดยรวม	4.19	0.54	มาก
อารมณ์โดยรวม	4.37	0.51	มากที่สุด
สังคมโดยรวม	3.78	0.82	มาก
รวม	4.11	0.52	มาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านพึงพอใจที่จะใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านรู้สึกที่ท่านตัดสินใจไม่ผิดที่เลือกใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ท่านคิดจะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล และท่านคิดจะใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลบ่อยขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19, 4.08, และ 4.03 ตามลำดับ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76, 0.61 และ 0.76 ตามลำดับ ดังในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลรายข้อ

ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดจะใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลบ่อยขึ้น	4.03	0.76	มาก
2. ท่านพึงพอใจที่จะใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลต่อไป	4.27	0.72	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ผิดที่เลือกใช้แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล	4.19	0.76	มาก
4. ท่านคิดจะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล	4.08	0.81	มาก
รวม	4.14	0.61	มาก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

ตัวแปรพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.399		1.652	0.099		
ประสิทธิภาพการใช้งาน (X_1)	0.217	0.178	3.291*	0.001	0.533	1.877
การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X_2)	0.225	0.189	3.369*	0.001	0.493	2.029
ความพร้อมของระบบ (X_3)	0.301	0.250	4.774*	0.000	0.567	1.764
ความเป็นส่วนตัว (X_4)	0.137	0.153	3.280*	0.001	0.710	1.409
$r = 0.622$		$R^2 = 0.387$		Adjusted $R^2 = 0.381$		SE = 0.48156

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (X_1) ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (X_2) ด้านความพร้อมของระบบ (X_3) และด้านความเป็นส่วนตัว (X_4) สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ด้านสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลได้ร้อยละ 38.1 (Adjusted $R^2 = 0.381$) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ดังนี้

$$Y_1 = 0.301X_3 + 0.225X_2 + 0.217X_1 + 0.137X_4$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความพร้อมของระบบ (X_3) ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (X_2) ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (X_1) และด้านความเป็นส่วนตัว (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.301, 0.225, 0.217 และ 0.137 ซึ่งหมายความว่า ด้านความพร้อมของระบบ (X_3) ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (X_2) ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (X_1) และ

ด้านความเป็นส่วนตัว (X_4) เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังนี้

หากคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความพร้อมของระบบ (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.301 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อีก 3 ด้าน มีค่าคงที่

หากคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.225 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อีก 3 ด้าน มีค่าคงที่

หากคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.217 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อีก 3 ด้าน มีค่าคงที่

หากคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.137 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อีก 3 ด้าน มีค่าคงที่

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.181		0.920	0.358		
การใช้งาน (X_1)	0.253	0.224	4.631*	0.000	0.512	1.954
อารมณ์ (X_2)	0.554	0.457	10.460*	0.000	0.627	1.594
สังคม (X_3)	0.129	0.172	4.007*	0.000	0.652	1.535
$r = 0.725$	$R^2 = 0.525$		Adjusted $R^2 = 0.522$		SE = 0.42338	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 การรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน (X_1) ด้านอารมณ์ (X_2) และด้านสังคม (X_3) สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลได้ร้อยละ 52.2 (Adjusted $R^2 = 0.522$) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ดังนี้

$$Y_1 = 0.554X_2 + 0.253X_1 + 0.129X_3$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านอารมณ์ (X_2) ด้านการใช้งาน (X_1) และด้านสังคม (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.554, 0.253 และ 0.129 ซึ่งหมายความว่า ด้านอารมณ์ (X_2) ด้านสังคม (X_3) และด้านการใช้งาน (X_1) เป็นปัจจัยที่

เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังนี้

หากการรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.554 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรการรับรู้คุณค่าอีก 2 ด้าน มีค่าคงที่

หากการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.253 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อีก 2 ด้าน มีค่าคงที่

หากการรับรู้คุณค่า ด้านสังคม (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.129 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อีก 2 ด้าน มีค่าคงที่

7. อภิปรายผลการศึกษาและการสรุปผล

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ซึ่งทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน กล่าวได้ว่า แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลสามารถค้นหาการ์ตูนได้ง่าย และยังได้รับการพัฒนาแอปพลิเคชันมาให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้ง่าย ระบบแอปพลิเคชันไม่ซับซ้อน ตอบสนองได้ไว ออกแบบจัดวางโครงสร้างให้สามารถมองเห็นปุ่มฟังก์ชันต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ส่วนด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลแสดงผลออกมาได้ตรงตามที่ผู้ใช้บริการตั้งค่า ตอบสนองคำสั่งได้ถูกต้องแม่นยำ โดยปกติจะอัปเดตการ์ตูนอย่างสม่ำเสมอ ภายในเวลาที่ได้แจ้งกับผู้ใช้บริการโดยไม่มีการล่าช้า และดำเนินการบริการได้ตามเงื่อนไขซึ่งได้ประกาศเอาไว้ อีกทั้งด้านความพร้อมของระบบ แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลมีความเสถียร ทำงานได้ราบรื่น ไม่สะดุด และไม่ค้าง เข้าใช้แอปพลิเคชันได้เสมอ ตลอด 24 ชั่วโมง และทุกที่ที่ต้องการ การเข้าสู่ระบบรวดเร็ว และยังรองรับการใช้งานบนอุปกรณ์ที่หลากหลาย รวมถึงด้านความเป็นส่วนตัว แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยรัดกุม ให้ความใส่ใจกับการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการใช้งานโดยที่ผู้ใช้บริการไม่ยินยอม อีกทั้งผลการวิจัยยังสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น จะมีอิทธิพลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเพิ่มขึ้น ซึ่งผลการศึกษาวิจัยที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. [6] ที่ได้พัฒนาโมเดลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการใช้งาน การทำให้บรรลุเป้าหมาย ความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว โดยกล่าวว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ประเมินความสามารถของระบบที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ หากการให้บริการของระบบนั้น ๆ มีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี จะสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ และจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกในทางบวกหรือพึงพอใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liang [14] ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ และบุคลิกภาพ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในประเทศไทยได้พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในประเทศไทยได้หวั่นในเชิงบวก กล่าวคือ หากมีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย และด้านความเป็นส่วนตัวเพิ่มขึ้น จะมีอิทธิพลให้

ความพึงพอใจในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในประเทศได้เพิ่มขึ้น และงานวิจัยของ Çelik [15] ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศตุรกี พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความพร้อมของระบบ และด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางบวก กล่าวคือ หากมีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความพร้อมของระบบ และด้านการทำให้บรรลุเป้าหมายเพิ่มขึ้น จะมีอิทธิพลให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น และยังได้อธิบายว่า ด้านความพร้อมของระบบ ผู้ใช้บริการต้องการรับบริการที่รวดเร็วทันทั่วถึง ผู้ใช้บริการจะไม่พอใจถ้าเว็บไซต์ล่ม อีกทั้งด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย เว็บไซต์ต้องรักษาเสถียรภาพที่ให้กับผู้ใช้บริการ ส่งมอบสินค้าให้ถูกต้องภายในเวลาที่กำหนดทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ซึ่งทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า การรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านการใช้งาน กล่าวได้ว่า แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลทำให้เข้าถึงการอ่านการ์ตูนได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยสามารถอ่านการ์ตูนหลายเรื่องได้โดยใช้เพียงอุปกรณ์เครื่องเดียวแทนการซื้อหนังสือการ์ตูนหลาย ๆ เล่ม อีกทั้งการให้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลยังช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้ รวมถึงด้านอารมณ์ แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลรวบรวมการ์ตูนหลากหลายประเภท มาไว้ในแอปพลิเคชันเป็นจำนวนมาก แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสนุก มีความสุข รวมถึงทำให้ผู้ใช้บริการจดจำ มีสมาธิในการอ่านการ์ตูนดิจิทัล และชื่นชอบการให้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล และในด้านสังคม แอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้ที่มีความทันสมัย ตามทันกระแสเทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลยังมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ใช้บริการที่อยู่ในสังคมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลรู้สึกว่าแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลทำให้ตนเองกลมกลืนกับคนรอบข้าง และในกลุ่มผู้ใช้บริการด้วยกันยังสามารถนำหัวข้อสนทนาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันการ์ตูนดิจิทัลมาสนทนากันได้ รวมถึงทำให้รู้สึกว่าเป็นที่ยอมรับอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ Pigabyte [16] ได้กล่าวว่า ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลมักจะชอบพูดคุยเรื่องการ์ตูนที่ตนเองชื่นชอบ และมักจะชื่นชอบแบรนด์ที่ทำให้พวกเขาเห็นคุณค่าในตนเองบนโลกออนไลน์ อีกทั้งผลการวิจัยยังสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าการรับรู้คุณค่าเพิ่มขึ้น จะมีอิทธิพลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sweeney and Soutar [9] ได้กล่าวว่าการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม เป็นมาตรวัดที่ผู้บริโภคใช้ประเมินสินค้าหรือบริการ โดยหากประเมินแล้วว่ามีสิ่งที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สอดคล้องกับความคาดหวังของตัวก็จะเกิดความพึงพอใจ

8. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลควรพัฒนาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความพร้อมของระบบให้ดีขึ้นโดยการพยายามทำให้รักษาความเสถียรของแอปพลิเคชันให้สามารถทำงานได้ราบรื่น ไม่สะดุด ไม่ค้าง และไม่ปิดเองไม่ว่าใช้บนอุปกรณ์ใด รวมถึงไม่ล่มแม้ว่าจะมีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมากในเวลาเดียวกัน จึงควรพัฒนาเรื่องความเสถียรของแอปพลิเคชันให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2. ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลควรพัฒนาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัวให้ดีขึ้น โดยการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัลให้กับผู้ใช้บริการ พัฒนาแอปพลิเคชันให้ปลอดภัยและรัดกุม และสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความปลอดภัยทางดิจิทัลและความเป็นส่วนตัวของแอปพลิเคชันให้กับผู้ใช้บริการ

3. ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลควรพัฒนาการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งานให้ดีขึ้น โดยการเพิ่มฟังก์ชันที่ผู้ใช้บริการสามารถปรับแต่งแบบกำหนดเองให้การใช้งานแอปพลิเคชันเหมาะสมกับตนเองที่สุดได้ เช่น การเปลี่ยนรูปแบบและขนาดตัวอักษร การเพิ่มเอฟเฟกการเปลี่ยนหน้า เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ปรับแต่งการใช้งานให้เป็นไปตามความชอบของตนเองและเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลและนักเขียนที่เผยแพร่ผลงานบนแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลควรพัฒนาการรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ให้ดีขึ้น โดยการเพิ่มเสียงประกอบการ์ตูนที่มีความเข้ากับเนื้อหา บรรยากาศ และอารมณ์ของการ์ตูนตอนนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถจดจำและมีสมาธิกับการอ่านการ์ตูนดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

9. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้คุณค่า ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัล ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจเลือกศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด คุณค่าตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ เป็นต้น

2. ควรศึกษาการตัดสินใจซื้อการ์ตูนดิจิทัล ที่เป็นผลมาจากคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้คุณค่า เพื่อให้ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาออกแบบแอปพลิเคชัน และกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้เกิดรายได้มากยิ่งขึ้น ส่วนนักเขียนที่เผยแพร่ผลงานผ่านแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนดิจิทัลสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่ดึงดูดให้ผู้ใช้บริการซื้อการ์ตูนเพิ่มขึ้น

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์เพียงวิธีเดียว ในวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะให้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความลึกซึ้งและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] DataReportal. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. Retrieved September 17, 2021, from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- [2] สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ และ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *ผลสำรวจการอ่านของประชากร 2561*. สืบค้น 17 ตุลาคม 2564, จาก https://www.tkpark.or.th/tha/articles_detail/407/ผลสำรวจการอ่านของประชากร-2561
- [3] Statista. (2022). *Countries with the highest share in webtoon exports from South Korea in 2021*. Retrieved September 17, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/1234132/south-korea-webtoon-export-leading-destination-countries>
- [4] Semrush. (2021). *Web Traffic Statistics*. Retrieved September 17, 2021 from <https://www.semrush.com/website>
- [5] กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2564). *ETDA เผยผลสำรวจ IUB 63 คนไทยใช้เน็ตยังไม่ไหว เกือบครึ่งวัน โควิด-19 มีส่วน*. สืบค้น 17 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.eta.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>

- [6] Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7, 213-233.
- [7] Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176.
- [8] Lam, S., Shankar, V., Erramilli, K., & Murthy, B. (2004). Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Costs: An Illustration From a Business-to-Business Service Context. *Journal of The Academy of Marketing Science - J ACAD MARK SCI*, 32, 293-311.
- [9] Sweeney, J., & Soutar, G. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of retailing*, 77, 203-220.
- [10] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ =: Marketing management*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- [11] ชูติกาญจน์ ศิริวิมลวรรณ, อัมพล ชูสนุก และ วทัญญู รัชมิทัต. (2562) อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อ ของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน. *Humanities, Social Sciences, and Arts*, 12 (5), 1427-1444.
- [12] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.,.
- [13] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 29.): กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.
- [14] Liang, Y.-H. (2012). Exploring the relationship between perceived electronic service quality, satisfaction, and personality: a study of Taiwan's online game industry. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(7-8), 949-963.
- [15] Çelik, K. (2021). The effect of e-service quality and after-sales e-service quality on e-satisfaction. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9, 1137-1155.
- [16] Pigabyte. (2021). *เปิดอินไซด์ พฤติกรรมนักอ่าน Internet Comics เขาเป็นใคร และ Brand จะมีบทบาทอย่างไร*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/insight-internet-comics/>