



ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

โดย
นางสาวบัณฑิตา โนโซติ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ แผน ก แบบ ก 2 ปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการทางธุรกิจ แผน ก แบบ ก 2 ปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

EXPERIENCE AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF POST-RETIREMENT PEOPLE
IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA THAT AFFECTED WILLINGNESS TO
USE E-BOOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (BUSINESS INNOVATION MANAGEMENT)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2021

Copyright of Silpakorn University

621220065 : การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ แผน ก แบบ ก 2 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คำสำคัญ : หนังสืออิเล็กทรอนิกส์, สังคมสูงวัยหลังเกษียณ, การยอมรับเทคโนโลยี, ประสบการณ์การใช้งาน, ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

นางสาว บัณฑิตา โนโซติ: ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตพนธ์ ชุมเกต

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ 2. ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ 3. ศึกษาความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ 4. ศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ส่งผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้สูงวัยหลังเกษียณ ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีประสบการณ์ในการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จำนวนรวม 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติที่ใช้คือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้ศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์ Simple linear Regression Analysis และ Multiple linear Regression Analysis ผลการวิเคราะห์ พบว่า ประสบการณ์ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด

นอกจากนี้ผลจากการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า ผู้สูงวัยที่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในความสะดวกสบายในการใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ปรับให้ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคลได้ ดังนั้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงควรมุ่งเน้นในส่วนการเก็บข้อมูลหนังสือที่ซื้อได้ไม่จำกัด เปิดใช้งานได้รวดเร็ว และมุ่งเน้นส่งเสริมสภาพแวดล้อม เพิ่มคุณภาพความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยผู้สูงวัยเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ

621220065 : Major (BUSINESS INNOVATION MANAGEMENT)

Keyword : Electronic Book, Post-Retirement People, Experience Technology, Acceptance Affected, Willingness to Use E-Book

MISS BANTHITA NOCHOT : EXPERIENCE AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF POST-RETIREMENT PEOPLE IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA THAT AFFECTED WILLINGNESS TO USE E-BOOK THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR JITTAPON CHUMKATE, Ph.D.

This research was aimed to 1. Study the experience using E-Book of the elderly after retirement 2. Study the acceptance of E-Book technology of the elderly after retirement 3. Study both experience and acceptance of the elderly after retirement in Bangkok and Metropolitan area which affected the willingness in using E-Book. The data was collected from representative sample which is the elderly people over 60 years old in Bangkok and Metropolitan area total 400 proficient E-Book users. A questionnaire was used as a main research tool. Descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation were applied to analyze the data. For hypothesis testing, the researcher applied Simple and Multiple Regression Analysis. Research result showed that experience in using E-Book have an influence to the willingness of E-Book using with the significance level at 5%. For the factor analysis of acceptance in E-Book technology in terms of perception to convenience in using E-Book, social influence also meet the significance level at 5%. Acceptance factor of E-Book technology in term of perception about benefit from using E-Book has influence to the willingness of using E-Book the most.

Besides, the result of the research also reflect that E-Book elderly users mainly focus on convenient in using E-Book at anyplace, anytime and able to adapt for individual needs. Therefore, E-Book entrepreneur should aim at collecting book data at unlimited number, quick access, sustainable environment, increase happiness for elderly people after retirement who have purchasing ability.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตพนธ์ ชุมเกต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิทยานิพนธ์ รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร เลิศยิ่งยศ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็นประธานและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้รับคำแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นนอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอบขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือเป็นอย่างมาก จากครอบครัว หัวหน้านาน รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อน ๆ ทุกคน ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ตลอดจนผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ อนึ่งหากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาว บัณฑิตา โนโชติ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	4
3. สมมติฐานของงานวิจัย.....	4
4. ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book).....	8
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุหลังเกษียณ (Aged Society).....	10
3. แนวคิดประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค (User Experience).....	14
4. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้.....	19
5. แนวคิดความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use).....	21
6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	29
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย.....	29
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	32
4. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย	34
5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
6. การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	34
7. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	37
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	40
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ประสิทธิผลการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	46
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	49
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	52
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	58
1. สรุปผลการวิจัย	58
2. ผลการทดสอบสมมติฐาน	59
3. อภิปรายผลการวิจัย	60
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	64
รายการอ้างอิง	66
ภาคผนวก.....	70

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	71
ภาคผนวก ข แบบตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม	78
ประวัติผู้เขียน	82



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช	33
ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	37
ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ	37
ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	38
ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน.....	38
ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย	39
ตารางที่ 7 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการทำงาน 40	
ตารางที่ 8 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 42	
ตารางที่ 9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านอิทธิพลทางสังคม..... 44	
ตารางที่ 10 แสดงประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ 46	
ตารางที่ 11 แสดงความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ..... 49	
ตารางที่ 12 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความเต็มใจใช้งานหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและประสบการณ์การใช้งานของ ผู้สูงวัยหลังเกษียณ	53
ตารางที่ 13 ผลการทดสอบประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ เต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์.....	54
ตารางที่ 14 ผลการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ เต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์.....	55

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์รายด้าน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ
 ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 55

ตารางที่ 16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 57



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมของตลาดอุตสาหกรรมหนังสือสิ่งพิมพ์ มีแนวโน้มที่ลดลงต่อเนื่องหลายปี.....	9
ภาพที่ 2 แสดงภาพผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลก	11
ภาพที่ 3 แสดงภาพแบบจำลอง Technology Acceptance Model: TAM.....	19
ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	24
ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์.....	25
ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดงานวิจัย	28



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

เนื่องจากเทคโนโลยีทำให้โลกกำลังก้าวเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The 4th Industrial Revolution) ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐบาล และภาคธุรกิจเอกชน ต่างกำลังเผชิญหน้ากับการเข้ามาของเทคโนโลยีทั้งทางกายภาพ ดิจิทัลและชีวภาพที่เกิดขึ้นในทุกมิติ พร้อมกำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า ระบบไซเบอร์-กายภาพ (Cyber physical world) กล่าวคือ จากโลกที่มนุษย์กับมนุษย์คุยกันหรือมนุษย์คุยกับเครื่องจักร กำลังนำไปสู่ยุคที่เครื่องจักรและสิ่งของต่าง ๆ สามารถสื่อสารกันเองได้ และสามารถถ่ายโอน ส่งผ่าน แลกเปลี่ยนข้อมูลกับมนุษย์ได้ ด้วยพลังของเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็น IoT, Sensor, Big Data, Cloud และอื่น ๆ เทคโนโลยีถือได้ว่าได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทั้งวิธีการทำงาน การสื่อสาร และพฤติกรรมของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกี่ยวโยงกับเทคโนโลยีดิจิทัล กำลังพลิกโฉมวิถีการดำรงอยู่และพฤติกรรมของผู้บริโภคในสังคมยุคใหม่ ยิ่งทำให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเราที่ขาดแทบไม่ได้ และมีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มมากขึ้นทุกปี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562) จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องยอมรับและปรับตัวด้านเทคโนโลยีมากขึ้น ผู้บริโภคต่างเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับตนเอง ติดการใช้เทคโนโลยี ชอบความสะดวกสบาย ตัดสินใจซื้อสินค้าโดยไม่ยึดติดแบรนด์ เรียกว่า ผู้บริโภคยุค 4.0 (เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม, 2560) โดยกว่าร้อยละ 75 ของผู้บริโภคใช้เวลาว่างกับการเล่นอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย และหาข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้นเพื่อเป็นส่วนในการประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ อีกทั้งยังมีความต้องการสินค้าและบริการที่เฉพาะเจาะจงกับตัวเองมากขึ้น มีความกล้าซื้อสินค้ารวมถึงการใช้บริการต่าง ๆ ในช่องทางออนไลน์มากขึ้น ผลสำรวจพบว่ากว่าร้อยละ 80 ของผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ปรับแต่งตามความต้องการเฉพาะบุคคลได้ (Personalization) หรือได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น จึงทำให้การซื้อขายออนไลน์ในประเทศไทยโตเฉลี่ยปีร้อยละ 13 และทำให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเราที่ขาดแทบไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นเพศไหน อายุเท่าไร และมีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มมากขึ้นทุกปี ส่งผลให้แนวโน้มธุรกิจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยียังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

ทั้งนี้ ข้อมูลทางภาคธุรกิจจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า ตลาดหนังสือเติบโตต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี จากเดิมคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 18,000 ล้านบาท แต่ในความเป็นจริงอยู่ที่ 12,000 ล้านบาท หายไปถึง 1 ใน 3 จากที่คาดการณ์ไว้ในขณะที่แวดวงธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เติบโต สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่ง

ประเทศไทยระบุว่า หากเทียบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์กับวงการหนังสือทั้งหมดจากปี 2019 มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 5 แต่ในปี 2020 มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10 เรียกได้ว่าเติบโตร้อยละ 100 ในยุคแห่งโรคระบาด ส่วนวงการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ก็เติบโตแบบก้าวกระโดดในปีที่ผ่านมา แพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อย่าง Meb มีรายได้กว่า 350 ล้านบาท ส่วน OOKBEE มียอดผู้ใช้เพิ่มขึ้น 200 เท่า จากเดิมมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 6 เติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของตลาดหนังสือไทย อัตราการเจริญเติบโตแสดงให้เห็นว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้นกำลังได้รับความสนใจจากผู้บริโภค สอดคล้องกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของโลกยุคใหม่ ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วทันใจ และเต็มใจอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อความบันเทิง ด้วยพฤติกรรมของผู้สูงวัยที่มีประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น รับรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นวงกว้าง เกิดประโยชน์ในการใช้งาน ได้รับความง่ายในการอ่าน รวมถึงการสอดคล้องต่อกระแสดิจิทัลในปัจจุบัน สำนักพิมพ์ต่าง ๆ ที่ผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ได้ตระหนักถึงแนวโน้มการบริโภคของผู้สูงวัยเพิ่มมากขึ้น มีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เก็บข้อมูลการพูดคุยและพูดถึง อรรถรสในการใช้งานบนโลกออนไลน์ เพื่อนำไปปรับการแสดงผลรูปแบบ ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด และเนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (Thongchai, 2021)

ปัจจุบันในโลกยุคดิจิทัลที่สินค้าและการให้บริการมีมากมายหลากหลายให้เราได้เลือกสรรผ่านหลายช่องทาง ปัจจัยที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ เป็นการนำเสนอประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ได้รับขอ แต่เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ตรงใจ ประทับใจ และคุ้มค่าเกินความคาดหมายที่ลูกค้าต้องการ โดยประสบการณ์ในด้านบวกจะเสริมสร้างสายใยระหว่างภาคธุรกิจกับผู้บริโภค เพิ่มความเชื่อถือ รักษาการอุดหนุนหรือซื้อซ้ำ ดังนั้นการทำการตลาดต้องจริงจัง และทำการตลาดเฉพาะตัวบุคคล (Personalize marketing) แบบรู้ใจลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Technology AI) มาวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคเพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการที่คุ้มค่า และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุดเพราะนอกจาก Digital Disruption จะทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวครั้งใหญ่ ยังทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Customer Disruption) อีกด้วย โดยเฉพาะในเรื่องความอดทนรอคอยที่น้อยกว่าเดิม เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคต้องการอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ก็ต้องได้ตามความต้องการ และเมื่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นมีมากขึ้น ผู้บริโภคเกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการ ตอบสนองความต้องการของตนเองได้ตรงจุด จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ เกิดการใช้งานซ้ำ และเกิดการบอกต่อหรือแนะนำสิ่งนั้นให้บุคคลรอบข้างได้ใช้งานต่อไป (ปริติ นุกุลสมปรารถนา, 2563)

นอกจากความนิยมของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นนั้น ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) โดยมีสัดส่วนประชากรผู้สูงวัยอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 20% ของสัดส่วนประชากรทั้งประเทศ ในขณะที่เดียวกันที่โลกกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้าน

ประชากรศาสตร์ กำลังถูกขับเคลื่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัล การพัฒนาเชิงดิจิทัลใหม่ ๆ ในทุกมิติต้องทำควบคู่ไปกับจำนวนที่เพิ่มขึ้นของผู้สูงวัยที่โตมาในยุคที่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรือการใช้คอมพิวเตอร์เป็นเรื่องยากลำบาก (สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563) โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยหรือผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11.6 ล้านคนหรือร้อยละ 16.5 ของประชากรไทย พบว่ามีพฤติกรรมท่องอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ตโฟนเป็นหลัก ระยะเวลาที่ใช้งานเฉลี่ยประมาณ 174 ชั่วโมงต่อเดือน และยังมีผู้สูงวัย ร้อยละ 85 ที่ล็อกอินเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุร้อยละ 79 ได้เปิดใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มากกว่าเดิมร้อยละ 82 และสนใจซื้อสินค้าใหม่ โดยเฉพาะอุปกรณ์ดิจิทัล ทั้งยังทางสถิติการดาวน์โหลดในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ซึ่งมากกว่ากลุ่มคนอายุ 18-34 ปี ถึงร้อยละ 63 โดยกิจกรรมยอดนิยม คือ อ่านหนังสือหรือบทความออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 57.1 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562) โดยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ที่แสดงผลในเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น มือถือ และแท็บเล็ต เป็นต้น ที่ช่วยตอบสนองความต้องการของคนอ่านหนังสืออย่างผู้สูงวัย นำไปสู่ความสะดวกสบาย และเกิดความคุ้มค่าในระยะยาว ซึ่งสามารถเปิดอ่านเหมือนหนังสือทั่วไป เสมือนพกพาหนังสือจำนวนมากติดตัวไปได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งเป็นธุรกิจเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีบริการที่ได้รับการยอมรับ และใช้งานกันอย่างแพร่หลาย ทุกเพศ ทุกวัย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่าผู้สูงวัยหลังเกษียณมีการรับรู้ และใช้งานเทคโนโลยีที่มากขึ้น มีความชำนาญมากขึ้น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นหนึ่งในสิ่งที่ช่วยสร้างประสบการณ์การอ่านได้ เช่น สามารถเปิดอ่านได้รวดเร็ว ปรับขนาดตัวอักษรได้ ทำให้เกิดความสบายต่อการใช้งานของผู้สูงวัย ขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มผู้วัยเพิ่มมากขึ้น ภาคธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ต่างเห็นความสำคัญในการรักษาลูกค้าเก่าและคาดหวังการขยายจำนวนลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งมุ่งเน้นในเรื่องเก็บข้อมูล วิเคราะห์พัฒนารูปแบบการใช้งานแต่ละบุคคล เช่น เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งาน แสงสว่างหน้าจอ ขนาดตัวอักษร แนวหนังสือที่ชื่นชอบ และโปรโมชันที่ผู้บริโภคแต่ละคนสนใจ เป็นต้น เพื่อปรับให้ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคล ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีประโยชน์ในการใช้ชีวิต สร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ามากที่สุด เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางสังคม เพิ่มคุณภาพความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ เสมือนศูนย์รวม ชุมชนออนไลน์ของผู้ชื่นชอบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างภาคธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์กับผู้สูงวัยหลังเกษียณ เริ่มมีประสบการณ์การใช้งานตรงใจ เลือกที่จะใช้งานอย่างต่อเนื่อง เป็นส่วนสำคัญในการเต็มใจใช้งาน และตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาในข้างต้นจะเห็นได้ว่า หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ถือเป็นเทคโนโลยีที่ให้บริการในออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการเข้าสู่ยุคดิจิทัล และเมื่อประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ส่งผลให้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมจากผู้สูงวัยเพิ่มมากขึ้น โดยหนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นในตลาด กลุ่มลูกค้าที่น่าสนใจ คือ กลุ่มผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยีอย่างหนังสือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสำนักพิมพ์หนังสืออิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้ตรงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค พร้อมทั้งยังสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคเก่าและลูกค้าใหม่ ให้มีความต้องการใช้งานต่อเนื่องอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.3 เพื่อศึกษาความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.4 เพื่อศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

3. สมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัย ที่ 1 ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.3 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

4. ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษาทั้งหมด 3 ตัวแปร เพื่ออธิบายถึงประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยกำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงวัยหลังเกษียณ ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอธิบายได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

ตัวแปรต้นที่ 1 ได้แก่ ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรต้นที่ 2 ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ศึกษาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ (กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย, 2564)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการทำวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 – พฤศจิกายน 2564 ซึ่งช่วงเวลาการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนสิงหาคม 2564

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถพัฒนาการแสดงผล ให้ตรงความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคแต่ละบุคคล

5.2 ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถนำผลวิจัย ไปพัฒนาการให้บริการให้ดีขึ้นยิ่ง เพื่อรองรับเทคโนโลยีที่พัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง

5.3 ผู้ให้บริการสามารถนำผลวิจัยไปทำการตลาดให้ตรงกลุ่มผู้บริโภค และพัฒนาแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้ใช้งานได้มีประสิทธิภาพ

5.4 สำนักพิมพ์ที่ผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถนำข้อมูลไปพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) หมายถึง หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ความคล้ายคลึงกับการใช้งานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ภูเก็ต เป็นต้น หากจะมีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ กระบวนการผลิต รูปแบบ และวิธีการอ่านหนังสือ ทำให้ผู้อ่านสะดวกขึ้น เพราะไม่ต้องพกหนังสือหลาย ๆ เล่มเพียงแค่มือถือสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ก็สามารถพกหนังสือติดตัวได้ที่หลาย ๆ เล่ม และไม่จำเป็นต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอย่างเครื่องอ่านหนังสือพกพา (E-reader) มีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หลายประเภท เช่น บทความวิชาการ หนังสือเรียน หนังสือพัฒนาตนเองและหนังสือนิยาย

6.2 สังคมสูงวัยหลังเกษียณ (Aging Society) หมายถึง กลุ่มผู้สูงอายุมีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานเทคโนโลยี และเคยใช้บริการแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งมีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และมีการยอมรับเทคโนโลยีในปัจจุบัน

6.3 ประสบการณ์การใช้งาน (User Experience) หมายถึง ประสบการณ์ที่ได้จากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความรู้สึกรหรือความต้องการของผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณ และผู้บริโภคเกิดการมีส่วนร่วมในการใช้งาน จนเกิดความชำนาญ เคยชินในการใช้งาน และเกิดเป็นประสบการณ์การใช้งานเชิงบวกต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

6.4 การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) หมายถึง การตอบสนองของผู้บริโภคภายหลังจากมีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เกิดความเข้าใจแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ใช้งานได้คล่องแคล่ว เกิดการอ่าน การซื้ออย่างต่อเนื่อง เกิดความสนใจและติดตามหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังออกใหม่อยู่เสมอ จนเกิดเป็นการยอมรับเทคโนโลยีเชิงบวกต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

6.4.1 การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ความสามารถของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่รับชม นั้น สื่อสารได้ตรงตามจุดประสงค์ของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น ๆ และมองว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ต่อการใช้งานของผู้บริโภค

6.4.2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Attitude toward Using) หมายถึง ผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์และขั้นตอนที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยี เมื่อมีการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระดับที่มากจะส่งผลต่อเชื่อถือ ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการชำระเงิน และเกิดพฤติกรรมการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

6.4.3 ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งผลให้ผู้บริโภคคล้อยตาม และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเองตามบุคคลนั้น ๆ อาทิ เพื่อนที่ทำงาน ครอบครัว หรือคนรู้จักในสังคมออนไลน์

6.5 ความเต็มใจใช้งาน (Willingness to Use) หมายถึง ความเต็มใจในการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เริ่มจากผู้สู้ง่ายเกิดการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และมีประสบการณ์การใช้งานที่ดีต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มองเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับตนเอง ตอบสนองได้อย่างตรงจุดสอดคล้องกับวิถีชีวิตยุคใหม่ได้มีประสิทธิภาพ



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่อง ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล บทความวิชาการ เอกสาร สื่อต่าง ๆ และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสังคมผู้สูงวัยหลังเกษียณ (Aged Society)
3. ประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค (User Experience)
4. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
5. แนวคิดความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use)
6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

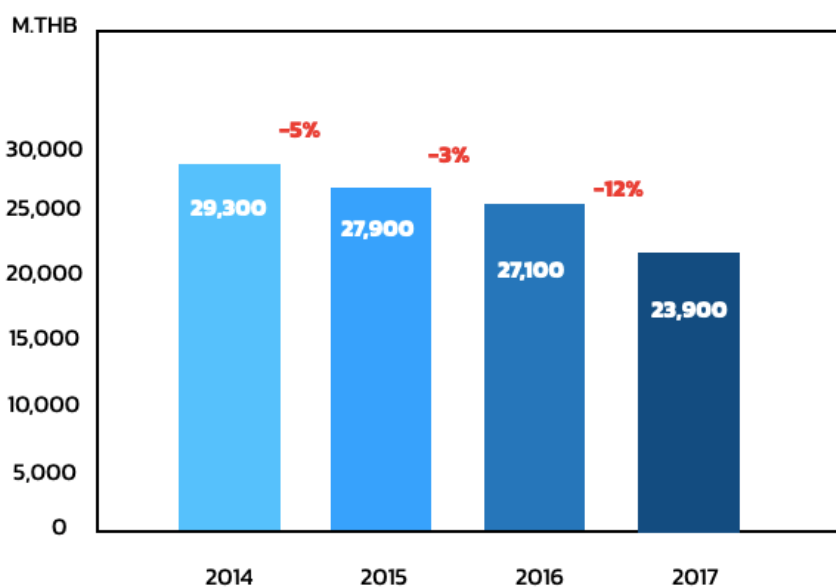
1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) คือ ส่วนหนึ่งของแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่หนังสือ และสิ่งพิมพ์ อยู่ในรูปแบบดิจิทัล แสดงผลให้เห็นบนเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สร้างเข้ามาตอบสนองความต้องการของนักอ่านทั่วโลก ทั้งที่เป็นส่วนเสริมและแทนที่หนังสือกระดาษที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลาย ยอดขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในระดับโลกเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างหนังสือรูปเล่มเพียงแค่วิธีการอ่าน อีกทั้งยังช่วยให้ผู้อ่านได้ความรู้และความเพลิดเพลินได้เช่นเดียวกับการอ่านหนังสือเล่ม (สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) คุณลักษณะพิเศษของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถเชื่อมโยงจุดไปยังส่วนต่าง ๆ ของหนังสือ เว็บไซต์ต่าง ๆ ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้อ่านได้ นอกจากนี้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถแทรกภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว แบบทดสอบ อีกประการหนึ่งที่สำคัญก็คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะไม่มีในหนังสือธรรมดาทั่วไป ลักษณะของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะมีความคล้ายคลึงกับหนังสือทั่วไปที่พิมพ์ด้วยกระดาษ หากจะมีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ กระบวนการผลิต รูปแบบ และวิธีการอ่านหนังสือ ทำให้ผู้อ่านสะดวกขึ้นเพราะไม่ต้องพกหนังสือหลายเล่มให้หนัก เพียงแค่มีสมาร์ทโฟนก็สามารถพกหนังสือติดตัวได้ที่ละหลาย ๆ เล่ม (ดอกฝน, 2561) ในปัจจุบันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมมากในประเทศที่สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ทั้งโลกจะมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปีข้างหน้า ประมาณร้อยละ 7.1 จากมูลค่า 763,491 ล้านบาทในปี 2560 เป็น 1,077,811 ล้านบาท

บาทในปี 2565 ซึ่งในทีนี้ Amazon ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด รองลงมาได้แก่ Apple, Google และ Kobo ขณะที่แนวโน้มของตลาดหนังสือทั่วโลก คาดจะเห็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ลดลงที่ร้อยละ 0.1 ในส่วนของประเทศไทย มีรายงานคาดการณ์ว่าการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทยจะอยู่ที่ร้อยละ 14 จากมูลค่าตลาด 2,960 ล้านบาทในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 5,705 ล้านบาทในปี 2565 เช่นเดียวกับส่วนแบ่งการตลาดของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่จะเพิ่มจากร้อยละ 7.4 ในปี 2560 เป็นร้อยละ 14.1 ในปี 2565 แต่สำหรับประเทศไทย ในรอบ 10 ปีมา ยอดขายอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างน่าจับตามอง แต่ก็ไม่สามารถชดเชยยอดขายที่ลดลงของหนังสือกระดาษได้ เหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจหนังสือเล่มถูกดิสรพ์ขึ้น



**ภาพรวมของตลาดอุตสาหกรรมหนังสือสิ่งพิมพ์
มีแนวโน้มที่ลดลงต่อเนื่องกันมาหลายปี**



ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมของตลาดอุตสาหกรรมหนังสือสิ่งพิมพ์ มีแนวโน้มที่ลดลงต่อเนื่องกันมาหลายปี
ที่มา : หนึ่งในผู้ชนะแห่งยุคโควิด MEB สตาร์ทอัพ e-book สัญชาติไทย ทำรายได้เฉียด 1 พันล้านในปี 2020. เข้าถึงเมื่อ 26 ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://brandinside.asia/meb-2020-revenue-profit-growth/>

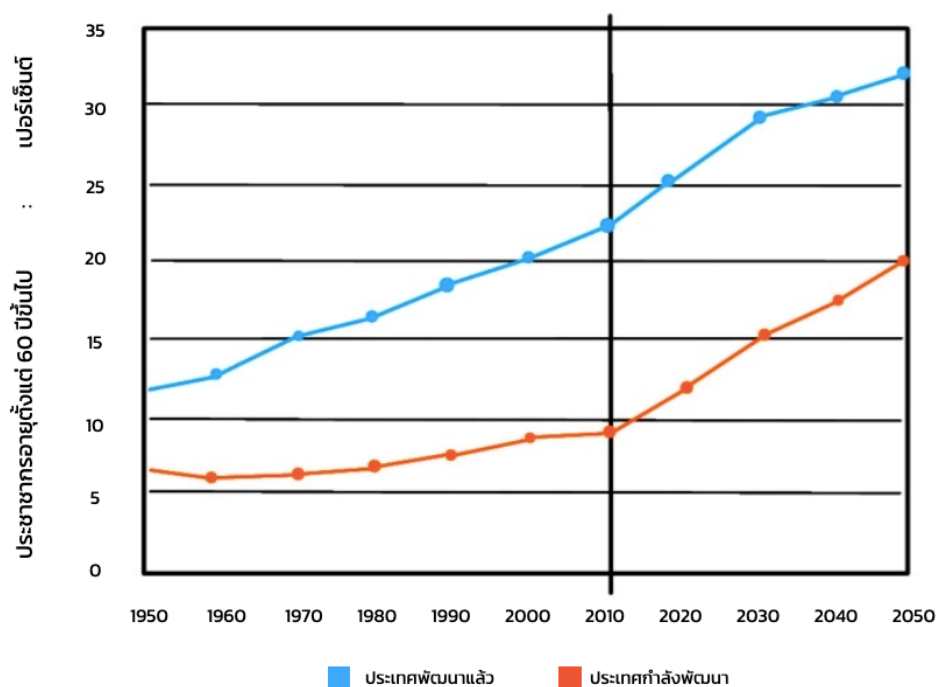
ทั้งนี้ อีกหนึ่งปัจจัยที่ขับเคลื่อนให้ตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เติบโต คือ คนในยุคดิจิทัลมีความชื่นชอบในเทคโนโลยี ประกอบกับความนิยมของการใช้สมาร์ตโฟนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายวงกว้าง ซึ่งนักอ่านส่วนใหญ่นิยมอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟน เพราะหน้าจอเล็กกะทัดรัด เหมาะสำหรับการอ่านข้อความจำนวนมาก หรือเครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book Reader) ซึ่งเป็นหนึ่งในอุปกรณ์เฉพาะอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ติดต่อสุขภาพผู้อ่าน เพราะช่วยถนอมสายตาและพวกเขาได้สะดวกเวลาเดินทาง และผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเสียค่าเดินทางหรือเสียเวลาไปที่ร้านหนังสือก็สามารถเลือกซื้อหนังสือผ่านแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งมีพื้นที่ในการจัดเก็บได้มากกว่า 150 เล่ม หรือมากกว่า 56,000 หน้า ปลอดภัยจากการสูญหาย และเมื่อมีความต้องการอ่านหนังสือเพื่อสร้างความบันเทิงก็สามารถซื้อและอ่านได้ทันที เมื่อนักอ่านเริ่มคุ้นเคยและลองใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ซึ่งมีความดึงดูดน่าสนใจและเป็นช่องทางในการแสวงหาข่าวสารความรู้หรือความบันเทิงที่หลากหลาย อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาสั้น กระชับ หรือเป็นตอน ๆ สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการอ่านผ่านหน้าจอของคนในยุคปัจจุบัน (กุลธิดา เด่นวิทยานันท์, 2561) โดยข้อมูลการเติบโตของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทย เป็นเพราะคนไทยหันมาใช้โทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น โดยในปี 2560 คนไทยมีโทรศัพท์มือถือใช้งานจำนวนถึง 121.53 ล้านเลขหมาย และมีปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือเฉลี่ย 4.11 กิกะไบต์ต่อคนต่อเดือน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า คนไทยนิยมที่จะสร้างความบันเทิง ดูหนัง ฟังเพลง ท่องโซเชียล ติดตามข่าวสาร และอ่านหนังสือผ่านมือถือกันมากขึ้น การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของไทยส่วนใหญ่ ยังคงเป็นแนวเพื่อความบันเทิงมากกว่าใช้เพื่อการศึกษาตามวิถีชีวิตของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัยที่เปลี่ยนไป

จากการศึกษาข้อมูลของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น จะเห็นได้ว่าการมุ่งเน้นในการขยายฐานลูกค้าใหม่เพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ และมุ่งเน้นการดูแลลูกค้าเดิม พัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งส่วนของการพัฒนาระบบการจัดเก็บหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างความบันเทิงให้ตรงใจ และการปรับการใช้งานแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละวัยหรือแต่ละบุคคล จึงมีความน่าสนใจในการศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสังคมผู้สูงวัยหลังเกษียณ (Aged Society)

ทุกวันนี้ประเทศไทยส่วนใหญ่ทั่วโลกกำลังมีสัดส่วนประชากรสูงวัยมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์และปัจจัยด้านสาธารณสุขพื้นฐานต่าง ๆ ดีขึ้น ทำให้คนมีอายุขัยเฉลี่ยยืนยาวมากกว่าเดิม จนทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ที่อิงกับสภาวะความเป็นผู้สูงอายุ เรียกว่า เศรษฐกิจผู้สูงวัย คือ ระบบเศรษฐกิจส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ตอบสนองความ

ต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยคาดการณ์ว่าในอีกไม่กี่ทศวรรษข้างหน้า ประชากรกลุ่มนี้บริโภคสินค้าและบริการคิดเป็นมูลค่าประมาณ 140 ล้านล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นเงินที่ได้มาจากการทำงาน การเก็บออมหรือเงินที่ได้รับจากรัฐบาล ค่าใช้จ่ายในเศรษฐกิจผู้สูงวัยมีส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ปี ค.ศ. 2015 มากกว่า 160 ล้านล้านบาท และครอบคลุมงานประมาณ 78 ล้านตำแหน่ง และยังมีส่วนก่อรายได้ให้แก่บริษัทในประเทศอื่นทั่วโลกสูงถึง 30 ล้านล้านบาท (The Silver Economy - Final Report, 2018) นอกจากการใช้บริการทางการแพทย์มากกว่าคนรุ่นเยาว์แล้ว คนกลุ่มนี้เต็มใจใช้จ่ายไปกับการพักผ่อนหย่อนใจ สร้างความบันเทิง และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังใช้เงินไปกับซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่สร้างความสุขให้กับตนเอง และเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เสริมคุณภาพใจและจิตใจ ด้วยรายงานของ Oxford Economics ที่ทำให้สหภาพยุโรป ประเมินว่าการบริโภคของคนกลุ่มนี้จะเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี ไปจนถึงปี ค.ศ. 2025 จะมียอดการใช้จ่ายสูงถึง 214 ล้านล้านบาท (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2562)



ภาพที่ 2 แสดงภาพผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลก

ที่มา : เศรษฐกิจผู้สูงวัย (silver economy). เข้าถึงเมื่อ 26 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2019/20190318-book-silver-economy.pdf>

ทั้งนี้ ในปี 2564 ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ (Aged Society) โดยมีผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 32.1 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากการมีอัตราการเกิดที่น้อยลง และการพัฒนาทางการแพทย์ที่ทำให้ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น แต่ปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะทำให้คนสูงวัยเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจได้ก็คือ การเก็บออมตั้งแต่อายุยังน้อยและการดูแลสุขภาพทั้งกาย และจิตใจได้ดี เพราะจะทำให้ยังคงกิจกรรมทางสังคม พบปะเพื่อนฝูง ใช้เวลาในการพัฒนาตนเอง และติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ประเทศไทยมีโอกาสในการสร้างรายได้จากผู้สูงวัยในรูปแบบการสร้างกิจกรรมเพื่อความบันเทิงต่าง ๆ สอดคล้องกับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน เช่น การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การพบปะเพื่อนฝูงทางแอปพลิเคชันเห็นหน้าทางไกล หรือการติดตามข่าวสารของโลกในอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การพัฒนาสามารถระทำควบคู่กันไปและสร้างอรรถประโยชน์ร่วมกันได้นั้น มีความเป็นไปได้ว่าการพัฒนาเชิงดิจิทัล (Digitalization) ในสังคมสูงวัยจะมีทิศทางเป็นไปดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2563) 1.การสร้างเกมเพื่อผู้สูงอายุ (Gamification for Seniors) เมื่ออายุมากขึ้นความสามารถในการจดจำและการใช้ร่างกายจะเริ่มลดลง การสร้างเกมเพื่อกระตุ้นการทำงานของสมองและการเคลื่อนไหวร่างกายในผู้สูงอายุจึงเป็นอีกหนึ่งโอกาสในการพัฒนาทางด้านดิจิทัลในสังคมสูงวัย ที่ช่วยพัฒนาการทำงานของสมองในแง่ของการเพิ่มความทรงจำ เพื่อลดอาการหลงลืมหรือป้องกันโรคอัลไซเมอร์ในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นเกมที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของร่างกาย เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีการออกกำลังกายมากยิ่งขึ้น ลดปัญหาสุขภาพที่พบได้บ่อย ๆ ในผู้สูงวัย เช่น ปัญหาข้อเข่าเสื่อม เป็นต้น 2. การติดตามสภาวะสุขภาพเชิงดิจิทัล (Digital Health Tracking) ปัจจุบันมีการพัฒนา Smart Watch และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่สามารถติดตามสภาวะสุขภาพและการทำงานของร่างกายเบื้องต้นได้ ผู้สูงอายุจะสามารถวัดอัตราการเต้นของหัวใจ ความดันเลือดสูง-ต่ำ และการตรวจจับการล้ม พร้อมกับเชื่อมต่อข้อมูลเหล่านี้ไปยังแอปพลิเคชันเพื่อประมวลผล ในเชิงลึกผ่าน AI (Artificial Intelligence) ร่วมกับข้อมูลอื่น ๆ เช่น น้ำหนัก ประวัติการรักษาโรคต่าง ๆ ส่งต่อข้อมูลไปยังผู้ดูแล เพื่อวิเคราะห์วางแผนแนวทางการดูแลสุขภาพหรือการรักษาต่อไปได้ 4. การพัฒนา UX (User Experience Design) และ UI (User Interface Design) ให้สอดคล้องกับการใช้งานของผู้สูงอายุนับเป็นโอกาสทางดิจิทัลในการขยายฐานลูกค้าเพื่อรองรับตลาดผู้สูงอายุ การสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้น การยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้งานแอปพลิเคชัน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้มากขึ้น การออกแบบควรให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ เช่น ตัวหนังสือมีขนาดใหญ่ อ่านง่าย สีสันทัดต่อน สดุดุดตา เป็นต้น หรือแสดงผลการใช้งานเฉพาะบุคคล หากผู้สูงวัยใช้งานได้ง่าย เกิดความสะดวกสบาย และรับรู้ได้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จะเกิดการใช้งานและซื้อสินค้าซ้ำ ๆ และนี่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงวัยหันมาใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น เปรียบเสมือนการเชื่อมโลกดิจิทัลและโลกของผู้สูงอายุเข้าด้วยกัน (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2556)

2.1 การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงวัยหลังเกษียณ (Tidarat Mingsamorn, 2561) มีดังต่อไปนี้

2.1.1 การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ระบบต่าง ๆ ทำงานได้ลดลง ส่งผลให้ร่างกายเสื่อมถอยลง เช่น ร่างกายภายนอก ผิวหนังเหี่ยวย่น มีกระ ผมหางเปลี่ยนเป็นสีเทาหรือสีขาว สายตาพร่ามัวหรือสายตายาว เคลื่อนไหวร่างกายได้ช้าลง กำลังน้อยลง มีอาการปวดบวมตามข้อ ข้ออักเสบ อวัยวะรับความรู้สึกจะเป็นอวัยวะอันดับแรก ๆ ที่เสื่อม เช่น ผื่นงูเส้นเลือดแดง ในหูแข็งตัว ทำให้ได้ยินเสียงไม่ชัดเจน หรือการเปล่งเสียงของผู้สูงอายุจะไม่มีพลัง ขาดความยืดหยุ่น รวมไปถึงกระดูกที่ผุกร่อนและกล้ามเนื้อที่ลีบเล็กลง

2.1.2 การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ ที่พบบ่อยในวัยสูงอายุ เช่น การรับรู้ ซึ่งผู้สูงอายุมักยึดติดกับความคิดและเหตุผลของตนเอง จำเหตุการณ์ปัจจุบันไม่ค่อยได้ หลง ๆ ลืม ๆ และชอบย้าคำถามบ่อย ๆ เรียนรู้สิ่งใหม่ได้ยากเพราะไม่มีความมั่นใจในการปรับตัว การแสดงออกทางอารมณ์ อาจจะมีอาการซึมเศร้า หงุดหงิด ขี้ระแวง วิตกกังวล โกรธง่าย เอาแต่ใจตนเอง มักจะคิดซ้ำซาก ลังเล หวาดระแวง หมกมุ่นเรื่องของตนเอง ทั้งเรื่องในอดีตและอนาคต กลัวลูกหลานทอดทิ้ง รวมถึงสนใจสิ่งแวดล้อมน้อยลง ผู้สูงอายุมักสนใจเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเองมากกว่าเรื่องของผู้อื่น

2.1.3 การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ได้แก่ ภาระหน้าที่และบทบาททางสังคมลดน้อยลง ทำให้ผู้สูงอายุห่างจากสังคม อีกทั้งคนส่วนใหญ่มักมองว่าผู้สูงอายุมีสมรรถภาพและความสามารถลดน้อยลง จึงไม่ให้ความสำคัญหรือใส่ใจมากนัก นอกจากนี้ยังเปลี่ยนแปลงบทบาทจากการเป็นผู้นำครอบครัว กลายเป็นเพียงผู้อาศัยหรือเป็นสมาชิกของครอบครัวเท่านั้น และเมื่อสมรรถภาพร่างกายลดลง ทำให้ความสามารถในการช่วยเหลือตัวเองหรือกิจวัตรประจำวันเป็นไปได้ยากลำบากส่งผลกระทบต่อจิตใจ เกิดความไม่มั่นใจในตนเอง หดหู่กับสภาพตัวเอง อีกทั้งยัง ทำให้ผู้สูงอายุไม่กล้ามีสังคมหรือมีกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น

การปรับตัวของภาคธุรกิจในตลาดผู้สูงวัยถือเป็นตลาดที่ทำหายอย่างมาก เพราะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง มีความพร้อมในการใช้จ่าย ผู้ทำธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจนิสัย การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงวัยและความต้องการที่หลากหลาย พร้อมจะปรับเปลี่ยนการใช้งานอยู่เสมอ โดยภาคธุรกิจไทยมีศักยภาพในการทำความเข้าใจการเริ่มก้าวทางธุรกิจให้สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้บริโภค โดยเฉพาะ ผู้ประกอบการจึงเริ่มสร้างระบบวัฒนธรรมที่สามารถเข้ากับแต่ละช่วงวัย ที่มีความแตกต่างกันด้านความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรม และค่านิยม เพื่อสอดคล้องกับการที่ประเทศเข้าสู่โอกาสใหม่ของเศรษฐกิจอายุวัฒน์ และได้รับประโยชน์จากการเป็นสังคมสูงวัยที่มีสุขภาพที่ดี ทั้งกายและใจ การเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพเป็นเป้าหมายสำคัญของประเทศไทย และเพื่อให้ไปสู่เป้าหมายนั้น บทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคที่แท้จริงของผู้สูงวัยในประเทศไทยในมิติต่าง ๆ ทั้งเรื่องการบริโภคสินค้าและบริการด้านสุขภาพมีเพิ่มสูงขึ้น เชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม

รายได้ และการพัฒนาศักยภาพเทคโนโลยีที่ส่งผลดีต่อร่างกายผู้สูงอายุ รวมถึงจัดการกับปัญหาเพื่อหาทางออกที่จะทำให้ผู้สูงอายุ ใช้ชีวิตอย่างมีความสุขมากขึ้น เพราะเมื่อผู้สูงอายุเริ่มมีร่างกายที่อ่อนแอ อวัยวะต่าง ๆ เสื่อมถอยลงไปตามกาลเวลา อาการเจ็บป่วยจึงเข้ามารุมเร้า ด้วยเหตุสำคัญนี้ภาคธุรกิจจึงนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีต่าง ๆ มาช่วยเพื่อให้ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุดีขึ้น สามารถต่อสู้กับความเสื่อมถอยของร่างกายได้อย่างมีความสุขมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุป เมื่อประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ผู้สูงวัยยังจำเป็นต้องมีกิจกรรมทางสังคม หากกิจกรรมสร้างความบันเทิง ติดตามข่าวสารผ่านเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอที่เหมาะสมกับวัย และเหมาะสมกับร่างกายที่ถดถอย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการใช้งานและสร้างการยอมรับเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันที่เพิ่มมากขึ้น การสร้างความบันเทิง และปรับตัวใช้เทคโนโลยี ร่วมกันการดำเนินชีวิต เช่น การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้สูงวัยได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ สามารถใช้งานได้ด้วยตนเองทำให้รู้สึกตนเองมีคุณค่า มีการแลกเปลี่ยนพูดคุยในสังคมออนไลน์ และถือเป็นการตอบโจทย์ผู้สูงวัยที่ต้องการใช้ชีวิตให้มีความสุข ตอบสนองความต้องการสอดคล้องกับศักยภาพของตนเองได้เป็นอย่างดี

3. แนวคิดประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค (User Experience)

แนวคิดประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค (User Experience) คือ ประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในมุมมองภาคธุรกิจ โดยทุกธุรกิจต้องใส่ใจในการสร้างและส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ตลอดทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buying Decision Process) ตั้งแต่เห็นโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย การหาข้อมูลสินค้าและบริการ การเปรียบเทียบ การตัดสินใจซื้อ การซื้อ ส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่จะเกิดหลังใช้สินค้าหรือรับบริการนั้น ๆ โดยการจะสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภคนั้น ๆ ประกอบไปด้วย

1. การสร้างช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุก Touch point ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งสื่อในบ้านอย่าง In-home และสื่อนอกบ้าน Out of Home

2. การสร้างความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูล ทั้งเว็บไซต์ แพนเพจ เบอร์โทรติดต่อ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการ รวมถึงให้ลูกค้าสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือได้อย่างง่ายดาย

3. การสร้างช่องทางการซื้อ-ขายที่ง่าย ชับซ้อน เป็นหนึ่งข้อในการสร้างประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค (User Experience) ที่สำคัญ ซึ่งในปัจจุบันการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) มีมากขึ้น ครอบคลุม และรองรับการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น

4. การสร้างช่องทางติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค เพื่อติดตามผลหลังการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ากับบริษัท

โดยสามารถอธิบายประสบการณ์ในมุมมองของการนำเสนอเชิงเศรษฐศาสตร์ว่า การสร้างประสบการณ์เป็นการสร้างคุณค่าขั้นตอนสุดท้าย เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างให้คุณภาพของสินค้าผลิตภัณฑ์ และการบริการโดยรวมมีความสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ซึ่งการแข่งขันของภาคธุรกิจในอนาคตนอกจากการมุ่งเน้นไปที่คุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการแล้ว การสร้างประสบการณ์จะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและนำไปสู่พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความตั้งใจในการซื้อสินค้าอีกด้วย (Chen and Lin, 2015)

ผู้วิจัยสรุปว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการนั้น เริ่มต้นจากการแก้ปัญหาปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค แก้ปัญหาที่สร้างความลำบากต่อผู้บริโภค เปลี่ยนเป็นสร้างประสบการณ์ที่ดี เช่น ความสะดวกสบาย ความสนุก และความหรูหรา โดยการแก้ปัญหาเหล่านั้นต้องใส่ใจ และทำด้วยความจริงใจ เพราะเมื่อผู้บริโภคเกิดประสบการณ์ที่ดีต่อบริษัท จะเกิดพฤติกรรมการบอกต่อ และเต็มใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ในแง่มุมมองของการตลาดของการสร้างประสบการณ์ผู้บริโภค Schmitt (1999) ได้นำเสนอแนวคิด Strategic Experiential Modules (SEMs) ในมุมมองของการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) หมายถึง กลยุทธ์การตลาดที่มีความแตกต่างจากการตลาดแบบดั้งเดิมซึ่งมุ่งเน้นที่คุณลักษณะและประโยชน์ของการใช้งานสินค้ามาเป็นกลยุทธ์ที่เสริมสร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า ทั้งประสบการณ์ทางกายภาพ และประสบการณ์ทางด้านจิตใจ แนวคิดนี้เชื่อว่า การตลาดเชิงประสบการณ์ไม่ได้เพียงแต่เน้นที่คุณลักษณะและประโยชน์ของสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นการเชื่อมโยงเอกลักษณ์ และความสนใจจากประสบการณ์ของผู้บริโภคแต่ละคน (Kevin Lane Keller, 2012) ซึ่งเป็นการทำการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำ สามารถจำแนกได้ เป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. ประสบการณ์ผู้บริโภคจากประสาทสัมผัส (Sensory Experiences: SENSE) คือ การที่ธุรกิจมุ่งสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภค โดยผ่านระบบประสาททั้ง 5 ประกอบไปด้วย การมองเห็น (Sight) การได้ยิน (Hearing) การได้กลิ่น (Smell) รสชาติ (Taste) และการสัมผัส (Touch) ด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง การสัมผัสจับต้องได้กลิ่น และรสชาติ ในหลากหลายรูปแบบ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความแตกต่างกัน เพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น การที่ผู้บริโภคได้สัมผัสอาหาร ในขั้นตอนการเลือกซื้อเนื้อจากคนขายเนื้อ (Butcher) และนำไปให้เซฟร้านอาหารออกแบบร้านบริเวณครัวให้เป็นคาน์เตอร์บาร์ มีลักษณะเป็นครัวเปิด ลูกค้าสามารถมองเห็นขั้นตอนในการย่างสเต็กได้ และได้ยินเสียงซู่ซ่า (Sizzling) และได้กลิ่นของเนื้อที่กำลังสุกและ

ได้สัมผัสรสชาติเมื่อรับประทานอาหาร ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสแล้วเกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้า และบริการ ย่อมทำให้เกิดความเต็มใจใช้งาน

2. ประสบการณ์ผู้บริโภคจากความรู้สึก (Affective Experiences: FEEL) คือ เป็นการตลาดที่ธุรกิจมุ่งสร้างประสบการณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกให้กับลูกค้า และมุ่งเน้นกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์เชิงลึก ทำให้เกิดอารมณ์ร่วม เพื่อสร้างทัศนคติในทางบวก ความประทับใจ ความมั่นใจที่ดีต่อตราสินค้า เชิงลึกกับแบรนด์ ผ่านตัวอักษร ดนตรี หรือภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกผูกพันลึกซึ้งกับแบรนด์ อย่างไม่มีเงื่อนไข ดังนั้นหากผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ทางความรู้สึกแล้วเกิดความประทับใจแล้ว ย่อมทำให้เกิดความเต็มใจใช้งาน

3. ประสบการณ์ผู้บริโภคทางความคิด (Creative Cognitive Experiences: THINK) หมายถึง มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ทางความคิดเพื่อให้กระตุ้นให้ผู้บริโภคคิด สร้างความรู้และความเข้าใจในสินค้า บริการ เกิดสติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ และองค์กรธุรกิจในทุกภาพรวมทั้งหมด เพื่อสร้างแนวความคิดที่ลึกซึ้งหรือปรัชญาให้กับผู้บริโภค มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ให้กับลูกค้า ดังนั้นหากลูกค้าได้รับประสบการณ์ทางความคิดและมีความรู้ความเข้าใจในองค์กรธุรกิจย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดี

4. ประสบการณ์ผู้บริโภคผ่านการกระทำ (Physical Experiences, Behaviors and Lifestyles: ACT) หมายถึง การที่ธุรกิจมุ่งสร้างประสบการณ์ตรงให้แก่ผู้บริโภค เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของผู้บริโภค เป็นการกระตุ้น ผลักดันให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงกระทำพฤติกรรม และวิถีการดำเนินชีวิต ทำให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการตลาด ส่งเสริมให้มีการแสดงออกทาง ความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้ลูกค้าแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ซึ่งจะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าให้เป็นไปตามความต้องการของธุรกิจ ดังนั้นหากลูกค้าได้รับประสบการณ์ทางการกระทำและลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมและมีทัศนคติเชิงบวกต่อธุรกิจ

5. ประสบการณ์ผู้บริโภคสื่อสารมุ่งหวังให้เกิดความสัมพันธ์กัน (Relate-Marketing Communication) หมายถึง การที่ธุรกิจมุ่งหวังที่จะสร้างความสัมพันธ์ สร้างประสบการณ์ที่เกิดจากการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์รู้สึกเชื่อมโยงหรือรู้สึกมีความสัมพันธ์กับกลุ่มสังคมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ด้วยวิธีการเชื่อมโยงความคิดของผู้บริโภคคนหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง เป็นการตลาดที่มุ่งขยายผลจากการสร้างประสบการณ์มาเป็นการสานสร้างความสัมพันธ์กับบางสิ่ง บางอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวตนของตนเองกับสังคมภายนอก ปลูกกระแสการยอมรับและสร้างความศรัทธาในสินค้าหรือบริการ

ซึ่งแนวความคิดการตลาดของการเชิงประสบการณ์ผู้บริโภค ของ Schmitt (1999) สอดคล้องกับ Pine and Gilmore (1998) ในหัวข้อ Experience Economy ที่กล่าวถึงการสร้าง (stage) สิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งที่จับต้องได้ ได้แก่ สินค้าและผลิตภัณฑ์ และที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ การ

บริการ เกิดการสร้างประสบการณ์ที่มีประสิทธิผลและน่าจดจำให้กับผู้บริโภค เพื่อยกระดับของผลิตภัณฑ์และบริการนำไปสู่พฤติกรรมในการซื้อสินค้าอีกด้วย

ความหมายของเศรษฐกิจที่สร้างจากประสบการณ์ลูกค้า (Experience Economy)

เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ โดยการบริโภคในรูปแบบนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสนใจต่อรูปลักษณ์ภายนอกของสินค้าและบริการลดลง แต่จะหันไปให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการนั้น ผู้บริโภคในปัจจุบันชื่นชอบความสะดวกสบายและกล้าใช้จ่ายเมื่อพบสิ่งที่ตรงต่อความต้องการของตนเอง จึงมีแนวโน้มใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อประสบการณ์การใช้งานมากขึ้น ขณะเดียวกัน ความนิยมใช้โซเชียลมีเดีย และการยอมรับเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคยุคปัจจุบันให้ความสนใจวิถีการดำเนินชีวิตของผู้อื่น ของสังคม และนำมาปรับใช้กับตนเอง จึงต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ตามกระแสนิยมในขณะนั้น แนวโน้มการซื้อสินค้ามุ่งเน้นเพื่อซื้อประสบการณ์ทำให้สินค้าและบริการที่สามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้บริโภคมีโอกาสขยายตลาดได้เพิ่มขึ้น โดยพบว่าร้อยละ 81 ของผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อซื้อสินค้าและบริการ หากได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น ความรู้สึกประทับใจ สบายใจ และมีคุณค่าทางจิตใจ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2562)

จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย เศรษฐกิจที่สร้างจากประสบการณ์ลูกค้า โดยรวมแล้วหมายถึง เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ตรงใจ ประทับใจ และคุ้มค่าเกินความคาดหมายที่ผู้บริโภค ดังนั้นต้องมุ่งเน้นการประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ภาคธุรกิจต่างต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อครองใจผู้บริโภค เริ่มสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ซื้อสินค้าและบริการของตน ด้วยการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการตอบคำถามแก่ลูกค้า และวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า และนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะรายได้

3.1 ลักษณะของการสร้างประสบการณ์จากสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

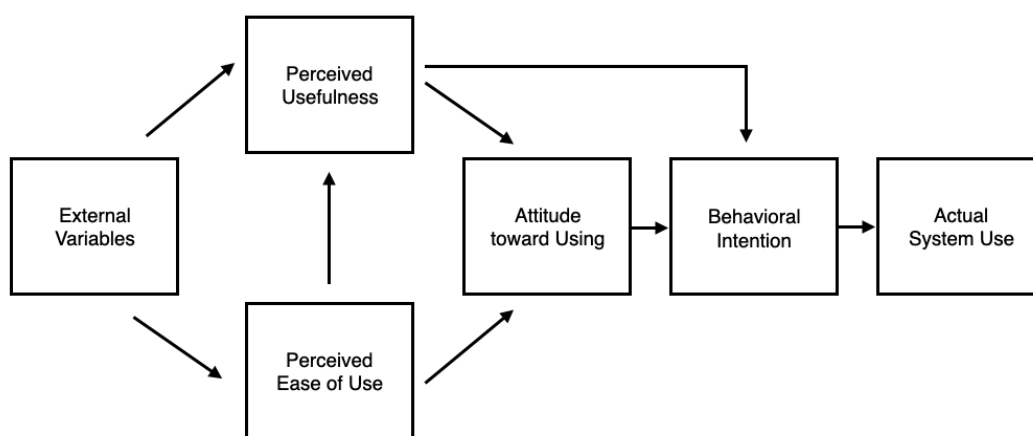
3.1.1 สร้างประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Customer Participation) หมายถึง การที่ผู้บริโภคสามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานหรือบริการให้ตรงกับวิถีชีวิตของตนเองได้ สินค้าที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการปรับแต่งแก้ไข และทำการสั่งซื้อ ใช้งานได้ด้วยตนเอง รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านชุมชนออนไลน์ เล่นกิจกรรมตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล และการพูดคุย สอบถามบริการกับทางบริษัทได้สะดวก ทั้งนี้ ปัจจุบันภาคธุรกิจต่างพยายามสร้างประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมให้แก่ผู้บริโภค อาทิ บริษัทผู้ผลิตสินค้าเทคโนโลยีชั้นนำของโลกอย่าง Apple ได้ใช้พื้นที่ใน Apple Store จัดกิจกรรม Today at Apple ให้ผู้ที่สนใจเข้ามาแลกเปลี่ยนและเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ของ Apple สร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ถ่ายภาพ วิดีโอ และดนตรี เป็นต้น

3.1.2 สร้างประสบการณ์จากการเชื่อมโยง (Connection) ทั้งการเชื่อมโยงทางกายภาพ (Physical Connection) ที่เชื่อมโยงผู้บริโภคเข้ากับสิ่งต่าง ๆ ผ่านการรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้ง 5 อาทิ การมองเห็น และการฟัง ยกตัวอย่างเช่น สินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีมาช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ ซึ่งใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันช่วยผู้บริโภคได้สัมผัสประสบการณ์ซื้อสินค้าเสมือนจริงได้ หรือการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Big Data เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบรายคน และนำเสนอกลุ่มสินค้า ตลอดจนโปรโมชั่นสำหรับแต่ละคนได้อย่างเหมาะสม และการเชื่อมโยงทางจิตใจ (Mental Connection) คือ ความสะดวกสบายให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่าย ต้องมีคุณค่า มีความคุ้มค่ามากพอ ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าต้องมีราคาถูกเสมอไป แต่ต้องสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่ามากกว่า (มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ, 2561)

ทั้งนี้ จากการทบทวนแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นแนวทางสำคัญในการดำเนินการตอบสนองความต้องการ แก้ไขปัญหาที่ผู้บริโภคพบเจอ โดยเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มผู้บริโภค ภาคธุรกิจนั้นได้เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของแต่ละบุคคลเพื่อทำการตลาดเฉพาะบุคคล (Personalize marketing) ให้ตรงใจผู้บริโภค และมีธรรมชาติในการใช้งาน โดยข้อมูลต้องสามารถนำไปวิเคราะห์ เพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการที่คุ้มค่า และพัฒนาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และมีส่วนทำให้การพัฒนาการตลาดของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้เจาะจง ตรงกลุ่มลูกค้าอย่างผู้สูงวัย และการยอมรับเทคโนโลยี สังครอบข้างก็เป็นส่วนกระตุ้นให้ผู้สูงวัยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล ทั้งนี้ประสบการณ์การใช้งานจะส่งผลเชิงบวกก็ต่อเมื่อ ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการใช้งานที่ง่าย สะดวกสบาย และผู้สูงวัยหลังเกษียณเกิดความคิด

เกิดความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี ทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถบอกต่อและเชิญชวนคนกลุ่มนี้มาใช้งานได้มากขึ้น นำแนวคิดทฤษฎีใช้กำหนดเป็นตัวแปรต้นในกรอบงานวิจัย

4. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แสดงภาพแบบจำลอง Technology Acceptance Model: TAM

ที่มา : The Technology Acceptance Model — TAM (ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี) พื้นฐานที่ต้องรู้ในการบริการจัดการระบบสารสนเทศ เข้าถึงเมื่อ 26 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://medium.com/@sutheepromsena/the-technology-acceptance-model-tam>

ความหมายของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีได้พัฒนาเพิ่มเติมจากทฤษฎี TRA และทฤษฎี TPB หลักการของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) คือ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่กว่าผู้ใช้จะใช้เวลาและจะมีแนวโน้มการใช้งานอย่างไร โดยเปรียบเสมือนความตั้งใจหรือเจตนาที่จะทำบางสิ่งบางอย่าง ทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งนั้น เมื่อสร้างความตั้งใจหรือเจตนาขึ้นมา ส่งผลต่อการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ จะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานของตนให้ดีขึ้น หรือเทคโนโลยีนั้น ๆ มีประโยชน์ตนเองซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้ (Davis, 1989; Brown and Venkatesh, 2005)

4.1 การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน และช่วยยกระดับคุณภาพในการดำเนินชีวิต เช่น เมื่อใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ทำให้เกิดความสะดวกสบาย

ลดค่าใช้จ่าย ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทาง และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย จิตใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้

4.2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อถือว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน ง่ายต่อการเข้าถึง ง่ายต่อการเรียนรู้ และสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ไม่มีความซับซ้อน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ดังนั้นเมื่อรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีแล้วจะทำให้เกิดความมั่นใจ ให้ก่อให้เกิดความต้องการที่จะเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่เพิ่มมากขึ้น พร้อมพัฒนาประสิทธิภาพ เพิ่มประสิทธิผลที่มีประโยชน์ต่อตนเอง

4.3 ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยี (Attitude toward Using) หมายถึง ปฏิบัติการรับรู้โดยรวมของแต่ละบุคคลที่มีต่อการใช้งานของเทคโนโลยีนั้น ๆ จะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งานซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย 4 ตัววัดคือ 1. ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมนำมาใช้วัดระดับ ความดีหรือไม่ดี ความเป็นที่พอใจหรือไม่เป็นที่พอใจ และความชอบหรือไม่ชอบ 2. แรงจูงใจภายใน นำมาใช้วัดระดับสามารถสร้างความสนุกสนาน ความพอใจ และความสนุก 3. ผลของการใช้งานถูกนำไปใช้วัดระดับความน่าสนใจ และความถี่ในการใช้งาน และ 4. ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม ใช้วัดระดับความชอบ ความรู้สึกผิดหวัง และความรู้สึกเบื่อ

4.4 ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) หมายถึง พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น หากเมื่อเกิดความตั้งใจใช้งานในผู้บริโภคมิแนวโน้มที่ทางผู้บริโภคจะเกิดการใช้งานซ้ำหรือใช้งานอย่างต่อเนื่อง

4.5 การใช้งานจริง (Actual Use) หมายถึง การยอมรับเทคโนโลยีโดยผู้บริโภครได้เริ่มใช้งาน โดยทัศนคติต่อการใช้งานนั้น เป็นส่วนสำคัญ และตัวแปรที่มีผลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้ ทั้งในเชิงลบและเชิงบวกขึ้นอยู่กับความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ ด้วย

4.6 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคล ที่เชื่อว่าตนเองควรใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรู้สึก การตัดสินใจ และการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลอื่น ซึ่งเป็นอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน คนรอบข้าง กลุ่มเพื่อนที่สัมพันธ์กันหรือทำธุรกิจร่วมกัน เป็นต้น

4.7 ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้งานที่เป็นผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และขั้นตอนที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยีหากมีการรับรู้ดังกล่าวในระดับที่มากจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้น เกิดความตั้งใจในการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

ผลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) พบว่า ปัจจัยภายนอกต่าง ๆ สามารถส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ของแต่ละบุคคล โดยเทคโนโลยีที่กล่าวนี้รวมถึงระบบสารสนเทศ ผลิตภัณฑ์ การตลาดและการเต็มใจ ใช้งาน โดยเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับแนวคิดของ (E. M. Rogers, 2003) พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ จากเทคโนโลยีสามารถเทียบได้กับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม (Relative Advantage) และการรับรู้ขั้นตอนวิธีการที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยี สามารถเทียบได้กับความซับซ้อน ของเทคโนโลยีนวัตกรรม (Complexity) นอกจากนี้ (Taylor and Todd, 1995) ได้กล่าวว่า แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ได้นำเสนอปัจจัยที่ควรพิจารณาเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีมากกว่า สองปัจจัย ที่ให้แบบจำลองดังกล่าวมีความแตกต่างจากแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ

จากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) จะเห็นได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากได้มีประสบการณ์การใช้งานนั้น ๆ ก่อน จนทำให้รู้สึก เกิดความสะดวกสบาย มีความง่ายในการใช้งาน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้ใช้งานได้ตรงจุด และมีประโยชน์มากกว่าการใช้งานแบบเดิม ๆ ที่ใช้งานอยู่ก่อนหน้านี้ สิ่งหนึ่งที่เป็น สิ่งสำคัญในการขับเคลื่อน คือ คนรอบข้างที่เริ่มใช้งานไปพร้อมกัน ใช้งานในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้ง แนะนำทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานมากขึ้น รู้สึกมีคนที่ยึด ทำเหมือนกัน และรู้สึกได้เป็นที่ ยอมรับต่อสังคม จะสอดคล้องต่อความรู้สึกส่งผลต่อการเต็มใจใช้งานได้

5. แนวคิดความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use)

ความหมายของแนวคิดความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use)

ช่อผกา เหลืองช่างทอง (2558) กล่าวว่า ความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) เป็นวิธี ประเมินมูลค่าโดยวิธีการสำรวจความเต็มใจใช้งาน เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก จิตใจ โดยวิธีการหนึ่งที่เปรียบเหมือนการจำลองสถานการณ์เพื่อหาความต้องการต่อการใช้งานหรือใช้ บริการโดยที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง เป็นการสอบถามกลุ่มผู้บริโภคว่ามีความเต็มใจใช้งานมากขึ้นหรือไม่ หากจะได้ประโยชน์ หรือมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

ทั้งนี้ความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) หมายถึง การรับรู้ถึงเทคโนโลยี หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ และรับรู้ถึงความพอใจในการใช้งาน เมื่อเกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับการใช้ งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ก็สามารถประเมินพฤติกรรมได้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์นั้นมีความสำคัญ มี ค่ามากกว่าอุปสรรคที่ผู้บริโภคได้รับ เมื่อเกิดพฤติกรรมนี้จึงแสดงให้เห็นว่า ความเต็มใจที่จะใช้งาน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นได้จากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเป็นส่วนสำคัญ สอดคล้องกับรับรู้ ในการใช้งานอีกด้วย (Ares, G., & Ga'mbaro, A, 2007)

คำจำกัดของความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) ว่า มูลค่าทางจิตใจที่ผู้บริโภคที่มีความสามารถในการใช้งานนั้น ๆ หรือเต็มใจใช้งานในเวลานั้น ๆ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก โดยเป็นตัวแปรที่จะเปลี่ยนแปลงความเต็มใจใช้งานได้ (Karen & James, 2001)

ความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) คือ การเต็มใจใช้งานนั้นขึ้นอยู่กับระดับศักยภาพของผู้บริโภค ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการใช้งานมากหรือน้อยต่างกัน อุปสรรคที่แท้จริงต่อการเรียนรู้ และการรู้วิธีการใช้งานนั้นขึ้นอยู่กับ การยอมรับเทคโนโลยีและต้องการใช้งานเทคโนโลยีเหล่านั้น หากผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงการยอมรับเทคโนโลยีทั่วไปได้และเชื่อถือในระบบจะส่งผลต่อการเต็มใจใช้งานได้ และเกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ (Varra, A. A, 2007)

ความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าได้รับอิทธิพลจากปัจจัยความตั้งใจ และทัศนคติในการซื้อสินค้า โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยความเต็มใจใช้งานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยย่อยได้แก่ ด้านความมุ่งมั่น ด้านความยินดี ด้านการวางแผน และด้านการพิจารณา และความเต็มใจใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว ได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติในการใช้งานสินค้า ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านประสบการณ์ในการซื้อ ด้านความประหยัดเวลา ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความปลอดภัย และด้านความมีชื่อเสียง (Sonchit, 2014)

ผู้วิจัยสรุปความหมาย ความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) คือ การที่ผู้บริโภคมีการยอมรับเทคโนโลยี ในส่วนการรับรู้ความง่าย และการรับรู้ประโยชน์การใช้งานแล้วนั้น จะเป็นตัวแปรสำคัญในการที่ผู้บริโภคเลือกใช้งาน พร้อมทั้งเป็นคุณค่าทางจิตใจที่สอดคล้องกับความรู้สึกหรือความต้องการที่ต้องการมีความสัมพันธ์ ความมีส่วนร่วมในการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จนเกิดคุณค่าในเชิงบวก โดยอาจจะได้รับอิทธิพลจากสังคม เป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดการเต็มใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use)

เป็นแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องด้านความรู้ ความเข้าใจของบุคคลที่ใช้งานที่เต็มใจใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ความเข้าใจที่ดีหรือการไม่เข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี ทุกอย่างล้วนขึ้นอยู่กับศักยภาพของบุคคลนั้น ๆ สามารถเป็นข้อมูลที่ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของเทคโนโลยีได้ และสอดคล้องกับคุณภาพของข้อมูลที่เป็นผลมาจากการตัดสินใจ ด้านการจัดการความสำคัญของการทำความเข้าใจ การยอมรับระบบใหม่ เทคโนโลยีใหม่ส่งผลสูงสุดต่อการนำไปใช้งานจริง โดยเฉพาะขอบเขตของผู้บริโภคเกี่ยวกับ การรับรู้ถึงความได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ความซับซ้อนและความสามารถในการทดลองใช้ของเทคโนโลยีใหม่ มีอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกก่อนการนำมาใช้รวมถึงปัจจัยเหล่านี้ที่ผสมผสานกันทำให้เกิดความเต็มใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ มากที่สุด เพื่อเผยแพร่นวัตกรรมให้มี

ความยั่งยืน การเต็มใจที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะมากขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการเห็นว่าเทคโนโลยีนี้มีความได้เปรียบสูงในปัจจุบันมีความซับซ้อนต่ำ มีแนวโน้มสูงในการรับรู้การใช้งานที่ง่าย และยังมีประโยชน์ต่อตนเอง (Rafi Mohammed, 2017)

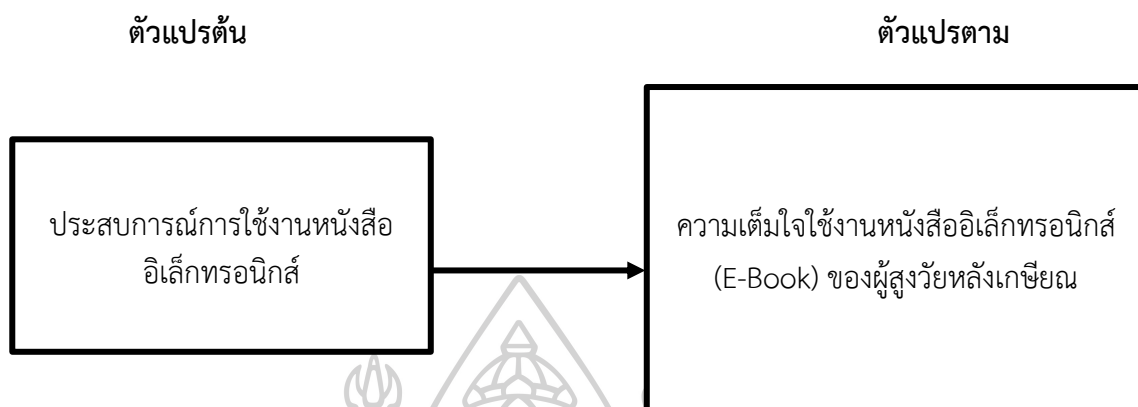
แนวคิดความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) ผู้ใช้งานอาจเต็มใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่มากขึ้นเมื่อความซับซ้อนอยู่ในระดับต่ำโดยไม่คำนึงถึงความได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ อย่างไรก็ตามสำหรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีความโดดเด่นเรื่องการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยี ค่อนข้าง และยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เพื่อตอบโต้ภัยการใช้งานทั้งในส่วนของคุณลักษณะรูปแบบการใช้งานที่ปรับเปลี่ยนได้ตามพฤติกรรม และการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน มีความปลอดภัยในการใช้งาน และการชำระเงิน ผู้บริโภคจึงเกิดความเต็มใจใช้งาน และตระหนักถึงคุณค่าที่จะได้รับจากการเข้าใช้งานเทคโนโลยีอย่างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Michael Michalisin, 2013)

Urala and Lehteenmaki (2004) กล่าวว่า สำหรับผู้บริโภคนั้น สนใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานก็ต่อเมื่อ ผู้บริโภคเกิดความคาดหวังและสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ตอบโจทย์ได้มากกว่าที่คาดคิด พร้อมทั้งมีประโยชน์ส่งผลดีต่อผู้บริโภคมากกว่าวิถีชีวิตเดิมที่เป็นอยู่ ส่งผลให้เกิดความเต็มใจใช้งานที่ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้แทนสินค้าเดิม

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเต็มใจใช้งาน (Willingness to use) ได้ดังนี้ ส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องโดยตรงจากการที่ผู้สูงอายุยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และเมื่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และมีความง่ายมากกว่าการใช้งานแบบเดิม ผู้ผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ต่างมีจุดมุ่งหมายในการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้บริโภค เพื่อแรงจูงใจนำไปสู่การใช้งานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นหัวใจของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งนี้หากภาคธุรกิจยังมีข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ก็จะสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดประสบการณ์การใช้งาน และแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่ผู้ให้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก การประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุหลังเกษียณ ที่มีความต้องการแตกต่างจากวัยอื่น พร้อมทั้งปรับการแสดงผลได้อย่างมีคุณค่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สามารถนำไปสู่การสร้างความเต็มใจใช้งานได้ในระดับที่สูงขึ้นและยั่งยืน ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย ที่ 1 ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

นอกเหนือจากการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องแล้ว ภาคธุรกิจยังต้องมุ่งเน้นการที่ลูกค้าเข้าถึงหรือติดต่อบริการนั้น ๆ ได้ง่ายอีกด้วย และสิ่งที่สำคัญคือเมื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเต็มใจใช้งาน โดยการสร้างความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้นเกิดจากที่ภาคธุรกิจต่าง ๆ หันมาพัฒนาเก็บข้อมูล วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะใช้ออกแบบสินค้าและบริการสอดคล้อง และตรงความต้องการผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งภาคธุรกิจต่างต้องพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยประสบการณ์การใช้งานนั้นเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะส่งอิทธิพลต่อความเต็มใจใช้งานได้

และจากแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และความเต็มใจใช้งานนั้น การยอมรับเทคโนโลยีเปรียบเสมือนความตั้งใจที่ต้องการส่งผลดีต่อผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลลัพธ์ส่งกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานหรือบริการ ให้มีความเข้าใจ มีประโยชน์ใช้งาน และมีความง่ายเหมาะสม สอดคล้องกับแต่ละบุคคล

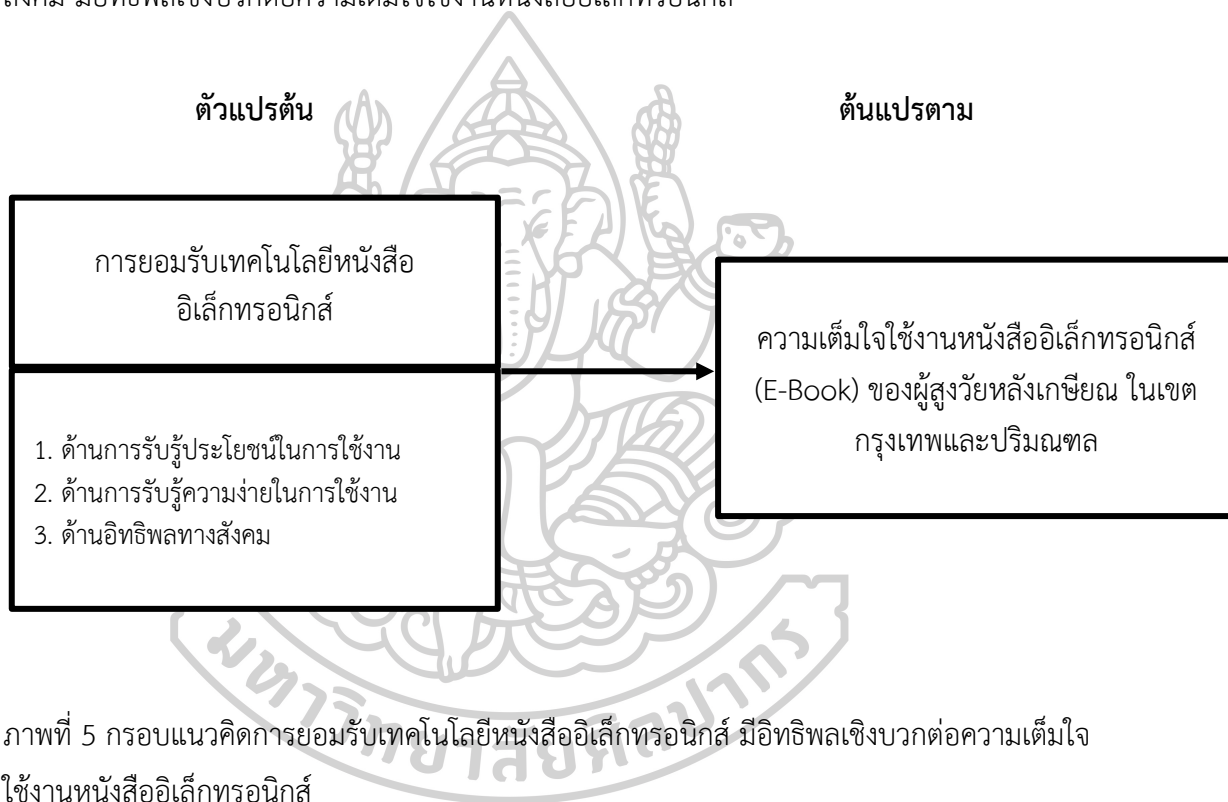
จากการทบทวนแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยเรื่อง ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานที่ 2 ของการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.3 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุวรรณ จุบรรจง (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) การศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบการอ่านระหว่างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์กับหนังสือกระดาษ กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 87.4 และ 91.8 เห็นว่าอ่านหนังสือกระดาษดีกว่าหากเป็นการอ่านหนังสือกับเด็กหรือต้องการแบ่งปันการอ่าน แต่หากต้องการอ่านทันทีไม่ต้องรอจัดซื้อนานหรืออ่านขณะเดินทาง กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 97.9 และ 87.6 เห็นว่าอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ดีกว่า

ณัฐนิชา ฮูไชนี่ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพประสบการณ์และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงแรมบูติค การศึกษาพบว่า โดยภาพรวมแล้ว

กลุ่มปัจจัยด้านคุณภาพประสบการณ์ลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยด้าน ประสบการณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้าน ประสบการณ์ในขณะที่รับบริการ และกลุ่มปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงแรมบูติคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากได้รับการบริการที่ดี จะเลือกใช้บริการในโอกาสถัดไป โดยปัจจัยของด้านคุณภาพประสบการณ์ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด สำหรับการเข้ารับบริการโรงแรมบูติค โดย ในส่วนของประสบการณ์ในขณะที่รับบริการนั้นจะเน้นไปในเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่าง พนักงานโรงแรม และผู้รับบริการ โดยพนักงานนั้นจะต้องมีคุณลักษณะที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เน้นการ บริการที่ดี มี Service mind และมีความยืดหยุ่นในการบริการ

ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง การใช้และความพึงพอใจของผู้ซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของอุ๊คบี จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของอุ๊คบีมีความพึงพอใจทาง ส่วนประสมทางการตลาด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะต่อการใช้งานและส่วนประสมทางการตลาด เช่น ด้านการใช้งานพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ชอบอ่านหนังสือในหมวดบันเทิงและหมวดผู้หญิง ดังนั้น อุ๊คบีจึงควรพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของ ผู้หญิงที่เป็นผู้ซื้อ ค่อนข้างสูงเพื่อเพิ่มยอดขายด้านนี้ให้มากขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า รูปลักษณ์ของเว็บไซต์ยังมีความพอใจอยู่ในระดับสุดท้าย ดังนั้น อุ๊คบีจึงควรตั้งทีมพัฒนาเว็บไซต์เพื่อมารองรับและพัฒนารูปลักษณ์ของเว็บไซต์ให้มี ความสวยงาม โดดเด่น และทันสมัย อยู่เสมอ ด้านราคา พบว่าการเสนอราคา e-book ยังมีความพอใจอยู่ในระดับสุดท้าย ดังนั้นอุ๊คบีจึงควรตั้งราคา e-book ให้มีความหลากหลาย เพื่อให้ผู้ใช้ได้เลือกซื้อตามความต้องการของ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าความหลากหลายใน ช่องทางการจัดจำหน่ายและการรองรับระบบปฏิบัติการ เช่น iOS, Android และ เว็บไซต์ www.ookbee.com ยังไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้น อุ๊คบีจึงควรหาเครือข่ายพันธมิตร หรือรับตัวแทนการขาย เพื่อเพิ่ม ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผู้ซื้อเข้าถึงง่ายที่สุด อีกทั้งทีมพัฒนาระบบควรพัฒนาการใช้งาน ระบบปฏิบัติการให้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และด้านส่งเสริมการขาย พบว่า การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการตลาด เช่น การแจก แคม และลดราคา ยังมีความพอใจอยู่ในระดับสุดท้าย ดังนั้น อุ๊คบีจึง ควรจัดโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม เพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการใช้งานของผู้ซื้อ

มัสลิน ใจคุณ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z การศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถฝึกเข้าใช้งาน เฟซบุ๊ก ไลฟ์ ให้เกิดความเชี่ยวชาญได้ง่าย ด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก ไลฟ์ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง สั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก ไลฟ์ ได้ทุกสถานที่ ทำให้รู้สึกสะดวกสบายในการใช้งาน ดังนั้นการสั่งซื้อของออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X,

Y, Z เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถนำไปพัฒนารูปแบบ การนำเสนอสินค้า กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคออนไลน์ ให้เกิด ความพึงพอใจในการใช้บริการ สร้างความเชื่อมั่น ในการทำธุรกรรม และนำไปประยุกต์ให้เหมาะสม กับผู้บริโภค

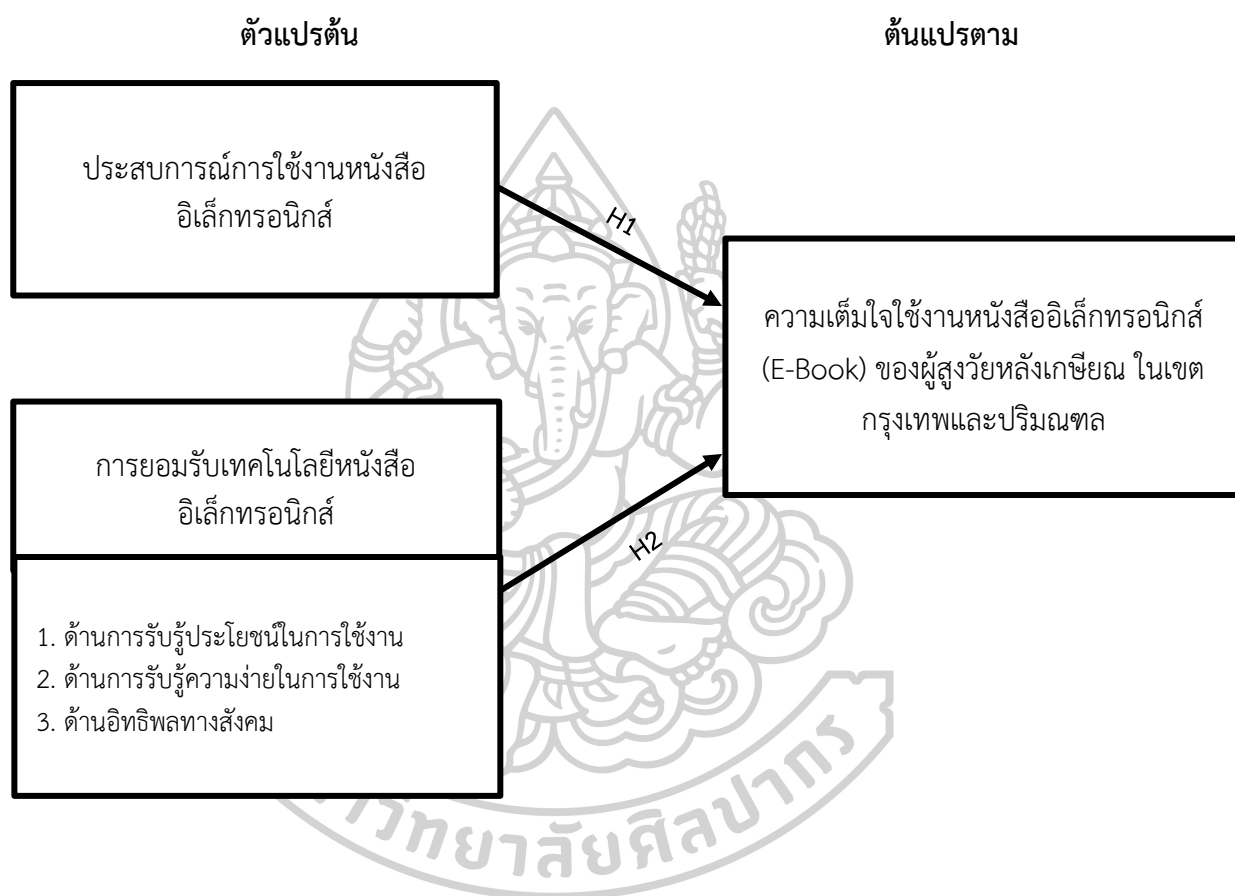
พรพรรณ ตันเจริญ (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาพบว่า ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคล มีผลโดยตรงต่อการใช้งานแอปพลิเคชันรองลงมาคืออิทธิพลของสังคม โดยด้านอิทธิพลของสังคม เป็นไปตามสภาพแวดล้อมของกลุ่มคนรอบข้างที่ส่งผลต่อการใช้ออปพลิเคชัน ผู้ใช้ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรอบข้าง หรือใช้ตามกระแสสังคม เนื่องจากภาพลักษณ์ทางสังคม เป็นความปรารถนาของบุคคลที่ต้องการได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง และเป็นการใช้เทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับ ชื่นชม จากคนรอบตัว เพื่อน พี่น้อง และคนอื่นๆที่อยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน

Muhammad Mehrban และ Muhammad Asif (2010) ได้ทำวิจัยเรื่อง Challenges and Strategies in Mobile Phones Interface for elder people ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบส่วนต่อประสาน กับผู้ใช้สูงอายุในนวัตกรรมที่เพิ่มความซับซ้อนทางเทคนิคของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ การศึกษาพบว่า กุญแจสำคัญในการยอมรับผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีคือ ประสิทธิภาพของผู้สูงอายุที่เข้าใจผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ใน ขั้นตอนการออกแบบจึงจำเป็นต้องออกแบบอย่างมีระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการออกแบบส่วนต่อ ประสานกับผู้ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและการใช้งานได้ดีที่สุด วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ การจำแนกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในบริบทของผู้สูงอายุ ผลการศึกษานี้ ช่วยให้นักออกแบบและนักพัฒนาซอฟต์แวร์โทรศัพท์มือถือค้นพบปัญหาในการใช้งานผู้สูงอายุที่ต้องเผชิญ ส่วนต่อ ประสานกับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในปัจจุบัน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมความต้องการจาก ผู้สูงอายุเกี่ยวกับส่วนต่อประสานกับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาต้นแบบความเที่ยงตรงต่ำ (Low fidelity) ของส่วนต่อประสานกับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือซึ่งมีความใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์จริงน้อย นอกจากนี้ จากการทดสอบความสามารถในการใช้งานพบว่า ผลงานต้นแบบมีประสิทธิภาพไม่แม่นยำ ซึ่งวิธีการออกแบบ ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุที่มีสายตาลดลงนั้น ผู้สูงอายุสามารถเลือกโหมดการแสดงผลที่แตกต่างกันได้

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ได้ทบทวนมานี้ มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิดประสิทธิภาพการใช้งาน และความเต็มใจใช้งาน โดยแนวคิดที่กล่าวมานี้ ส่งผลโดยตรงกับผู้บริโภค ช่วยเพื่อความรู้ ประสิทธิภาพมรการใช้บริการ และมีความเข้าใจในประโยชน์ของ

เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ผู้ศึกษาวิจัยสามารถนำมากำหนดตัวแปรและพัฒนาสร้างกรอบแนวคิดเรื่อง ประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ดังกรอบแนวคิดในการวิจัยรายละเอียดต่อไปนี้

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.ศึกษาประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2.ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3.ศึกษาความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4. ศึกษาประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอิทธิพลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดระเบียบและวิธีการวิจัยที่ครอบคลุมตามหัวข้อ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย
5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ คือ ผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณหาขนาดตัวอย่างจำนวนน้อยสุดที่ต้องใช้ในการสำรวจ เพื่อให้สามารถใช้เป็นตัวแทนประชากรทั้งหมด จึงคำนวณจากสูตรในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสำรวจจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran (ยูทธ ไกยวรรณ์, 2552) ซึ่งมีรายละเอียดของสูตรดังนี้

$$N = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดย N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม (โดยค่า P ต้องกำหนดไม่ต่ำกว่า 50% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงจะอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้)

z แทน ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 95% (ค่า Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96)

D แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

สามารถนำไปแทนได้ในสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} N &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้คำนวณมานี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยจึงปรับขนาดตัวอย่างให้เป็นจำนวน 400 ชุด

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มคนอ่านอีบุ๊ก (E-book) ในเฟซบุ๊ก และทำการสอบถามเฉพาะผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) จนครบตามจำนวนที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

2.1 แบบสอบถาม

ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามประเภทปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งผู้วิจัยแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายรับเฉลี่ยต่อเดือนและลักษณะการอยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ที่มีอิทธิพลต่อเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านอิทธิพลทางสังคม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

2.2 การวัดตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

โดยส่วนที่ 1 การวัดข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ที่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้มาตรฐานการวัดแบบ Nominal Scales

โดยส่วนที่ 2-4 เรื่อง การวัดการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ การวัดการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านอิทธิพลทางสังคม และการวัดความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดจากการทบทวนแนวคิดในบทที่สอง มาประยุกต์ในการตั้งคำถามเพื่อที่จะได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการวัดระดับภาพรวม โดยใช้มาตรฐานวัดแบบ Likert Scales 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ไปจนถึงระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำผลการวิจัยที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของกลุ่มตัวอย่างและนำมาแปลความหมาย โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	มีระดับความคิดเห็น ระดับ มากที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	มีระดับความคิดเห็น ระดับ มาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	มีระดับความคิดเห็น ระดับ ปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	มีระดับความคิดเห็น ระดับ น้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	มีระดับความคิดเห็น ระดับ น้อยที่สุด

3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และครอบคลุมเนื้อหาในงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามนี้ไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม สมบูรณ์ และนำมาพิจารณาประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม โดยการใช้วิธีทางสถิติสำหรับความเที่ยงตรง ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ และการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ประเมิน (ประสพชัย พสุนนท์, 2555)

3.1.1 การวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item – objective congruence: IOC) โดยจะมีการกำหนดการให้คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- +1 หมายถึง คำถามมีความเหมาะสม
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจถึงความเหมาะสมของคำถาม
- 1 หมายถึง คำถามมีความไม่เหมาะสม

โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

Σ คือ ผลรวมของคะแนนผู้ทรงคุณวุฒิ

N คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยค่า IOC ที่ได้มานั้นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านแล้วนำมาคำนวณ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามทั้ง 30 ข้อ ถ้าคำนวณแล้วได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าสอดคล้องในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) หากข้อคำถามใดมีค่าไม่ถึงเกณฑ์ที่ยอมรับได้ผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงพัฒนาข้อคำถามให้สอดคล้องและครอบคลุมตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ หลังจากผ่านการพิจารณาเรียบร้อยแล้ว ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

3.2.1 การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามงานวิจัยที่ได้พัฒนาแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' alpha coefficient) ซึ่งจะกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ($\alpha = 0.05$) ระดับความถูกต้อง (Validity) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 หรือความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95% ซึ่งค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่ามากกว่าศูนย์แต่น้อยกว่าหนึ่ง โดยค่าความเชื่อมั่นของแต่ละข้อคำถามนั้น ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) ซึ่งค่าที่ได้มีค่าอยู่ในช่วง 0.84 – 0.95 (รายละเอียดดังตารางที่ 1) ดังนั้นแบบสอบถามจึงสามารถจัดอยู่ในแบบสอบถามที่อยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูง และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในงานวิจัยได้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha)
การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	.869
ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	.784
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	.779
ด้านอิทธิพลทางสังคม	.807
ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	.827
ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	.815
รวม	.813

4. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ การศึกษางานวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการเก็บแบบสอบถามผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ผู้ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ข้อมูลประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ และข้อมูลความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ผ่านการส่งแบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มคนอ่านอีบุ๊ก (E-book) ในเฟซบุ๊กจนครบตามจำนวนที่กำหนด

5.2 นำแบบสอบถามกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาใช้ในการวิเคราะห์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

6. การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการใช้แบบสอบถามประเภทปลายปิดกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Science for window) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

6.1 วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

6.2 สถิติใช้เพื่อทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficients) ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ซึ่งมีระดับการวัดแบบ Interval scale หรือข้อมูลเชิงปริมาณ

6.3 สถิติใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐาน ในการวิจัยครั้งนี้ทดสอบสมมติฐาน 2 วิธี คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในสมมติฐานที่ 1 และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการทำงาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการทำงาน ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในสมมติฐานที่ 2

7. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์และอักษรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนประชากรที่ศึกษา
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
p – value	แทน	ระดับนัยทางสถิติ (Significance)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน
a	แทน	ค่าค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Adjusted R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
***	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่องประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงวัยหลังเกษียณอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแสดงไว้เป็นลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ที่มีอิทธิพลต่อเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นของความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย ที่ 1 ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.3 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

1. ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 400 คน จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายรับเฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะการอยู่อาศัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) นำมาแจกแจงความถี่ของแต่ละข้อ จากนั้นทำการหาค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ดังแสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

(n = 400 คน)

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	93	23.25
หญิง	307	76.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ราย แบ่งออกเป็นเพศหญิง จำนวน 307 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.75 และเพศชายจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.25

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ

(n = 400 คน)

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
สมรส	238	59.50
โสด	162	40.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ราย แบ่งออกเป็นสถานภาพสมรส 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.50 และสถานภาพโสด จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400 คน)

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	11.25
ปริญญาตรี	232	58.00
ปริญญาโท	100	25.00
ปริญญาเอก	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ราย แบ่งออกเป็นปริญญาตรีจำนวน 232 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.00 ปริญญาโท จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 และปริญญาเอกจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

(n = 400 คน)

รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	43	10.75
15,001 – 25,000 บาท	136	34.00
25,001 – 35,000 บาท	121	30.25
35,000 บาทขึ้นไป	100	25.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ราย แบ่งออกเป็นรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.00 รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.25 รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย

(n = 400 คน)

ลักษณะการอยู่อาศัย	ความถี่	ร้อยละ
อาศัยอยู่คนเดียว	106	26.57
อาศัยอยู่กับลูก	93	23.31
อาศัยอยู่เป็นครอบครัวขนาดใหญ่	179	44.86
อาศัยอยู่กับคนดูแล	21	5.26
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ราย แบ่งออกเป็น อาศัยอยู่เป็นครอบครัวขนาดใหญ่ จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.86 การอาศัยอยู่คนเดียว จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.57 อาศัยอยู่กับลูก จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.31 และอาศัยอยู่กับคนดูแล จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.26 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ตารางที่ 7 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน

ด้านการรับรู้ประโยชน์ ในการใช้งาน	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การ แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. การรับรู้ว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถบันทึกในอุปกรณ์ และใช้พกพา เกิดความสะดวกสบายในการใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา	139 (34.75)	187 (46.75)	73 (18.25)	0	1 (0.25)	4.16	0.73	ระดับ มาก
2. การรับรู้ว่ารระบบต่างๆ ของแอปพลิเคชัน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เข้าใจง่าย และสามารถทำได้ด้วยตนเอง	77 (19.25)	201 (50.25)	118 (29.50)	4 (1.00)	0	3.86	0.72	ระดับ มาก
3. การรับรู้ว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ปรับรูปแบบการใช้งานให้เหมาะกับผู้สูงอายุหลังเกษียณได้	91 (22.75)	204 (51.00)	103 (25.75)	2 (0.50)	0	3.96	0.71	ระดับ มาก

ตารางที่ 8 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ด้านการรับรู้ความง่าย ในการใช้งาน	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การ แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ท่านทราบว่าซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และชำระเงินได้ง่าย แก่ผู้สูงวัยหลังเกษียณ	109 (27.25)	177 (44.25)	110 (27.50)	3 (0.75)	1 (0.25)	3.97	0.78	ระดับ มาก
2. ท่านทราบว่าหมวดหมู่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีการจัดเรียงอย่างเป็นระบบทำให้ง่ายต่อการค้นหาและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามการใช้งาน หรือความสนใจของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	89 (22.25)	190 (47.50)	116 (29.00)	4 (1.00)	1 (0.25)	3.91	0.75	ระดับ มาก
3. ท่านทราบว่าการจัดรูปแบบการค้นหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และค้นหาแนวหนังสือที่ต้องการง่ายต่อการเลือกซื้อเลือกอ่าน	84 (21.00)	189 (47.25)	122 (30.50)	4 (1.00)	1 (0.25)	3.88	0.75	ระดับ มาก

ตารางที่ 8 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
(ต่อ)

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4. ท่านทราบว่า การตอบสนองของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ	92 (23.00)	203 (50.75)	102 (25.50)	3 (0.75)	0	3.96	0.72	ระดับมาก
5. ท่านทราบว่าเมนูในแอปพลิเคชันมีลักษณะตัวอักษรที่ใหญ่และชัดเจน เหมาะกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ	84 (21.00)	197 (49.25)	117 (29.25)	1 (0.25)	1 (0.25)	3.91	0.73	ระดับมาก
รวมด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน						3.92	0.54	ระดับมาก

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน พบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ $\bar{X} = 3.92$ และ $SD = 0.54$ เมื่อแบ่งตามรายละเอียดแล้ว ระดับมากประกอบด้วยความคิดเห็นเรื่อง การซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และชำระเงินได้ง่ายแก่ผู้สูงวัยหลังเกษียณ ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.78$) 2.การตอบสนองของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.72$) 3.หมวดหมู่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีการจัดเรียงอย่างเป็นระบบทำให้ง่ายต่อการค้นหาและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามการใช้งาน หรือความสนใจของผู้สูงวัยหลังเกษียณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.75$) 4.เมนูในแอปพลิเคชันมีลักษณะตัวอักษรที่ใหญ่และชัดเจน เหมาะกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.73$) 5.การจัดรูปแบบการค้นหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และค้นหาแนวหนังสือที่ต้องการ ง่ายต่อการเลือกซื้อ เลือกอ่าน ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านอิทธิพลทางสังคม

ด้านอิทธิพลทางสังคม	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ช่วยลดปัญหาความเครียดในผู้สูงวัยหลังเกษียณ	87 (21.75)	200 (50.00)	110 (27.50)	2 (0.50)	1 (0.25)	3.93	0.73	ระดับมาก
2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นตัวช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมและเพิ่มคุณภาพความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ	82 (20.50)	189 (47.25)	125 (31.25)	3 (0.75)	1 (0.25)	3.87	0.74	ระดับมาก
3. ช่วยลดปัญหาสุขภาพ ด้านสายตา จากการอ่านหนังสือนาน ๆ หรือปัญหาด้านอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ จากการถือหนังสือเล่มอ่านเป็นนานของผู้สูงวัย	70 (17.50)	201 (50.25)	119 (29.75)	5 (1.25)	5 (1.25)	3.82	0.78	ระดับมาก
4. การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้ท่านเกิดความสนใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ	70 (17.50)	189 (47.25)	129 (32.25)	10 (2.50)	2 (0.50)	3.79	0.78	ระดับมาก

ตารางที่ 9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านอิทธิพลทางสังคม (ต่อ)

ด้านอิทธิพลทางสังคม	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
รวมด้านอิทธิพลทางสังคม						3.85	0.53	ระดับมาก
การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณโดยรวม						3.92	0.43	ระดับมาก

จากตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้านอิทธิพลทางสังคม พบว่า ด้านอิทธิพลทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ $\bar{X} = 3.85$ และ $SD = 0.53$ เมื่อแบ่งตามรายละเอียดแล้ว ระดับมากประกอบด้วยความคิดเห็นเรื่อง 1.ช่วยลดปัญหาความเครียดในผู้สูงวัยหลังเกษียณ ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.73$) 2.หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นตัวช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อม และเพิ่มคุณภาพ ความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.74$) 3.ช่วยลดปัญหาสุขภาพ ด้านสายตา จากการอ่านหนังสือนาน ๆ หรือปัญหาด้านอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ จากการถือหนังสือเล่มอ่านเป็นนานของผู้สูงวัย ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.78$) 4. การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้ท่านเกิดความสนใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.53$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ตารางที่ 10 แสดงประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ประสบการณ์การใช้งาน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัย หลังเกษียณ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ประสบการณ์การใช้ งานหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สอดคล้องกับ รูปแบบการใช้ชีวิตของ ท่าน	148 (37.00)	208 (52.00)	41 (10.25)	3 (0.75)	0	4.25	0.66	ระดับ มาก ที่สุด
2. ท่านพอใจใน ประสบการณ์การเลือก ซื้อ หรือเลือกอ่าน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)	89 (22.25)	190 (47.50)	119 (29.75)	2 (0.50)	0	3.92	0.73	ระดับ มาก
3. การชำระเงินเพื่อ สั่งซื้อ หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีความง่าย และปลอดภัย	94 (23.50)	223 (55.75)	81 (20.25)	2 (0.50)	0	4.02	0.68	ระดับ มาก
4. การสั่งซื้อ หรือจอง หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผ่านช่องทาง ออนไลน์ สามารถทำได้ รวดเร็ว	114 (28.50)	190 (47.50)	95 (23.75)	1 (0.25)	0	4.04	0.73	ระดับ มาก

ตารางที่ 10 แสดงประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ
(ต่อ)

ประสบการณ์การใช้งาน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัย หลังเกษียณ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
5. ท่านพบว่าหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E- Book) เลือกปรับเพิ่ม- ลด ขนาดตัวอักษร ให้ ตรงกับเครื่องมือที่ใช้ใน การอ่านได้ และใช้งาน ได้ไม่ติดขัด	90 (22.50)	204 (51.00)	102 (25.50)	3 (0.75)	1 (0.25)	3.95	0.73	ระดับ มาก
6. สามารถปรับการใช้ งานให้คล้ายคลึง การ อ่านหนังสือเล่มได้อย่าง ดี	86 (21.50)	193 (48.25)	116 (29.00)	4 (1.00)	1 (0.25)	3.90	0.75	ระดับ มาก
7. จากประสบการณ์ ของท่าน พบว่าอ่าน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้สบายตา และถนอมสายตา	80 (20.00)	209 (52.25)	104 (26.00)	4 (1.00)	3 (0.75)	3.90	0.75	ระดับ มาก
8. จากประสบการณ์ ของท่าน พบว่า... หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) พกพาสะดวก ใช้งานง่าย	99 (24.75)	173 (43.25)	124 (31.00)	3 (0.75)	1 (0.25)	3.92	0.78	ระดับ มาก

ตารางที่ 10 แสดงประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ
(ต่อ)

ประสบการณ์การใช้งาน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัย หลังเกษียณ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
9. หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E- Book) สามารถจัดเก็บ หนังสือสามารถจัดเก็บ หนังสือได้จำนวนมาก ตามที่ท่านต้องการ	112 (28.00)	206 (51.50)	80 (20.00)	2 (0.50)	0	4.07	0.70	ระดับ มาก
รวม						4.00	0.39	ระดับ มาก

จากตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ $\bar{X} = 4.00$ และ $SD = 0.39$ เมื่อแบ่งตามรายละเอียดแล้ว 1.ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.66$) 2.หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถจัดเก็บหนังสือสามารถจัดเก็บหนังสือได้จำนวนมากตามที่ท่านต้องการ ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.70$) 3.การสั่งซื้อ หรือจองหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถทำได้รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.73$) 4.การชำระเงินเพื่อสั่งซื้อ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีความง่าย และปลอดภัย ($\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.68$) 5.หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เลือกปรับเพิ่ม-ลด ขนาดตัวอักษร ให้ตรงกับเครื่องมือที่ใช้ในการอ่านได้ และใช้งานได้ไม่ติดขัด ($\bar{X} = 3.95$, $SD = 0.73$) 6.หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) พกพาสะดวก ใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.78$) 7.พอใจในประสบการณ์การเลือกซื้อ หรือเลือกอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.73$) 8.สามารถปรับการใช้งานให้คล้ายคลึง การอ่านหนังสือเล่มได้อย่างดี ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.75$) 9.จากประสบการณ์ของท่าน พบว่าอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้สบายตา และถนอมสายตา ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.75$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ตารางที่ 11 แสดงความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ได้อรรถรสไม่ต่างจากการอ่านจากเล่มหนังสือจริงทำให้เกิดทางเลือกใหม่ที่เป็นประโยชน์	143 (35.75)	206 (51.50)	48 (12.00)	3 (0.75)	0	4.22	0.68	ระดับมากที่สุด
2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เหมาะสมกับการใช้งานสำหรับผู้สูงวัยหลังเกษียณที่รักการอ่านและต้องการความสะดวกสบาย	90 (22.50)	185 (46.25)	119 (29.75)	5 (1.25)	1 (0.25)	3.90	0.77	ระดับมาก
3. แอปพลิเคชันที่รองรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถจัดเก็บหนังสือได้จำนวนมากตามต้องการใช้งาน	83 (20.75)	209 (52.25)	100 (25.00)	3 (0.75)	5 (1.25)	3.91	0.77	ระดับมาก

ตารางที่ 11 แสดงความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ (ต่อ)

ความเต็มใจใช้งาน หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัย หลังเกษียณ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
4. ท่านเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อย่างต่อเนื่องเพราะปรับตัวเข้ากับรูปแบบการใช้งานได้เป็นอย่างดี	110 (27.50)	189 (47.25)	95 (23.75)	4 (1.00)	2 (0.50)	4.00	0.77	ระดับ มาก
5. ท่านใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นประจำเพราะลดเวลาในการเลือกซื้อหนังสือ และลดค่าใช้จ่าย	95 (23.75)	201 (50.25)	99 (24.75)	3 (0.75)	2 (0.50)	4.00	0.75	ระดับ มาก
6. ค่าบริการของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีราคาที่สมเหตุ สมผล ทำให้ท่านเกิดความเต็มใจที่จะใช้งานอย่างต่อเนื่อง	138 (34.50)	170 (42.50)	91 (22.50)	1 (0.50)	0	4.11	0.76	ระดับ มาก

ตารางที่ 11 แสดงความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ (ต่อ)

ความเต็มใจใช้งาน หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัย หลังเกษียณ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
7. ในภาพรวมแล้ว ท่านพบว่ารูปแบบ หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E- Book) และการใช้ งาน เหมาะสมกับผู้ สูงวัยหลังเกษียณ	170 (42.50)	154 (38.50)	75 (18.75)	1 (0.25)	0	4.23	0.76	ระดับ มากที่สุด
รวม						4.04	0.43	ระดับ มาก

จากตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ $\bar{X} = 4.04$ และ $SD = 0.43$ เมื่อแบ่งตามรายละเอียดแล้ว ระดับมากประกอบด้วยความคิดเห็นเรื่อง 1.ค่าบริการของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีราคาที่สมเหตุ สมผล ทำให้ท่านเกิดความเต็มใจที่จะใช้งานอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.11$, $SD = 0.76$) 2.ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นประจำ เพราะลดเวลาในการเลือกซื้อหนังสือ และลดค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.75$) 3.แอปพลิเคชันที่รองรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถจัดเก็บหนังสือได้จำนวนมากตามต้องการใช้งาน ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.77$) 4.หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เหมาะสมกับการใช้งานสำหรับผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณที่รักการอ่านและต้องการความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.77$) ตามลำดับ ในส่วนความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด 1.พบว่ารูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และการใช้งานเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.76$) 2.การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ได้สรรพคุณไม่ต่างจากการอ่านจากเล่มหนังสือจริง ทำให้เกิดทางเลือกใหม่ที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ก่อนทำการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทดสอบคุณสมบัติต่าง ๆ ว่าข้อมูลเหมาะสมกับเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) หรือด้วยการทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Coefficient Correlation) ระหว่างกลุ่มตัวแปร เมื่อผู้วิจัยพิจารณาค่า Correlation พบว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน และนำมาสู่การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

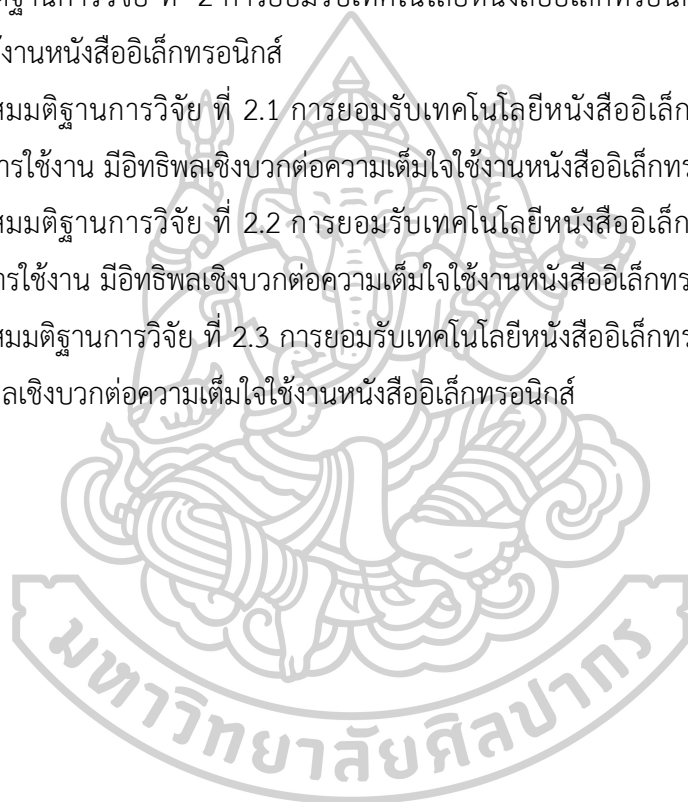
สมมติฐานการวิจัย ที่ 1 ประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.3 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์



ตารางที่ 12 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความเต็มใจใช้งานหนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและประสบการณ์
การใช้งานของผู้สุงวัยหลังเกษียณ

ตัวแปร	ประสบการณ์ การใช้งาน หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์	การยอมรับ เทคโนโลยี หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์	การรับรู้ ประโยชน์ ในการใช้ งาน	การรับรู้ ความง่าย ในการใช้ งาน	อิทธิพล ทาง สังคม	ความเต็มใจใช้ งานหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์	VIF
ค่าเฉลี่ย	4.08	3.92	3.98	3.98	3.85	4.08	
ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	0.39	0.43	0.53	0.53	0.53	0.39	
ประสบการณ์ การใช้งาน หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์		.868**	.763**	.817**	.742**	.773**	
การยอมรับ เทคโนโลยี หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์	.868**		.897**	.933**	.844**	.725**	
การรับรู้ ประโยชน์ใน การใช้งาน	.763**	.897**		.765**	.604**	.596**	2.455
การรับรู้ความ ง่ายในการใช้ งาน	.817**	.933**	.765**		.712**	.664**	3.160
อิทธิพลทาง สังคม	.742**	.844**	.604**	.712**		.695**	2.063
ความเต็มใจ ใช้งานหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์	.773**	.725**	.596**	.664**	.695**		

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความถดถอย (Regression Analysis) ได้ และเมื่อพิจารณาร่วมกับค่า VIF เพื่อทดสอบปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระทุกตัว พบว่ามีค่าตั้งแต่ 2.063 – 3.160 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาสัมพันธ์กัน (กัลยา เหล่าพานิช, 2547) จึงนำไปสู่การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบด้วยวิธีวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ เพื่อแสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบประสพการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปร	ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.201	.118		10.194	.000***
ประสพการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	.712	.029	.773	24.310	.000***

R = 0.773, Adjusted R² = 0.597, F = 590.967

จากตารางที่ 13 การทดสอบทดสอบประสพการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) พบว่า ประสพการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.712$, $p < 0.005$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ
เต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปร	ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.483	.123		12.065	.000***
การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	.654	.031	.725	21.018	.000***

R = 0.725, Adjusted R² = 0.525, F = 444.777

จากตารางที่ 14 การทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.654$, $p < 0.005$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์รายด้าน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปร	ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.456	.121		12.020	.000***
การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	.122	.043	.150	2.841	.000***

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์รายด้าน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

ตัวแปร	ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	.192	.048	.242	4.036	.005*
การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ด้านอิทธิพลทางสังคม	.351	.039	.433	8.950	.000***

R = 0.551, Adjusted R² = 0.742, F = 161.949

จากตารางที่ 15 การทดสอบการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.122$, $p < 0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.1

การทดสอบการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.192$, $p < 0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.2

การทดสอบการทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.351$, $p < 0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.3

ตารางที่ 16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการศึกษา		ผลการทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1	ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.712, p < 0.005$)
สมมติฐานที่ 2	การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.654, p < 0.005$)
สมมติฐานที่ 2.1	การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.122, p < 0.05$)
สมมติฐานที่ 2.2	การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.192, p < 0.05$)
สมมติฐานที่ 2.3	การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.351, p < 0.05$)

บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงวัยหลังเกษียณที่มีประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย อภิปรายและให้ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงวัยหลังเกษียณที่มีประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 307 สถานภาพสมรส จำนวน 238 ราย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 232 ราย มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 136 ราย และอาศัยอยู่เป็นครอบครัวขนาดใหญ่ จำนวน 179 ราย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

จากการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.92 แบ่งรายละเอียดตามแล้ว ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.98 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุดคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และด้านมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านอิทธิพลทางสังคม การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้ท่านเกิดความสนใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.00 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณมากที่สุด คือ ประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิต และพบว่า

มีระดับประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จากประสบการณ์ของตนเอง พบว่าอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้สบายตา และถนอมสายตา

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

จากการศึกษาพบว่า ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณมากที่สุด คือ ประสบการณ์การใช้งานของผู้สูงวัยหลังเกษียณส่งผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และพบว่ามึระดับความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และการใช้งานเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย ที่ 1 ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.712, p < 0.005$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.654, p < 0.005$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.122, p < 0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.1

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.192, p < 0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.2

สมมติฐานการวิจัย ที่ 2.3 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ($\beta = 0.351, p < 0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.3

3. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ซึ่งได้ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ โดยสามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมพบว่ามีระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.92 โดยผู้สูงวัยหลังเกษียณนั้นมีประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตมากที่สุด เพราะเมื่อการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น สามารถสร้างประสบการณ์ใช้งานที่ดี ทำให้ผู้สูงวัยรู้สึกมีส่วนร่วมในการใช้งาน และสามารถใช้งานสอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของตนเองได้เป็นอย่างดี การที่ปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทในชีวิตผู้สูงวัยมากขึ้น ภาคธุรกิจจึงมองหาโอกาสสร้างความใส่ใจ ตั้งแต่เริ่มกระบวนการใช้งานจนถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ จะส่งผลทำให้เกิดความเต็มใจใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งการสร้างประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างให้คุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ละบุคคลสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น และยังเป็นช่องทางการพัฒนาของภาคธุรกิจในอนาคตอีกด้วย

มุมมองที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีระดับมาก ผู้สูงวัยหลังเกษียณ เริ่มหันมาใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เนื่องจากหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงวัยได้ สามารถพัฒนาการใช้งานให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตได้เป็นอย่างดี ทั้งการออกแบบพฤติกรรมการใช้งานและเพิ่มอรรถรสในการอ่าน โดยใช้เทคโนโลยีในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแต่ละบุคคล การใช้งานตอบสนองตามความต้องการ และเน้นการใช้งานที่คุ้มค่าเหมาะสมกับผู้สูงวัย เพราะผู้สูงวัยเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ และกำลังเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้เต็มใจใช้บริการจากความคุ้มค่า สะดวกสบาย การใช้งานเหมาะสมกับตนเอง การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจจะเพิ่มความสัมพันธ์อันดีมากขึ้น อาทิ ผู้บริโภคเข้าร่วมกิจกรรมตอบคำถาม หรือเข้าแสดงความคิดเห็น แสดงความรู้สึกต่อธุรกิจได้ หากประสิทธิภาพการใช้งานมาก เกิดการเรียนรู้ เกิดความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี จะมีอิทธิพลทำให้เกิดความเต็มใจใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ที่กล่าวข้างต้น ภาคธุรกิจได้นำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ในการพัฒนา ปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐณิชา ฐาชนี (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพประสบการณ์และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงแรมบูติค โดยผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพที่ดีต่อการใช้งานสินค้าหรือบริการ สามารถมีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และเต็มใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

โดยจะเน้นในการมีปฏิสัมพันธ์ต่อพนักงานหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของภาคธุรกิจ โดยรวมแล้วต้องมีบริการที่ดีและมีกรปรับเปลี่ยนตามที่ผู้บริโภคต้องการ

การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีระดับมาก ในด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อความเต็มใจใช้งานมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลน้อยที่สุด โดยผู้สูงวัยหลังเกษียณสนใจเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตามกระแสสังคมในปัจจุบัน เนื่องจากต้องการภาพลักษณ์ทางสังคม ที่ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่น คนอื่น ๆ เมื่อมีประสบการณ์การใช้งาน และเกิดการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดปัญหาความเครียดของผู้สูงวัยได้ ลดปัญหาการใช้งานแบบเดิม มาเป็นการใช้งานที่ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และได้รับการยอมรับจากสังคมเพิ่มมากขึ้น รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า

มุมมองที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีระดับมาก ผู้สูงวัยหลังเกษียณในปัจจุบันมีความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ปรับให้ตอบสนองผู้สูงวัยเพิ่มมากขึ้น ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานในปัจจุบัน โดยผู้สูงวัยสนใจกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าในตนเอง ต้องการพึ่งพาตนเองในการใช้ชีวิตให้มากที่สุด พร้อมทั้งมีความสะดวกสบาย ง่ายในการใช้งานด้วย และเมื่อคนรอบข้างมีการยอมรับเทคโนโลยี จะส่งผลต่อพฤติกรรมเกิดความคล้อยตาม และต้องการได้รับการยอมรับจากคนรอบตัว เพื่อน พี่น้อง และคนอื่น ๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ต้นเจริญ (2563) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ผลของการยอมรับเทคโนโลยีโดยตรงจะเป็นไปตามสภาพแวดล้อมของกลุ่มคนรอบข้าง หรือใช้งานตามสังคม เพื่อต้องการมีตัวตนและได้รับการยอมรับในสังคม

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีประสบการณ์การใช้งานอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น มีความคุ้นเคย เรียนรู้เพิ่มขึ้น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงวัยได้ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความบันเทิง สร้างประสบการณ์การใช้งานเชิงบวกต่อเทคโนโลยี รวมถึงทำให้รู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งและอรรถรสในการใช้งาน แสดงความคิดเห็นต่อธุรกิจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมีประสบการณ์ร่วมมากยิ่งขึ้น ย่อมทำให้เกิดความเต็มใจใช้งาน ดังนั้นปัจจัยประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐนิชา ชูไชณี (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพประสบการณ์และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ

ผู้รับบริการโรงแรมบูติก พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการเข้ารับบริการ ส่วนของประสบการณ์นั้น หากมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคและภาคธุรกิจ เกิดขึ้นระหว่างการใช้บริการ มีการยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ตรงตามความต้องการ เกิดความพึงพอใจและมีอิทธิพลต่อการเต็มใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่า การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีการเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับผู้สูงวัยหลังเกษียณที่เริ่มมีการเรียนรู้ และการยอมรับเทคโนโลยี มีการปรับเปลี่ยนการใช้งานเหมาะสมกับแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่ช่วยพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างก้าวกระโดด อาทิ การคัดเลือกหนังสือให้ตรงตามความชอบหรือพฤติกรรมการอ่าน หน้าแสดงผลไม่ซับซ้อนเข้าใจง่ายผู้สูงวัยสามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง และสั่งซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ง่าย ปลอดภัย พกพาสะดวก สอดคล้องกับ มัสลิน ใจคุณ (2561) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี คือ สามารถฝึกใช้งาน เฟซบุ๊ก ให้เกิดความเชี่ยวชาญได้ง่าย สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก ได้ทุกสถานที่ ทำให้รู้สึกสะดวกสบายในการใช้งาน ดังนั้นการสั่งซื้อของออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคออนไลน์ ให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สร้างความเชื่อมั่น ในการทำธุรกรรม และนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

ผลการทดสอบสมมติฐาน 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่า หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์มากกว่าการอ่านหนังสือรูปแบบเล่ม เนื่องจากหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถเปิดใช้งานได้ในสมาร์ตโฟน สามารถเก็บหนังสือได้มากกว่า 1,500 เล่ม พร้อมทั้งพกพาไปได้สะดวกเหมาะสำหรับผู้สูงวัยหลังเกษียณที่มีพฤติกรรมชื่นชอบอ่านหนังสือ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใช้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น และใช้งานด้วยความเต็มใจ พึงพอใจอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ จารุวรรณ จุฬรรจง (2560) ศึกษาเรื่อง เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) พบว่า การอ่านระหว่างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าหนังสือกระดาษ เพราะสามารถอ่านได้ทันที ไม่ต้องรอนานในการจัดซื้อและเสียเวลาในการจัดส่งค่อนข้างนาน เนื่องจากสามารถอ่านระหว่างการเดินทางได้ พกพาได้สะดวก และสามารถซื้อออนไลน์ได้ตลอดเวลาที่ต้องการอ่าน ไม่ต้องเสียในการส่งจอบ หรือเสียเวลาในการเดินทางไปซื้อหนังสือ หากเป็นหนังสือรูปแบบเล่ม พกพาจำนวนเยอะมีน้ำหนักมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่าการแสดงผลหรือระบบแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความง่ายในการใช้งาน และมีความปลอดภัยในการใช้งาน รวมทั้งมีการใช้งานตอบสนองความต้องการผู้บริโภคดี ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามพฤติกรรมการอ่านได้ทันทีไม่ต้องรอเวลา และสามารถสั่งซื้อหนังสือได้ตลอด 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับ ญัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) ศึกษาเรื่อง การใช้และความพึงพอใจของผู้ซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของอีคูปี้ พบว่า ผู้บริโภคซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความพึงพอใจต่อการใช้งาน โดยอีคูปี้มีการปรับเปลี่ยนเว็บไซต์เพื่อมารองรับและพัฒนาารูปลักษณ์ของเว็บไซต์ให้ทันสมัยเหมาะสมกับผู้บริโภคของตนเอง มีการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้ผู้ซื้อเข้าถึงง่าย ซื้อสินค้าง่ายมากขึ้น พร้อมทั้งยังพัฒนาระบบอย่างมีเสถียรภาพให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นมูลเหตุที่ผู้บริโภคอย่างผู้สูงวัยหลังเกษียณหันมาใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น และส่งผลต่อความเต็มใจใช้งานอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

นอกจากนี้ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับ Muhammad Mehrban and Muhammad Asif (2010) ที่ศึกษาเรื่อง Challenges and Strategies in Mobile Phones Interface for elder people เกี่ยวกับการออกแบบส่วนต่อประสาน กับผู้ใช้สูงวัยในนวัตกรรมที่เพิ่มความซับซ้อนทางเทคนิคของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงวัยหลังเกษียณ พบว่า ปัจจัยสำคัญในการยอมรับผลิตภัณฑ์เทคโนโลยี คือ ผู้ใช้สูงวัยมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และสามารถเข้าใจหน้าต่างซอฟต์แวร์ (Interface) โทรศัพท์มือถือได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้ใช้งานเกิดประสิทธิภาพในการใช้งานได้อย่างดีที่สุด สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานได้ตามพฤติกรรม และความถดถอยของร่างกาย เช่น การมองเห็น ปรับเพิ่มขนาดตัวอักษรได้ เลือกโหมดการใช้งานได้เหมาะสมกับตนเอง แตกต่างกันในแต่ละบุคคล และผู้สูงวัยสามารถเลือกใช้งานได้ด้วยตนเอง

ผลการทดสอบสมมติฐาน 2.3 การยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนรอบข้างผู้สูงวัยหลังเกษียณมีอิทธิพลสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้งานจากเดิมได้ เพื่อต้องการรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า และต้องการมีบทบาท ตัวตนอยู่ในสังคม เพื่อน คนในครอบครัว หรือหัวหน้า ต่างมีอิทธิพลต่อความเต็มใจใช้งานเช่นกัน สอดคล้องกับ พรพรรณ ต้นเจริญ (2563) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคม ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหาร โดยผู้ใช้ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรอบข้าง หรือใช้ตามกระแสสังคม เป็นความปรารถนาของบุคคลที่ต้องการได้รับการยอมรับ

จากบุคคลรอบข้าง และเป็นการที่ผู้ใช้เทคโนโลยีได้รับการยอมรับ ชื่นชม จากคนรอบตัว เพื่อน พี่น้อง และคนอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะนำผลวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการธุรกิจด้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ได้ดังต่อไปนี้

1. การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ผู้สูงอายุที่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในการสามารถบันทึกหนังสือลงในอุปกรณ์ต่าง ๆ และใช้พกพา เกิดความสะดวกสบายในการใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ดังนั้นทางผู้ประกอบการธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) จึงควรมุ่งเน้นในส่วนการเก็บข้อมูลหนังสือที่ซื้อได้ไม่จำกัด เครื่อง E-reader มีขนาดกะทัดรัดพอดีมีมือ และเปิดใช้งานได้รวดเร็ว ไม่พึ่งพาสัญญาณอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มลูกค้า และรองรับเทคโนโลยีที่พัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง

2. การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ผู้สูงอายุที่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่วนใหญ่ที่ใช้งานเพราะชื่นชอบความตอบสนองของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ ดังนั้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงควรมุ่งเน้นในเรื่องการแสดงผลใช้งานแต่ละบุคคล (Personalize) เช่น แสงสว่างหน้าจอ ขนาดตัวหนังสือ และแนวหนังสือที่ชื่นชอบ เป็นต้น เพื่อปรับให้ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคล ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และพัฒนาการแสดงผลให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ามากที่สุด

3. การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ผู้สูงอายุที่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคม ส่วนใหญ่ช่วยลดปัญหาความเครียดในผู้สูงวัยหลังเกษียณ ดังนั้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงควรมุ่งเน้นส่งเสริมสภาพแวดล้อม และเพิ่มคุณภาพความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยการจัดตั้งกลุ่มออนไลน์คนที่ชื่นชอบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวเดียวกันได้แลกเปลี่ยนเนื้อหา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook หรือ Line เป็นต้น ทั้งนี้ยังเปรียบเสมือนชุมชนออนไลน์ที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ประกอบได้ทำการขายสินค้า และประชาสัมพันธ์อีกด้วย

4. ความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ส่วนใหญ่พบว่า เมื่อเริ่มมีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แล้ว จะเลือกที่จะใช้งานต่อไป และหากมีบริการให้ทดลองใช้งานล่วงหน้า เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ดังนั้น ทางผู้ประกอบการ

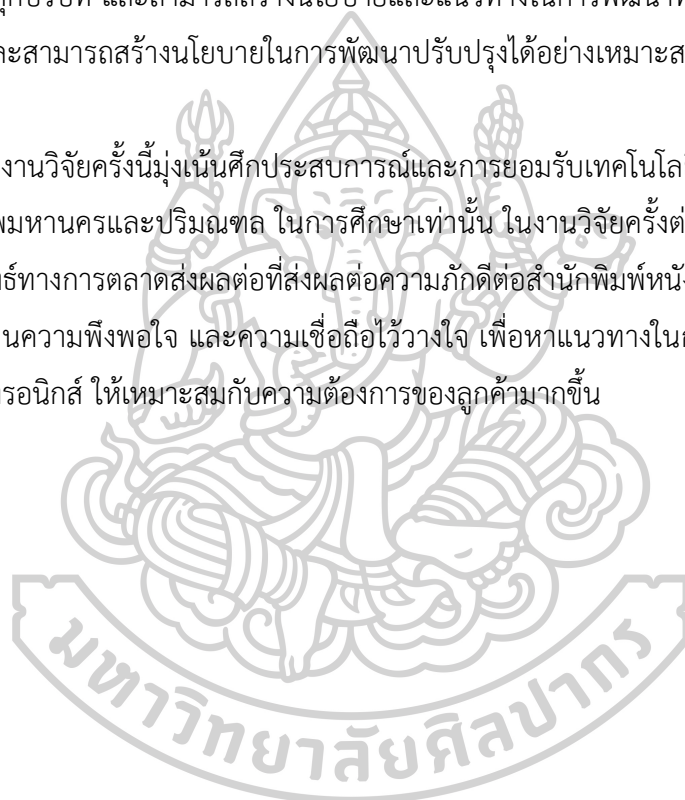
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงควรจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้าเก่าได้ส่วนลด หรือมีสิทธิ์อ่านฟรี จำนวน 5-7 วันก่อนจะเรียกเก็บค่าบริการตามปกติ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

ผู้ศึกษาวิจัยขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ในงานวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรทำการศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้ใช้บริการในวัยอื่น และในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ผลการศึกษที่ครอบคลุมในทุกบริบท และสามารถสร้างนโยบายและแนวทางในการพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการในทุกพื้นที่ และสามารถสร้างนโยบายในการพัฒนาปรับปรุงได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภค

2. ในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในการศึกษาเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรให้ ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดส่งผลต่อที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสำนักพิมพ์หนังสือ ในด้านประโยชน์ในการใช้งาน ด้านความพึงพอใจ และความเชื่อใจไว้วางใจ เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น



รายการอ้างอิง

- กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย. (2564). **การแบ่งส่วนราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง**. เข้าถึงเมื่อ 24 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.dpt.go.th/th/division-of-government-department-of-public-works-and-town-country-planning>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). **เจาะลึกพฤติกรรม 'ผู้บริโภคยุค4.0'**. เข้าถึงเมื่อ 22 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760750>
- กุลธิดา เคนวิทยานันท์. (2561). “อีบุ๊ก” โอกาสที่มากับความท้าทายของธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20180628.html>
- เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (2560). **ผู้บริโภคยุค ประเทศไทย 4.0 Marketeer Online**. กรุงเทพฯ: บริษัท มาร์เก็ตเธียร์ จำกัด.
- จรรุวรรณ จุบรรจง. (2560). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)." *คั่นคว่ำ อิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ช่อผกา เหลืองช่างทอง. (2558). "ความเต็มใจจ่ายและความคาดหวังการให้บริการส่วนเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของการประปาส่วนภูมิภาค." *วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร*.
- ณัฐนิชา สุไซณี. (2562). "การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพประสบการณ์และการรับรู้คุณค่า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงแรมบูติค." *คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ณัฐพงศ์ เนียมกลาง. (2558). "การใช้ และความพึงพอใจของผู้ซื้อหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ของอีคิว." *วารสารศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการการสื่อสารองค์กร*
- ดอกฝน. (2561). **เทรนด์ของ E-Book และการเติบโตในสายตาของ MEB**. เข้าถึงเมื่อ 27 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก https://www.matichon.co.th/book/news_1208779
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2562). **เทรนด์บริโภคยุคใหม่...ใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อ “ประสบการณ์”**. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <https://kmc.exim.go.th/detail/20190927191211/20191101093954>
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- ปรีดี นกุลสมปรารณา. (2563). **ยุคแห่งการสร้าง Customer Experience**. เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.popticles.com/business/customer-experience/>

- พรพรรณ ตันเจริญ. (2563). "การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ. (2561). **ยุค Experience Economy เมื่อ “ประสบการณ์” คือสินค้าหลัก.** เข้าถึงเมื่อ 17 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/122893>
- มัสนิน ใจคุณ. (2561). "การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z." วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.). (2556). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย.
- ยุทธ ไภยวรรณ. (2552). **วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย 4.** กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2562). **Silver economy เศรษฐกิจผู้สูงอายุ.** เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2019/20190318-book-silver-economy.pdf>
- สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). **เคล็ดลับ 4 ดี สูงวัยอย่างสตรอง.** เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/48281>
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. (2564). **การเตรียมความพร้อมและรับมือกับสังคมผู้สูงอายุของไทย.** เข้าถึงเมื่อ 20 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <https://researchcafe.org/aging-society/>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2562.**
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2563). **โอกาสของโลกดิจิทัลในสังคมสูงวัย (Opportunity in Silver Economy).** เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/article5-2563>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). **รายงานผลการสำรวจข้อมูลสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทยปี 2562.**
- สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). **TK park ร่วมมือ สนง.สถิติแห่งชาติเปิดผลสำรวจการอ่านปี 2561 ชี้นคนไทยใช้เวลาอ่านเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 80 นาที ต่อวัน.** เข้าถึงเมื่อ 13 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก
- Ares, G., and Gámbaro, A. (2007). "Influence of gender, age and motives underlying food choice on perceived healthiness and willingness to try functional foods."

Appetite, 49: 148–158.

- Brown, and Venkatesh. (2005). **Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle**. accessed October 27 .available from https://www.researchgate.net/publication/220260199_Model_of_Adoption_of_Technology_in_Households_A_Baseline_Model_Test_and_Extension_Incorporating_Household_Life_Cycle
- Chen, S. C., and Lin, C. P. (2015). "The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study." **Technological Forecasting and Social Change**, 96: 40-50.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived usefulness", perceived ease of use and user acceptance of 67 information technology." **MIS Quarterly**, 13, 3: 319-340.
- Karen, G., and James, R. (2001). **Willingness to pay surveys for setting prices for reproductive health products and service**.
- LaneKeller, K. (2012). **Brand value and marketing**. October 28 .available from <https://www.youtube.com/watch?v=dulAD8gKPeQ>
- Mehrban, M., and Asif, M. (2010). "Challenges and Strategies in Mobile Phones Interface for elder people. Master Thesis Computer Science." School of Computing Blekinge Institute of Technology.
- Michalisin, M. (2013). "Cyberscience and Information Technology." The Pennsylvania State University.
- Mohammed, R. (2017). **How Retailers Use Personalized Prices to Test What You're Willing to Pay**. October 27 .available from https://hbr.org/2017/10/how-retailers-use-personalized-prices-to-test-what-youre-willing-to-pay?utm_campaign=hbr&utm_source=facebook&utm_medium=social&fbclid=IwAR0lVwOvMDhWLYhjPGpZtIpVj6tDk08285Ijp_Xqg4q1s-lN1P2InmPKere
- Pine II, B. J., and Gilmore, J. H. (1998). "Welcome to the experience economy." **Harvard Business Review**, 76, 4: 97–105.
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of Innovations**. 4th ed. New York: The Free Press.
- Schmitt, B. (1999). "Experiential marketing." **Journal of marketing management**, 15, 1-3: 53-67.
- Sonchit, W. (2014). "Online Purchase Intention of Goods or Service Through

- Smartphone." M.S. thesis, Suranaree University of Technology, Thailand.
- Taylor, S., and Todd, P. (1995). "An integrated model of waste management behavior: A test of household recycling and composting intentions." **Environment and Behavior**, 27: 603-630.
- Taylor, S., and Todd, P. A. (1995). "Understanding information technology usage: A test of competing models." **Information Systems Research**, 6: 144-176.
- Thongchai Cholsiripong. (2564). หนึ่งในผู้ชนะแห่งยุคโควิด MEB สตาร์ทอัพ e-book สัญชาติไทย ทำรายได้เฉียด 1 พันล้านในปี 2020. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก <https://brandinside.asia/meb-2020-revenue-profit-growth/>
- Tidarat Mingsamorn. (2561). การเปลี่ยนแปลงในผู้สูงอายุ. เข้าถึงเมื่อ 29 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/41684>
- Urala, N., and Lahteenmaki, L. (2004). **Attitudes Behind Consumers' Willingness to use Functional Foods**. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก https://www.researchgate.net/publication/223341491_Attitudes_Behind_Consumers'_Willingness_to_use_Functional_Foods
- Varra, A. A. (2007). "The effect of acceptance and commitment training on clinician willingness to use empirically-supported pharmacotherapy for drug and alcohol abuse." Unpublished doctoral dissertation, University of Nevada, Reno.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



เรื่อง ประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

คำชี้แจง

1. โปรดตอบทุกข้อด้วยเครื่องหมาย (✓) ที่ท่านต้องการระบุเป็นคำตอบและเติมข้อความลงในช่องว่าง
ทั้งนี้แล้วแต่กรณี
2. โปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ
3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามประสิทธิภาพการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลัง
เกษียณ
 - ส่วนที่ 4 สอบถามความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

แบบสอบถาม

เรื่อง ประสิทธิภาพและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> สมรส	<input type="checkbox"/> โสด
-------------------------------	------------------------------
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 15,001 – 25,000 บาท
<input type="checkbox"/> 25,001 – 35,000 บาท	<input type="checkbox"/> 35,000 บาทขึ้นไป
5. ลักษณะการอยู่อาศัย

<input type="checkbox"/> อาศัยอยู่คนเดียว	<input type="checkbox"/> อาศัยอยู่กับลูก
<input type="checkbox"/> อาศัยอยู่เป็นครอบครัวขนาดใหญ่	<input type="checkbox"/> อาศัยอยู่กับคนดูแล

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน					
1. ท่านรับรู้ว่ามีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถบันทึกในอุปกรณ์ และใช้พกพา เกิดความสะดวกสบายในการใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา					
2. ท่านรับรู้ว่ามีระบบต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เข้าใจง่าย และสามารถทำได้ด้วยตนเอง					
3. ท่านรับรู้ว่ามีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ปรับรูปแบบการใช้งานให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุหลังเกษียณได้					
4. ท่านรับรู้ว่ามีขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษร ปรับได้ตามการใช้งานและความเหมาะสมของผู้สูงอายุ					
5. ท่านรับรู้ว่ามีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความรวดเร็วในการแสดงผล และการใช้งานเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ					
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน					
6. ท่านทราบว่าซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และชำระเงินได้ง่าย แก่ผู้สูงวัยหลังเกษียณ					
7. ท่านทราบว่าหมวดหมู่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีการจัดเรียงอย่างเป็นระบบทำให้ง่ายต่อการค้นหา และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามการใช้งาน หรือความสนใจของผู้สูงวัยหลังเกษียณ					

8. ท่านทราบว่าการจัดรูปแบบการค้นหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และค้นหาแนวหนังสือที่ต้องการ ง่ายต่อการเลือกซื้อ เลือกอ่าน					
9. ท่านทราบว่าการตอบสนองของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ					
10. ท่านทราบว่าเมนูในแอปพลิเคชันมีลักษณะตัวอักษรที่ใหญ่และชัดเจน เหมาะกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ					
ด้านอิทธิพลทางสังคม					
11. การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ช่วยลดปัญหาความเครียดในผู้สูงวัยหลังเกษียณ					
12. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นตัวช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อม และเพิ่มคุณภาพความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ					
13. ช่วยลดปัญหาสุขภาพ ด้านสายตา จากการอ่านหนังสือนาน ๆ หรือปัญหาด้านอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ จากการถือหนังสือเล่มอ่านเป็นนานของผู้สูงวัย					
14. การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้ท่านเกิดความสนใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ					

ส่วนที่ 3 สอบถามประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน					
2. ท่านพอใจในประสบการณ์การเลือกซื้อ หรือเลือกอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)					
3. การชำระเงินเพื่อสั่งซื้อ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) มีความง่าย และปลอดภัย					
4. การสั่งซื้อ หรือจองหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถทำได้รวดเร็ว					
5. ท่านพบว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เลือกปรับเพิ่ม-ลด ขนาดตัวอักษร ให้ตรงกับเครื่องมือที่ใช้ในการอ่านได้ และใช้งานได้ไม่ติดขัด					
6. สามารถปรับการใช้งานให้คล้ายคลึง การอ่านหนังสือเล่มได้อย่างดี					
7. จากประสบการณ์ของท่าน พบว่าอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ทำให้สบายตา และถนอมสายตา					
8. จากประสบการณ์ของท่าน พบว่า...หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) พกพาสะดวก ใช้งานง่าย					
9. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถจัดเก็บหนังสือสามารถจัดเก็บหนังสือได้จำนวนมากตามที่ท่านต้องการ					

ส่วนที่ 4 สอบถามความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ได้อรรถรสไม่ต่างจากการอ่านจากเล่มหนังสือจริง ทำให้เกิดทางเลือกใหม่ที่เป็นประโยชน์					
2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เหมาะสมกับการใช้งานสำหรับผู้สูงอายุวัยหลังเกษียณที่รักการอ่านและต้องการความสะดวกสบาย					
3. แอปพลิเคชันที่รองรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) สามารถจัดเก็บหนังสือได้จำนวนมากตามต้องการใช้งาน					
4. ท่านเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อย่างต่อเนื่อง เพราะปรับตัวเข้ากับรูปแบบการใช้งานได้เป็นอย่างดี					
5. ท่านใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นประจำ เพราะลดเวลาในการเลือกซื้อหนังสือ และลดค่าใช้จ่าย					
6. ในภาพรวมแล้ว ท่านพบว่ารูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และการใช้งานเหมาะสมกับผู้สูงวัยหลังเกษียณ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข
แบบตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อความ



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย
ที่ อว 8606 (พบ)/ 481

โทร.032 594 107

วันที่ 12 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ตีเลิศ

ด้วย นางสาวบัณฑิตา โนโซติ รหัสประจำตัว 621220065 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อจิมาส มากชัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

สำนักงาน บัณฑิตวิทยาลัย
ที่ อว 8606 (ทบ)/ 482

โทร.032 594 107
วันที่ 12 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

ด้วย นางสาวบัณฑิตา โนโซติ รหัสประจำตัว 621220065 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจуй)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ อว 8606 (ทบ) / 483

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๑๒ ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ปวีณา กลกิจชัยวรรณ

ด้วย นางสาวบัณฑิตา โนโซติ รหัสประจำตัว 621220065 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อิกมาส มากจู้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107

