

รายการตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	9
2.1	ความได้เปรียบของรูปแบบทางกายภาพ	13
2.2	ความได้เปรียบของรูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล	14
4.1	ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (Lead User)	43
4.2	การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1 : Product Form (Traditional Form และ Digital Form)	47
4.3	การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 2 : Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form)	60
4.4	การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 3 : Situational Factors (Traditional Form และ Digital Form)	77
5.1	การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form	81
5.2	การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Digital Form	82
5.3	การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form	98
5.4	การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Digital Form	99
5.5	การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form	111
5.6	การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Digital Form	112
5.7	สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อ Traditional Form และ Digital Form	115