

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การวิจัยโครงการเฉพาะเรื่อง การตอบสนองของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ดิจิทัลใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์โครงสร้าง(Structured Interview) มีการคัดเลือกจากกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทางการศึกษา 10 ท่าน ในระดับดุษฎีบัณฑิต โดยเป็นการดำเนินการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความชำนาญ มีประสบการณ์การใช้งานเป็นเวลานานจนเกิดความเชี่ยวชาญ (Lead User)ซึ่งมีการประมวลข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนย่อย ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางพร้อมคำบรรยาย ดังนี้

4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 10 ท่าน

4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1Product Form ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form

4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 2Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form

4.4 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 3Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form

4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยของกลุ่มตัวอย่าง ในการเก็บข้อมูลจำนวน 10 ท่านแบ่งเป็น

- 1) เพศ ได้แก่หญิง/ชาย
- 2) อายุ ได้แก่ระหว่าง 39-43 ปี
- 3) การศึกษา คือ ระดับดุษฎีบัณฑิต
- 4) คณะเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
- 5) ตำแหน่ง ได้แก่ อาจารย์ประจำวิชาอาจารย์ประจำหลักสูตรผู้อำนวยการฝ่าย

เพื่อใช้เป็นฐานในการพิจารณาและศึกษาถึงฐานข้อมูลในการสัมภาษณ์ ที่มีผลมาจาก เพศ ช่วงอายุ คณะที่จบการศึกษา ตลอดจนระดับตำแหน่ง ที่มีมุมมองในการใช้งานของผลิตภัณฑ์และบริการ Traditional Form และ Digital Form ที่มีแตกต่างกัน

4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1

คือ Product Formผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การรับรู้ถึงประโยชน์และคุณค่า ความสามารถในการใช้งาน (Performance) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 2) การอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Ergonomic) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 3) ราคาและอัตราค่าบริการที่มีความเหมาะสมในการใช้งาน (Product/Cost) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 4) ข้อกำหนดในการใช้งาน (Regulatory) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 5) รูปแบบภายใน-ภายนอก (Designer) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าว เพื่อเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตาม โครงสร้างจาก Lead User ไปปรับปรุงในส่วนของผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ที่กล่าวมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้ของผู้บริโภค เนื่องจากการแสดงความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ การบ่งบอกถึงคุณค่า ประโยชน์ในการใช้งาน ราคา ความคุ้มค่าในการใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ลูกค้าจะต้องสัมผัสและรับรู้ได้โดยตรง

4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 2

Individual Tastes and Preferencesผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การตอบสนองการรับรู้ผลิตภัณฑ์ทางด้านปัญญาและอารมณ์ (Innate Design Preferences) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 2) ด้านสังคม สิ่งแวดล้อมหรือคนรอบข้าง ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ (Cultural and Social Context) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 3) กระแสนิยม ค่านิยมเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม (Consumer Characteristics) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 4) ความถนัดส่วนตัว (Design Acumen) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 5) ประสบการณ์ในการใช้งานผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ความรู้ลักษณะใช้งาน รวมทั้งประสบการณ์ร่วมที่เกิดขึ้นขณะใช้งาน (Experience) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 6) การแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน (Personality) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าว เพื่อเป็นการนำข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์ตามโครงสร้างจาก Lead User เพื่อไปศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในด้านอิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม คนรอบข้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความชอบ กระแสนิยม ค่านิยม ความถนัดส่วนตัว รวมทั้งประสบการณ์ต่างๆในการใช้งานของผู้บริโภค ทำให้เกิดการรับรู้และสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

4.4 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่3

Situational factorsผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form ซึ่งประกอบด้วย

- 1) สิ่งแวดล้อม บริบทในการใช้ชีวิตประจำวัน (Sequence Effects) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
- 2) โปรแกรมทางการตลาด (Marketing Program) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าว เพื่อเป็นการนำข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์ตามโครงสร้างจาก Lead User ไปปรับปรุงรูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้ตรงการใช้งานในชีวิตประจำวัน เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าที่แตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะในการดำเนินชีวิตของแต่ละคน รวมทั้งโปรแกรมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นช่องทางหนึ่งให้เกิดการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้น โดยมีการเสนอช่องทางเลือก เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงข้อดี ผลประโยชน์ในแต่ละด้านที่หลากหลาย ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ที่สูงขึ้น

ตารางที่4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (Lead User)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	เพศ	อายุ
1	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและพัฒนาคุณภาพทางวิชาการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต	ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต ค.ศ. (เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หญิง	39

ตารางที่ 4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (Lead User)(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	เพศ	อายุ
2	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	อาจารย์ประจำวิชา สาขาวิชาเทคโนโลยี และสื่อสาร การศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่	ครุศาสตรดุษฎี บัณฑิต ค.ค. (เทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	ชาย	40
3	ดร.ขัตติยา แถวโสภายั่งยืน	ผู้รับผิดชอบสาขา วิทยาการ คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรัตน บัณฑิต	ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยี สารสนเทศ สถาบันวิทยาการ สารสนเทศ มหาวิทยาลัย ศรีปทุม	หญิง	41
4	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาเทคโนโลยี การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ	ครุศาสตรดุษฎี บัณฑิตค.ค. (เทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	หญิง	40
5	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาเทคโนโลยี การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ	ครุศาสตรดุษฎี บัณฑิต ค.ค. (เทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	หญิง	39

ตารางที่ 4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (Lead User)(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	เพศ	อายุ
6	ดร.ณัฐธัญลักษณ์ ธาระวานิช	ผู้อำนวยการฝ่าย พัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอน มหาวิทยาลัย รัตนบัณฑิต	ครุศาสตรดุษฎี บัณฑิตค.ด. (การศึกษา นอกระบบ โรงเรียน) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	หญิง	39
7	ดร.ณัฐกร สงคราม	อาจารย์ประจำ หลักสูตรนิเทศ ศาสตร์เกษตร (Agricultural Communication) สาขาวิชาพัฒนาการ เกษตรและ การจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยี การเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง	ครุศาสตรดุษฎี บัณฑิต ค.ด. (เทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	ชาย	40
8	ดร.ขจรศักดิ์ สวงนิตย์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาเทคโนโลยี สารสนเทศและ สื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สุรินทร์	ครุศาสตรดุษฎี บัณฑิต ค.ด. (เทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	ชาย	40

ตารางที่ 4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (Lead User)(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	เพศ	อายุ
9	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ตะวันไทย อินเทอร์เน็ตจำกัด และบริษัท คริส แฮ็ปเพน จำกัด	บริหารธุรกิจดุขฎี บัณฑิต (สังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัย รามคำแหง Executive Program (Euro Currency Study), Oxford University Mini MBA on E-commerce Business, GorgetownUnivers ity	ชาย	43
10	Professor A	อาจารย์ประจำ ภาควิชาเทคโนโลยี การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ	ครุศาสตรดุขฎี บัณฑิต ค.ด. (เทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	ชาย	40

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
1) Product Form			
(1) Performance ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวมีคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะ เฉพาะในการใช้งานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อและใช้บริการ อย่างไรโดยแยกแต่ละ ประเด็น พร้อมอธิบาย	ดร.ณัฐลักษณ์ ธาระวานิช	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก พลิกไปพลิกมาได้ง่าย เปรียบเทียบเนื้อหาได้ พับ ทำบุ๊กมาร์ค 2) นำเชือถือ มีอ้างอิง ที่มาที่ไปชัดเจน 3) ความรู้สึก คู่้นเคย เป็นกันเอง ได้สัมผัสกระดาษ โดยตรง เกิด การผ่อนคลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การเข้าถึง ชื่อหรือเข้าถึงผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ได้ทันที ไม่ต้องไปซื้อนอกบ้าน 2) ใช้งานสะดวกอ่านข้อมูลผ่านอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ที่รองรับ E-book สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ไอแพด 3) ค้นหาเร็ว ใช้ระบบ Search คำข้อมูล ที่ต้องการ เข้าถึงเนื้อหาได้ทันที
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	<ol style="list-style-type: none"> 1) หลากหลาย มีทางเลือกมาก มีหลายประเภทตามการใช้งาน ที่ต้องการ 2) เอกถักษณ์มีความคลาสสิก สัมผัสได้ถึงคุณค่าและประโยชน์ โดยตรง 3) ใช้งานสะดวก เปรียบเทียบเนื้อหา พับได้ บู๊คมาร์ค หยิบอ่าน ตอนไหนก็ได้ ไม่ต้องมีอุปกรณ์เสริม 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ค้นหาเร็ว ใช้ระบบ Search คำที่ต้องการ 2) เข้าถึงสะดวก ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน อาจติด ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ ฟังก์ชันที่ไม่รองรับ อินเทอร์เน็ต 3) ข้อมูลอัปเดต เวลาผ่านไปนานๆ หากข้อมูลที่เราซื้อมีการ เปลี่ยนแปลง จะมีการอัปเดตข้อมูลให้อยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก อ่านสบายตา เปิดย้อนไปมาได้ เปรียบเทียบข้อมูล อ่านตอนไหนก็ได้ ไม่ต้องมีอุปกรณ์เสริม 2) ค้นหาเร็ว โดยการทำสัญลักษณ์ การพับหน้า ในเรื่องหรือประเด็นที่สำคัญๆ เตือนความจำ เพื่อใช้งานในครั้งต่อไป 3) เอกลักษณ์ สไตล์การเขียน ถ่ายทอดความหมายผ่านความรู้สึกออกเป็นตัวหนังสือ มีความคลาสสิก มีคุณค่าสูง 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ข้อมูลอัปเดต ทันเวลา ตรวจสอบและเช็คความน่าเชื่อถือได้ 2) ใช้งานสะดวก ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่รองรับการใช้งานติดตัวตลอดเวลา 3) ค้นหาเร็ว Search คำที่ต้องการ สามารถใช้ข้อมูลได้ทันที
	ดร.ชัตติยา แฉวโสภายั่งยืน	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก อ่านง่าย สบายตา อ่านได้นาน ไม่มีแสงทำลายระบบสายตา 2) หลากหลาย มีหลายประเภท มีรูปแบบการเขียนที่แตกต่างกันตามสไตล์ 3) คุณค่าทางจิตใจ มีค่าสูง ประมูลค่าได้ยากเนื่องจากเป็นศาสตร์ความรู้ ประสบการณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก ทุกเวลา เป็นอุปกรณ์ที่อยู่ใกล้ตัวตลอดและใช้ในชีวิตประจำวัน 2) ค้นหาเร็ว โดยใช้ฟังก์ชัน Search คำ 3) พกพา สะดวกเหมาะกับการใช้งานตามรูปแบบการใช้ชีวิตของคนเมือง ที่ต้องการความเร่งรีบ ความคล่องตัวในการเดินทาง 4) ปริมาณข้อมูล มีมาก มีสื่อหลากหลาย

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.ณัฐกร สงคราม	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก เข้าถึงง่าย พลิกไปมาได้สะดวก อ่านได้นาน 2) น่าเชื่อถือ มีที่มา อ้างอิงชัดเจน เกิดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น 3) เอกถักษณ์ มีความเป็นตัวตน สัมผัสได้โดยตรง จับต้องได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) พกพา สะดวก ไม่มีน้ำหนัก ใช้งานผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีใกล้ตัว 2) ค้นหาเร็ว ผ่าน Search Engine เกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมได้อย่างรวดเร็วและง่าย 3) บันทึกความจำ สรุปใจความสำคัญลงใน E-book ในการใช้งานครั้งต่อไปได้ 4) แชรข้อมูล รวดเร็วและง่ายขึ้น
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก สบายตา อ่านง่าย ผู้ใช้เป็นคนกำหนดการใช้งานเอง 2) พลังงาน ไม่มีอุปกรณ์เสริม ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มในการใช้งาน 3) เอกถักษณ์ จับต้องได้ ให้ความรู้สึกที่ดีในการอ่าน ให้ความเชื่อถือ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก ผ่านอุปกรณ์ที่ใกล้ตัวได้ง่าย รวดเร็ว มีความคุ้นเคยในการใช้งาน 2) ค้นหาเร็ว สะดวก ประหยัดเวลา ในการใช้งาน ท้นต่อการใช้งาน 3) การเข้าถึง สั่งซื้อได้เลย ไม่ต้องเสียเวลาไปเลือกซื้อตามร้านหนังสือ ดูรีวิวได้ การจัดอันดับความนิยม

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีมี	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวกเข้าถึงข้อมูลง่าย กำหนดการใช้งานได้เอง มีอิสระ 2) พลังงาน ไม่ต้องชาร์ตแบตเตอรี่ ไม่ต้องมีอุปกรณ์รองรับในการใช้งาน 3) ถ่ายทอด เข้าใจง่ายขึ้น เห็นตัวสินค้าโดยตรง ผ่านรูปแบบการเขียน 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การพกพา สะดวกในการเคลื่อนย้ายการเดินทางที่ต้องใช้ความคล่องตัวสูง 2) ค้นหาเร็ว ทันต่อการใช้งาน สะดวก 3) แชรข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูลรวดเร็ว
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้งานสะดวก อ่านง่าย สบายตา ไม่มีอุปกรณ์เสริมแบ่งหัวข้อ พลิกไปมาและเปรียบเทียบได้ง่าย 2) คุณค่า มีความเป็นตัวตนสูง เนื้อหาสาระมีเอกลักษณ์ รูปแบบการเขียนโดดเด่น หลากหลายตามสไตล์ 3) ความรู้สึก ค้นเคยได้อารมณ์ในการอ่าน มีความเป็นกันเองสูง ผ่อนคลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1) พกพา สะดวก ง่ายในการเดินทาง การเคลื่อนย้าย หรือเดินทางไกล น้ำหนักเบา 2) การเข้าถึง ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถใช้งานได้แม้มีอุปกรณ์เสริมที่รองรับ 3) ค้นหาเร็ว ทันในการใช้ข้อมูล มีฟังก์ชันในการค้นหาคำ โดยการ Search Engine 4) แชรข้อมูล ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Facebook, Twitter

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.ขจรศักดิ์ สวงนสัจย์	<ol style="list-style-type: none"> ใช้งานสะดวกเหมาะกับผู้ใช้วัยสูงอายุ หรือไม่สามารถเข้าถึง ICT เปรียบเทียบเนื้อหาได้ง่าย เอกลักษณ์ คุณค่าสูง มีลักษณะทางกายภาพจับต้องได้ ให้ความรู้สึกที่ดีในการอ่าน คุณค่า มีคุณค่าในการเก็บรักษา หยิบมาอ่านเมื่อไหร่ก็ได้ มีคุณค่าทางจิตใจ 	<ol style="list-style-type: none"> ค้นหาเร็ว สะดวก ค้นหาเนื้อหาได้ง่ายมีการจัดหมวดหมู่ประเภทการใช้งาน เปรียบเทียบข้อมูลได้ง่าย เห็นผลชัดเจน รวดเร็วในการใช้งาน ประหยัดเวลาในการรื้อหาข้อมูล พกพา ไม่มีน้ำหนัก สะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย การใช้ชีวิตประจำวัน
	Professor A	<ol style="list-style-type: none"> หลากหลาย รูปแบบการเขียนที่แตกต่างกัน ตอบสนองได้ทุกกลุ่ม เอกลักษณ์จับต้องได้ เกิดความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ ความรู้สึกผ่อนคลาย ได้อารมณ์ในการอ่าน สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้เร็ว 	<ol style="list-style-type: none"> ค้นหาเร็ว เข้าถึงเนื้อหาได้ทันที รวดเร็วโดยใช้ระบบ Search คำที่ต้องการ พกพา ไม่มีน้ำหนัก สะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย การเข้าถึง ชื้อได้เลย ไม่ต้องออกจากบ้านไปซื้อให้เสียเวลา สะดวกต่อการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วด่วน

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
(2) Ergonomic ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ ดังกล่าว มีความ สะดวกสบายในการ ใช้งานในด้านใดบ้าง ที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์	ดร.ณัฐฤกษ์ชัย ธาระวานิช	จับต้องและสัมผัสได้โดยตรง ทำให้เรียนรู้และเข้าใจได้รวดเร็ว ขึ้น	มีสื่อทางเทคโนโลยีทำให้อ่านสนุก ทำให้เพิ่มรรถรสในการ อ่าน มีการค้นหาคำที่รวดเร็ว ทันทเวลา และสะดวกในการพกพา
	ผศ.ดร.พร้อมภักดิ์ บึงบัว	เห็นตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความรู้สึกที่ดี เกิดการเรียนรู้ อยากมี ประสบการณ์ร่วมมากขึ้นสะดวกในการใช้งาน เปรียบเทียบ เนื้อหาได้ง่าย	พกพาสะดวก เคลื่อนย้ายง่าย อัปเดตข้อมูลได้ทันที ท่วงที ใช้เทคโนโลยีมาดึงดูดและจูงใจในการอ่าน เกิดความเข้าใจ มากยิ่งขึ้น
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	สะดวกในการใช้งานรูปแบบเป็นเล่ม จับถนัด มีสีสัน ภาพประกอบ เพิ่มความเข้าใจในเนื้อหา ข้อมูลน่าเชื่อถือ	อ่านพร้อมกันได้จำนวนมาก โดยระบบออนไลน์ผ่าน คอมพิวเตอร์และสิ่งพิมพ์ผลได้ทันที รวดเร็วในการแชร์ข้อมูล
	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	เนื้อหาสาระน่าสนใจ ข้อมูลมาก หลากหลาย เห็นตัวผลิตภัณฑ์ โดยตรง ทำให้เกิดความเชื่อมั่น	เนื้อหามาก น่าสนใจ สื่อทันสมัย เกิดการเรียนรู้ที่หลากหลาย เกิดความเพลิดเพลิน สนุกในการเรียนรู้ แชร์ข้อมูลได้รวดเร็ว

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.ณัฐกร สงคราม	หาซื้อได้ง่าย เนื้อหาอ่านง่าย แบ่งหัวข้อชัดเจน อ่านสบายตา ไม่ต้องมีอุปกรณ์เสริมในการอ่าน	พกพาได้สะดวก ใช้งานได้สะดวก ใช้ได้ทุกที่ แต่มีอุปกรณ์ รองรับ มีความเร็วในการใช้งาน ทนต่อการใช้ข้อมูลเร่งด่วน
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	สัมผัสโดยตรงถึงตัวผลิตภัณฑ์ ได้อารมณ์ในการอ่าน ผ่อนคลายในการใช้งาน รับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ได้ โดยตรง	อ่านช่วงเวลาไหนก็ได้ รวมทั้งสามารถใช้งานได้ในตอนกลางคืน โดยไม่รบกวนผู้อื่น ในเรื่องของแสงสว่าง และพกพาได้สะดวก
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	จับต้องได้ เห็นรูปร่างชัดเจน รับรู้ในรายละเอียด ประเมินความ เหมาะสมในการใช้งาน ที่ตรงกับความต้องการและตอบโจทย์ มากที่สุด	ปริมาณข้อมูลมาก หลากหลาย มีสื่อในการเรียนรู้เยอะ ช่วยตอบสนองความต้องการ ตามพฤติกรรมของผู้ใช้ที่แตกต่างกันไป
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	จับต้องได้ เห็นรายละเอียด รูปเล่ม สวยงาม โดดเด่น สะอาดตา มีความสะดวกในการใช้งาน พลิกไปมาได้สะดวกไม่ต้องใช้ อุปกรณ์เสริม	จุข้อมูลได้มาก อพเทคข้อมูลอยู่ตลอดเวลา แชร้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีฟังก์ชันในการค้นหาที่สะดวก และรวดเร็วโดยการ Search Engine
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	เนื้อหาสาระมีประโยชน์ ข้อมูลน่าเชื่อถือ มีความหลากหลาย ในการใช้งาน อ้างอิงที่เชื่อถือได้	เปรียบเทียบเนื้อหาได้ดี ทำได้ง่าย เห็นชัดเจน มีความรวดเร็ว ในการใช้งาน ประหยัดเวลาในการรื้อค้นหาข้อมูล
	Professor A	เนื้อหาที่น่าสนใจ ข้อมูลมาก น่าเชื่อถือสัมผัสโดยตรงในการ เลือก ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจสูง	จุข้อมูลได้มาก มีข้อมูลหลากหลายประเภท มีสื่อการเรียนรู้ ที่น่าสนใจ พกพาได้สะดวก เคลื่อนย้ายง่าย

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
(3) Production/Cost ในมุมมองของ ผู้บริโภค ท่านคิดว่า ราคาของหนังสือมี ความเหมาะสม อย่างไรกับหนังสือแต่ ละประเภท (Traditional Form) และท่านคิดว่า ราคาที่ เหมาะสมในการเข้าใช้ งานของ E-book แต่ ละประเภท มีความ เหมาะสมอย่างไร (Digital Form)	ดร.ณัฐฤกษ์ ธาระวานิช	เหมาะสม จากวัสดุในการผลิต เทคนิคในการออกแบบและ ชื่อเสียงของผู้เขียน	เหมาะสม ตามลักษณะการออกแบบ เทคนิคการใช้งานที่มีความ ซับซ้อน เนื้อหาที่แปลกใหม่
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	เหมาะสม ลักษณะของเนื้อหาสาระ ต้นทุนวัตถุดิบที่แตกต่าง ตามประเภทของหนังสือ	เหมาะสม ตามเนื้อหาสาระ สื่อการเรียนรู้ ความคุ้มค่า ควรเลือกใช้แบบ User เป็นรูปแบบแฟ้มเอกสาร
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	เหมาะสมแต่จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระ ประเภทหนังสือที่มี ต้นทุนและลักษณะการเขียนที่แตกต่างกัน	ราคาเหมาะสมซึ่งพิจารณาจากคุณค่าและผลประโยชน์ที่ได้รับ เนื้อหาสาระ และรูปแบบเทคนิคในการใช้งาน
	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	เหมาะสม พิจารณาจากเนื้อหาสาระ ประเภทของหนังสือ ต้นทุนในการผลิต ชื่อเสียงของผู้เขียนที่เป็นที่รู้จัก	ไม่ทราบราคาที่แน่นอนไม่ได้ซื้อบ่อย แต่ราคาจะดูจากประเภท ของ E-book ที่มีลักษณะเนื้อหาสาระที่แตกต่างกัน
	ดร.ณัฐกร สงคราม	เหมาะสมตามประเภทหนังสือ เนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ รูปแบบวิธีการเขียนที่ใช้เทคนิคพิเศษและชื่อเสียงของผู้เขียน เป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม	เหมาะสม ตามเนื้อหาสาระ ประเภทของสื่อที่เลือกใช้ การใช้งาน เป็นประจำควรเลือกใช้แบบราคาสมาชิกจะมีความคุ้มค่ามากกว่า
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	เหมาะสม ดูจากมาตรฐานวัสดุที่ใช้และต้นทุนในการผลิตที่มี ความแตกต่างกันตามลักษณะและประเภทหนังสือ	เหมาะสม โดยดูตามลักษณะเนื้อหาสาระและผลประโยชน์ ความคุ้มค่าที่ได้รับ รวมทั้งรูปแบบสื่อที่เลือกในการใช้งาน

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีมี	ราคาแพงเกินไป โดยดูจากต้นทุนในการผลิตที่ธรรมดาแต่จะมีราคาสูงขึ้นจากปัจจัยของผู้แต่ง เป็นที่รู้จักในสังคม	ราคาแพงเกินไป เพราะบริการ E-book มีต้นทุนในการผลิตแค่ครั้งแรก ต้นทุนต่ำ
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	เหมาะสม ตามประเภทของหนังสือที่มีเนื้อหา รูปแบบการเขียนที่แตกต่างกัน	เหมาะสม ตามประเภทการใช้งาน เนื้อหาสาระของข้อมูล เทคนิคในการใช้งาน
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	เหมาะสม ตามต้นทุนในการผลิต ลักษณะของวัสดุที่ใช้ในการผลิต ตามลักษณะประเภทของหนังสือ	เหมาะสมตามเนื้อหาสาระ ผลประโยชน์ ประเภทในการใช้งานที่มีรูปแบบเทคนิค หรือฟังก์ชันพิเศษ
	Professor A	เหมาะสม โดยดูจากประเภทของหนังสือ เนื้อหาสาระ รูปแบบและเทคนิคในการเขียน รวมทั้งมาตรฐานวัสดุผลิตในการผลิตที่ใช้	ราคาสูง เนื่องจาก E-book มีต้นทุนสูงในช่วงแรกจากนั้นไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆในการผลิตเหมือนสินค้าทั่วไป ควรซื้อในราคาสมาชิก แบบแพ็คเกจจะคุ้มกว่า

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
(4) Regulatory ท่านคิดว่าข้อจำกัด ในการอ่านหรือ เจือใจในการใช้งาน ของหนังสือทั่วไป มีอะไรบ้าง อย่างไร (Traditional Form) และท่านคิดว่า ข้อจำกัดในการอ่าน หรือเจือใจในการ ใช้งานของE-book มีอะไรบ้าง อย่างไร (Digital Form)	ดร.ณัฐฤกษ์ ธาระวานิช	ขนาดใหญ่ ทำให้ลดแรงจูงใจในการอ่าน ความกระตือรือร้น ในการอ่านน้อยลง รูปเล่มที่ไม่โดดเด่น	อุปกรณ์ในการใช้งานที่รองรับการใช้งาน ซึ่งอาจมีราคาสูง
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	การพกพาไม่สะดวกมีน้ำหนัก เนื้อหาในเล่มไม่ได้ใช้ประโยชน์ ทั้งหมดและต้องใช้แสงสว่างในการอ่าน ซึ่งอาจรบกวน คนข้างๆในการนอนได้	อุปกรณ์ในการใช้งาน ระบบอินเตอร์เน็ตต้องมีประสิทธิภาพสูง และการใช้งานเป็นเวลานานๆ แสงสว่างจากหน้าจอจะส่งผลกระทบต่อ ระบบสายตา
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	เวลาในการอ่านที่จำกัดตามพฤติกรรมการใช้ชีวิต รวมทั้ง สถานที่ในการอ่านต้องเงียบสงบ และต้องมีแสงสว่างเพียงพอ การเก็บรักษาต้องดูแลพิเศษ ชำรุดง่าย นึกขาด เปียกน้ำ	ไม่มีอุปกรณ์ที่รองรับก็ไม่สามารถใช้งานได้ ต้องมีระบบ อินเตอร์เน็ต อ่านได้แค่ระยะเวลาสั้นๆ ใช้งานเป็นเวลานานๆ ส่งผลต่อสายตา หากตกหล่นก็ทำให้เสียหายได้ง่าย
	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	สถานที่ต้องเงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัวสูง ปัญหาเรื่อง แสงสว่าง หากมีการอ่านในตอนกลางคืน	มีปัญหาแบตเตอรี่ในการใช้งานเป็นเวลานานๆ การดูแลรักษา เป็นอุปกรณ์ใช้งานที่มีมูลค่าและราคาสูงอาจหายได้ง่าย รวมทั้ง การตกหล่นเสียหายได้ง่าย
	ดร.ณัฐกร สงคราม	อ่านกลางคืนมีแสงสว่างไม่เพียงพอทำให้ส่งผลเสียต่อสายตา ขนาดหรือน้ำหนักทำให้ลำบากในการเดินทาง ต้องระวัง ในการเก็บรักษา การนึกขาด	หากไม่มีระบบสัญญาณอินเตอร์เน็ต ก็จะไม่สามารถใช้งานได้ และขนาดตัวอักษรที่เล็ก ไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ ส่งผลต่อ ระบบสายตาที่เกิดจากเพ่งมองจอนานๆ
ดร.วิชิตร เทพประสิทธิ์	การตอนกลางคืนต้องมีแสงสว่างเพียงพอ มีน้ำหนักไม่สะดวก ในการพกพาและการดูแลรักษาต้องระวังการนึกขาดได้ง่าย	ต้องมีแบตเตอรี่สำรองในการใช้งานนานๆ หรือชาร์ตแบตเตอรี่ ตลอด และการดูแลรักษา จะต้องระวังการขโมย ตกหล่น หน้าจอ แตกชำรุดได้ง่าย	

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีศรี	ขนาดหรือน้ำหนัก ทำให้ไม่สะดวกในการพกพและหาข้อมูลหา ไม่มี Backup หรือ การฉีกทำให้เนื้อหาไม่ประติดประต่อกัน การดูแลรักษาระวังการฉีกขาด เปียกน้ำ	ขนาดตัวหนังสือที่เล็กไป ส่งผลให้อ่านยาก ปวดตาหากใช้เวลานานๆและปัญหาของแบตเตอรี่ที่มีจำกัด ต้องมีแบตเตอรี่สำรองในการใช้งานนานๆ
	ดร.กนกพร ลั่นทนารุ่งภักดิ์	ขนาด น้ำหนักไม่สะดวกในการพกพา การเดินทาง และวัสดุในการผลิตมาจากธรรมชาติควรมีวัสดุทดแทนและต้องดูแลรักษาเป็นพิเศษระวังการฉีกขาด	แบตเตอรี่หมดหากใช้งานติดต่อกันนานๆ อุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งานมีราคาสูง ส่งผลให้คนที่จะใช้บริการอาจเข้าไม่ถึง การดูแลรักษาต้องระวัง การลักขโมยเนื่องจากมีราคาแพง การตกหล่น
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	ตัวหนังสือมีขนาดเล็ก ลายตา ส่งผลต่อคนที่มีปัญหาในระบบสายตา ปัญหาของขนาด น้ำหนักที่ไม่สะดวกในการพกพา	การใช้งานมีขนาดหน้าจอลเล็ก ตัวหนังสือเล็ก มีแสง ใช้งานยาก ต้องเพ่งเล็งในการใช้งานส่งผลต่อระบบสายตาในระยะยาว
	Professor A	ต้องดูแลรักษาเป็นพิเศษ ป้องกันการเปียกน้ำ การฉีกขาด ข้อจำกัดของ ขนาด น้ำหนัก ที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิตในการเดินทาง พกพา	การดูแลรักษาอาจเกิดการสูญหาย ชำรุดจากการตกหล่นและปัญหาของแบตเตอรี่ในการใช้งาน จะต้องมีแบตเตอรี่สำรองในการใช้งานนานๆ

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
(5) Designer การออกแบบ รูปลักษณะภายนอก ของหนังสือ ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์อย่างไร	ดร.ณัฐฤกษ์ชัย ชาระวานิช	ภายนอกส่งผลดูขนาดหนังสือ ลักษณะปกแข็ง-อ่อน ความ ทนทาน ภายในส่งผล ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย เนื้อกระดาษ รูปแบบการเขียน	รูปแบบภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายใน การเข้าถึงข้อมูล ฟังก์ชันใช้งาน เนื้อหาสาระมีประโยชน์
และการออกแบบ รูปลักษณะภายใน ของ หนังสือส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์อย่างไร	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ภายนอกส่งผล เน้นปก ความคงทน สี สันสวยงาม โดดเด่น ภายในส่งผล เนื้อกระดาษ รายละเอียดการเขียนที่ชัดเจน เนื้อหาที่น่าสนใจ	รูปแบบภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายใน สืบค้นข้อมูล ความสะดวกสบายในการเข้าถึง ความรวดเร็ว
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	ภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายใน เนื้อหาที่น่าสนใจ มีสาระ วิธีการเขียนใช้งานง่าย อ่านง่าย	ภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายในเป็นหลัก ในการสืบค้น ข้อมูล ความยากง่ายในการเข้าถึง ฟังก์ชัน เนื้อหาสาระ
	ดร.ชัชติยา แดงโสภายั่งยืน	ภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายใน เน้นเนื้อหาตรงตาม ความต้องการ รูปแบบการใช้งานที่เข้าใจง่าย	ภายนอกส่งผล รูปแบบหน้าเพจ มีความโดดเด่น น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ ภายในส่งผล ฟังก์ชัน การเข้าถึงข้อมูล ต้องง่าย ไม่ซับซ้อน
(Traditional Form) และในส่วนของ	ดร.ณัฐกร สงคราม	ภายนอกส่งผล เน้นปกที่ทนทาน ขนาดของหนังสือเวลาอ่าน จับถนัด ภายในส่งผล รูปแบบที่น่าสนใจ ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย กระดาษถนอมสายตา	ภายนอกส่งผล การออกแบบหน้าเพจที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ จำได้ง่าย ภายในส่งผล รูปแบบการใช้งานง่าย ขนาดตัวอักษร อ่านง่าย

ตารางที่ 4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1: Product Form(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
การออกแบบ รูปลักษณ์ภายนอก ของ E-book ส่งผลต่อ	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	ภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายใน ของหนังสือ ขนาด ตัวหนังสือที่อ่านง่าย กระดาษถนอมสายตา มีเนื้อหาสาระ ที่น่าสนใจ	ภายนอกไม่ส่งผล ดูจากรูปแบบภายในเป็นประเด็นหลัก เน้นเนื้อหา ประโยชน์ของข้อมูล ความยากง่ายในการเข้าถึง ข้อมูล
การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ มากนัก้อยแค่ไหน	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	ภายนอกส่งผล เน้นขนาดในการพกพา ความคงทนภายใน เน้นเนื้อกระดาษถนอมสายตา ขนาดตัวหนังสือที่อ่านง่าย	ภายนอกส่งผล เน้นความสวยงามของหน้าจอ จำง่าย ภายใน ส่งผลเน้นการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน
อย่างไรและการ ออกแบบรูปลักษณ์	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	ภายนอกส่งผล ปก วิธีการเย็บ ความทนทาน ความยากง่าย ในการเก็บรักษา ภายใน เนื้อหาสาระ การจัดรูปแบบ	ภายใน-ภายนอกไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ข้อมูลต้องตรงกับ ความต้องการใช้งาน
ภายในของ E-book ส่งผลต่อการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์มากนัก้อยแค่ไหน	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	ภายนอกส่งผล ลักษณะปก สีสะอาดตา ภายในส่งผลกระดาษ ถนอมสายตา หมึก Soy Ink มีเนื้อหาสาระตรงกับ ความต้องการ	ภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายในเป็นหลัก มีความ หลากหลาย ใช้งานง่าย เนื้อหาตรงตามความต้องการใช้งาน
ไหน อย่างไร (Digital Form)	Professor A	ภายนอกส่งผล เน้นปกหนังสือ รูปแบบการเย็บ ความทนทาน ภายในส่งผล กระดาษถนอมสายตา เนื้อหาสาระครอบคลุม การใช้งาน	ภายนอกไม่ส่งผล เน้นรูปแบบภายใน เข้าถึงข้อมูลง่าย ที่น่าสนใจ มีความหลากหลาย มีเนื้อหาสาระตรงตาม ความต้องการในการใช้งาน

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
2) Individual Tastes and Preferences			
(1) Innate Design Preferences	ดร.ณัฐฤกษ์ชัย ชาระวานิช	ใช้ เนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับการใช้งาน ชื่อเสียงของผู้เขียน น่าเชื่อถือ ตัวอักษรอ่านง่าย แบ่งหัวข้อชัดเจน	ใช้ เนื้อหาสาระสอดคล้องกับการใช้งาน ที่มาชัดเจน รูปแบบหน้าเพจสะอาดตา เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว
ก. การตอบสนองทางด้านปัญญา	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ไม่ใช้ ให้ความสำคัญ ความต้องการของตัวเองและประโยชน์จากการใช้งานในตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ	ไม่ใช้ ให้ความสำคัญ ความต้องการของตัวเอง และประโยชน์จากการใช้งานในตัวบริการที่ได้รับ
ท่านคิดว่าหนังสือเล่มนี้น่าสนใจ น่าอ่าน	ดร. กิตติ เจริญพรพานิชกุล	ใช้ รูปแบบการเขียน การเรียบเรียง การแบ่งหัวข้อที่อ่านง่าย ใช้งานง่าย สะดวก	ใช้ รูปแบบหน้าเพจที่น่าอ่าน อ่านง่ายการ สะดุดตา การเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว
เพราะมีรูปแบบการเขียนและลักษณะของตัวอักษรที่อ่านง่าย มีการแบ่งหัวข้อที่ชัดเจนในการเขียนใช้หรือไม่ อย่างไร (Traditional Form)	ดร.ชัชติยา แถวโสภายั่งยืน	ใช้ รูปแบบการเขียน ขนาดตัวอักษรที่อ่านง่าย การแบ่งหัวข้อชัดเจน	ใช้ สะดวกในการอ่าน การเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว เป็นที่นิยมแหล่งที่มาเชื่อถือได้
	ดร.ณัฐกร สงคราม	ใช้ ตัวอักษรอ่านง่าย แบ่งหัวข้อชัดเจน เนื้อหา สาระ มีประโยชน์น่าสนใจ ครอบคลุม ตรงตามการใช้งาน	ใช้ รูปแบบเพจที่น่าอ่าน ดูสะอาดตา เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายรวดเร็ว ยอดการดาวน์โหลดสูง เป็นที่นิยม มีการบอกติดต่อ
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	ใช้ รูปแบบการเขียนใช้งานง่ายเนื้อหาสาระมีประโยชน์ที่มาของข้อมูลและดัชนีท้ายเล่มเชื่อถือได้	ใช้ รูปแบบเพจมีเอกลักษณ์ จัดจาง่ายมีเนื้อหาสาระตรงตามการใช้งานแหล่งที่มาชัดเจนเชื่อถือได้
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	ใช้ อ่านง่ายสบายตา แบ่งหัวข้อชัดเจน เนื้อหา สาระ เป็นประโยชน์ ครอบคลุม	ใช้ หน้าเพจสะอาดตา เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เป็นที่นิยม มีประโยชน์ มีความหลากหลาย เข้าถึงง่ายไม่ยุ่งยาก
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งศักดิ์	ใช้ ตัวอักษรอ่านง่าย เนื้อหาครอบคลุมตามความต้องการใช้งาน	ใช้ เนื้อหาสาระมีประโยชน์ในการใช้งานเข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยาก

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
ท่านคิดว่า E-Book ประเภทนี้ดีน่าใช้	ดร.ขจรศักดิ์ สวงนสัจย์	ใช้ รูปแบบการเขียนที่เข้าใจง่าย ตัวอักษรอ่านง่าย มีการแบ่งหัวข้อที่ชัดเจน สะดวกในการอ่าน	ใช้ หน้าเพจสะอาดตา มีสื่อหลากหลายเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย รวดเร็ว เป็นที่นิยม
เพราะมีการจัดรูปแบบ หน้าเพจที่น่าอ่าน ดู สะดุดตา เข้าถึงข้อมูล ได้ง่ายและรวดเร็ว และเป็นที่ยอมรับหรือไม่อย่างไร (Digital Form)	Professor A	ใช้ รูปแบบการเขียนชัดเจนตัวอักษรอ่านง่าย แบ่งหัวข้อชัดเจน สะดวกในการอ่าน เนื้อหาสาระมีประโยชน์ตรงตามการใช้งาน ครอบคลุม	ใช้ เนื้อหาสาระมีประโยชน์ในการใช้งาน ครอบคลุม เป็นที่ยอมรับ เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว
ข. การตอบสนอง ทางด้านอารมณ์ Traditional Form -ท่านคิดว่า ความชอบส่วนตัว หรือความพึงพอใจ ส่วนตัว ส่งผลต่อการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์	ดร.ณัฐฐลัทธินันท์ ธาระวานิช	1) ส่งผล มีนิสัยชอบความสนุกสนาน ตื่นเต้นก็จะเลือกซื้อ หนังสือที่มีสีสันหรือมีลูกเล่นที่หลากหลาย มีความท้าทาย ในเนื้อหาเลือกอ่าน 2) ส่งผล ใช้งานได้ดี มีประสิทธิภาพมากกว่าด้านอื่นๆ มีความ สนใจเป็นพิเศษ	1) ส่งผลชอบรูปแบบดีไซน์ หากเจอหน้าเพจที่โดดเด่น รูปแบบ ดีไซน์ที่แปลกใหม่ ก็จะเลือกเปิดก่อนเพจอื่นๆ 2) ส่งผลประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าด้านอื่นๆ ใช้งานง่าย สะดวก
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	1) ส่งผล ตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น จากความชอบการอ่าน หนังสือในเรื่องความคลาสสิก รวมทั้งมีนิสัยความเคยชิน จากการใช้งานบ่อยๆ	1) ไม่ส่งผลประโยชน์จากการใช้งาน ความต้องการของข้อมูล 2) ไม่ส่งผลถนัดไม่ได้หมายความว่า จะใช้ขึ้น อยู่กับ ความต้องการข้อมูล ประโยชน์ใช้งาน สถานการณ์ต่างๆ

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
ดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร		2) ส่งผล โครดנדด้านไหน ก็จะสนใจหนังสือประเภทนั้นๆ เป็นพิเศษ	
-ท่านคิดว่า ความสามารถ หรือ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะตัว ส่งผลให้ ท่านตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว หรือไม่ อย่างไร	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	1) ส่งผลชอบอ่านหนังสือการ์ตูน นิยาย เมื่อเจอก็จะตัดสินใจเลือกซื้อได้รวดเร็วกว่าหนังสือประเภทอื่นๆ 2) ส่งผลความถนัดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกซื้อหนังสือที่แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญและสนใจในหนังสือประเภทนั้นๆเป็นพิเศษ	1) ไม่ส่งผล มองประโยชน์การใช้งาน ความเหมาะสมของเวลา ความพร้อมของอุปกรณ์ที่รองรับ 2) ไม่ส่งผล ดูจากผลประโยชน์ของข้อมูล สถานการณ์ที่แตกต่างกันความพร้อมของอุปกรณ์ที่รองรับ
<u>Digital Form</u> -ท่านคิดว่า	ดร.ชัตติยา แฉวโสภายั่งยืน	1) ส่งผลหากเป็นเรื่องที่สนใจ และติดตาม อยากได้ตรงกับความต้องการก็จะตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น 2) ส่งผลมีความรู้ในด้านไอที หากเจอเนื้อหาที่แปลกใหม่แตกต่างจากเล่มอื่นๆที่อ่านมา ตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น	1) ส่งผลหากเป็นเรื่องที่สนใจและติดตาม อยากได้ตรงกับความต้องการก็จะตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น 2) ส่งผลการใช้งานที่มีความง่ายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากบริการได้อย่างเต็ม ต้องดูถึงความเหมาะสมสถานการณ์ต่างๆ
ความชอบส่วนตัว หรือความพึงพอใจ ส่วนตัว เช่น ชอบ เทคโนโลยี ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้	ดร.ณัฐกร สงคราม	1) ไม่ส่งผลเน้นเนื้อหาสาระ การออกแบบการเขียน ความต้องการใช้ประโยชน์ของข้อมูล 2) ส่งผลมีความถนัดในการอ่าน การใช้หนังสือ มีความคุ้นเคยในการใช้งาน มีทักษะในการจับประเด็น ส่งผลให้ได้รับประโยชน์จากการใช้งานเป็นพิเศษ	1) ไม่ส่งผล ดูเนื้อหาสาระ การออกแบบการใช้งาน ประโยชน์ในการใช้งาน 2) ส่งผล ความคุ้นเคย มีทักษะในการใช้งาน ส่งผลให้ได้รับประโยชน์จากการใช้งานเป็นพิเศษ

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
E-book หรือไม่ อย่างไร -ท่านคิดว่า ความสามารถ หรือ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะตัวส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้ E-book หรือไม่ อย่างไร	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	1) ส่งผลชอบการอ่านหนังสือ ได้สัมผัสเนื้อกระดาษ มีความคุ้นเคยในการใช้ มีความเป็นกันเองสูง จะสนใจเป็นพิเศษ ตัดสินใจซื้อเร็ว 2) ส่งผลมีความคุ้นเคยในการใช้งานเป็นเวลานาน มีความสามารถในการอ่านจับประเด็น สำคัญได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ ทำให้ซื้อง่ายขึ้น	1) ส่งผลมีความชื่นชอบในรูปแบบ ดีไซน์ ถ้าตอบสนองความต้องการได้สูงยิ่งส่งผลมาก 2) ส่งผล ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เชี่ยวชาญ ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ ได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น แต่ต้องควบคุมประกอบต่างๆ ประกอบการตัดสินใจ
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรี	1) ส่งผล เพราะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า นั้นๆ ก็จะซื้อสูง 2) ส่งผลตัดสินใจซื้อสูง การที่เรารู้ข้อมูลของสินค้านั้นเป็น อย่างดี ก็ไม่ยากที่จะตัดสินใจซื้อ	1) ส่งผลเพราะชอบการใช้งานที่มีความเร็ว ความทันสมัย ล้ำสมัย 2) ส่งผล ความเชี่ยวชาญจะส่งผลให้เลือกทำในสิ่งที่ยากและ สะดวก ไม่ต้องเรียนรู้อะไรใหม่ๆเพิ่มเติม
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	1) ส่งผล ซื้อสูง ชอบนิยายสารการบันเทิง ไม่ได้อ่านทุกหน้า แต่จะ ซื้อทุกเล่ม เพราะมีการติดตามและเก็บสะสม 2) ส่งผลสนใจซื้อสูง เพราะดูจากความเชี่ยวชาญของตัวเองเป็นหลัก	1) ส่งผลหากไม่ชอบ ไม่พึงพอใจในการใช้งาน ก็เป็นเรื่องยาก ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ 2) ส่งผลหากใช้งานไม่เป็น ไม่ถนัด ใช้งานยากวุ่นวาย ก็จะ ไม่เลือกใช้

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences(Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.ขจรศักดิ์ สวงนสัจย์	1) ส่งผล ของที่ชอบก็ต้องใช้เสมอ ไม่มีเงื่อนไขใดๆ มาขัดขวาง 2) ส่งผล หากเชี่ยวชาญ มีความถนัดด้านไหนจะเลือกใช้มากกว่าด้านอื่นๆ	1) ส่งผลของที่ชอบก็ต้องใช้เสมอ ไม่มีเงื่อนไขใดๆ มาขัดขวาง 2) ส่งผล หากเชี่ยวชาญ มีความถนัดด้านไหนจะเลือกใช้มากกว่าด้านอื่นๆ
	Professor A	1) ส่งผลความชอบส่วนตัวในการอ่าน จะตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือที่ชอบได้อย่างรวดเร็ว 2) ส่งผลความถนัดส่งผลต่อการเลือกซื้อหนังสือที่แตกต่างกัน หากมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็ส่งผลให้ตัดสินใจซื้อที่เร็วขึ้น	1) ส่งผลความชอบส่วนตัวในการอ่านสื่อดิจิทัลไม่ว่าจะเหตุผลใดก็ตาม เขาจะตัดสินใจเลือกซื้อ E-book ได้อย่างรวดเร็ว 2) ส่งผลความถนัดส่งผลต่อการเลือกซื้อหนังสือที่แตกต่างกัน หากมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็ส่งผลให้ตัดสินใจซื้อที่เร็วขึ้น
(2) Cultural and Social Context	ดร.ณัฐฤกษ์ชัย ธาระวานิช	ไม่มีผล เน้นประโยชน์จากการใช้งานข้อมูลเพียงพอ มีความน่าเชื่อถือ	ไม่มีผล เน้นประโยชน์จากการใช้งาน ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล เชื่อถือได้
ท่านคิดว่าสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ภาพลักษณ์	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ไม่มีผล คุณภาพความต้องการเป็นหลัก เนื้อหาสาระ ประโยชน์และคุณค่าที่จะได้รับ ผลประโยชน์ในอนาคต	ไม่มีผล เน้นความรวดเร็วในการเข้าถึงอุปกรณ์ที่รองรับ ฟังก์ชันพิเศษต่างๆ ที่น่าสนใจ
(คนอื่นมองเรายังไง ทำให้เราเลือกใช้	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	ไม่มีผล มองความต้องการใช้ข้อมูล ช่วงเวลา ความสะดวกในการใช้งาน	ไม่มีผล คุณภาพความต้องการใช้ข้อมูลเป็นหลัก ช่วงเวลาที่เหมาะสม ความสะดวกในการใช้งาน ผลประโยชน์และความคุ้มค่า

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
หรือเปล่า) ส่งผลให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวหรือไม่อย่างไร (Traditional Form)	ดร.ชัชติยา แถวโสภายั่งยืน	ไม่มีผล ซื้อเพราะความต้องการในการใช้งานของข้อมูลเป็นหลัก	ไม่มีผล เน้นเนื้อหาข้อมูลครอบคลุม ตรงตามความต้องการใช้ข้อมูล สะดวกในการใช้งาน รวดเร็ว
	ดร.ณัฐกร สงคราม	ไม่มีผล ต้องการใช้ข้อมูลผลประโยชน์ เนื้อหาสาระที่ตรงตามความต้องการ	ไม่มีผล ดูความต้องการใช้ข้อมูลเป็นหลัก เนื้อหาสาระครบถ้วน สะดวกในการใช้งาน เข้าถึงง่าย รวดเร็ว
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	ไม่ส่งผล เน้นที่เนื้อหา ประโยชน์ของข้อมูล ช่วงเวลาที่ต้องการใช้	ไม่ส่งผล ดูจากเนื้อหาสาระและผล ประโยชน์ ช่วงเวลาที่ต้องการใช้งาน
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีมิ	ไม่ส่งผล ปัจจัยนี้อยู่ที่ความมั่นใจของตนเอง ไม่ใช่ทำเพื่อสร้างภาพ ใช้เพราะความต้องการข้อมูลในการใช้งาน	ไม่ส่งผล ปัจจัยนี้อยู่ที่ความมั่นใจของตนเอง ไม่ใช่ทำเพื่อสร้างภาพใช้เพราะความต้องการข้อมูลในการใช้งาน
	ดร.กนกพร ลั่นทนารุ่งภักดิ์	ไม่ส่งผล เน้นการใช้ข้อมูล ความเหมาะสมของข้อมูล ความสะดวกในการเข้าถึง ผลตอบแทนในอนาคต	ไม่ส่งผล ดูความต้องการใช้ข้อมูล ความเหมาะสม ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	ไม่ส่งผล เน้นเนื้อหาสาระที่ตรงกับการใช้งาน ชัดความต้องการตัวเองเป็นหลัก	ไม่ส่งผล การใช้งานขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ข้อมูล เนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการใช้งาน
หรือเปล่า) ส่งผลให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวหรือไม่อย่างไร (Digital Form)	Professor A	ไม่ส่งผล ดูความต้องการของตัวเองเป็นหลัก การใช้ข้อมูล เน้นเนื้อหาสาระที่ตรงกับการใช้งาน	ไม่ส่งผล มองการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ผลประโยชน์และความคุ้มค่าที่ได้รับ ผลตอบแทนในอนาคต

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
(3)Consumer Characteristics ท่านคิดว่ากระแสนิยม ค่านิยม มีบทบาท สำคัญในการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์	ดร.ณัฐฐัตถ์กษณ์ ธาระวานิช	1) ส่งผล มีการกล่าวถึงในวงกว้าง มียอดจำหน่ายสูง นักวิจารณ์ ให้คำชม 2) ส่งผล มีความน่าเชื่อถือ มีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ 3) ไม่ส่งผล ใช้ตามความต้องการของข้อมูล	1) ส่งผล กล่าวถึงในวงกว้าง เป็นที่รู้จัก มียอดดาวโหลดสูง ให้ประโยชน์ 2) ส่งผล แหล่งข้อมูลน่าเชื่อถือบอกต่อผ่านประสบการณ์ ไว้วาง ใจได้ 3) ไม่ส่งผล ดูว่าตรงตามความต้องการในการใช้งานมากน้อย แค่ไหน ความครบถ้วน
ดังกล่าว มากน้อย แค่ไหนอย่างไร	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	1) ส่งผล กระแสตอบรับดี ยอดขายสูง เป็นที่ยอมรับของคน ในวงกว้าง 2) ส่งผลเกิดความเชื่อใจ เกิดการอยากลอง 3) ส่งผลการณ์รณรงค์ให้เกิดการอ่านหนังสือ	1) ส่งผล ในการใช้งานในชีวิตประจำวันมากขึ้น เป็นที่นิยม 2) ส่งผลเกิดความไว้วางใจและเชื่อถือ ในตัวสินค้าและบริการ 3) ไม่ส่งผลดูความต้องการใช้งาน
ท่านคิดว่าเพื่อน คนรู้จัก หรือ ครอบครัว ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว มากน้อยแค่ไหน อย่างไร	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	1) ส่งผล ได้รับความนิยม ยอดขายสูง มีคุณค่าทางจิตใจ หาซื้อ ยาก ยากเก็บสะสมไว้ 2) ส่งผล มีความน่าเชื่อถือ ตัดสินใจได้รวดเร็ว เนื่องจาก มีข้อมูลเบื้องต้น 3) ไม่ส่งผล ดูผลประโยชน์ที่ได้รับ	1) ส่งผล เป็นที่นิยม รูปแบบน่าสนใจ ส่งผลต่อการดำรง ชีวิตประจำวันมากน้อยแค่ไหน ข้อดี ข้อเสียที่เกิดขึ้น 2) ส่งผลเชื่อใจและไว้วางใจในบริการมากขึ้น 3) ไม่ส่งผล ดูความต้องการใช้งานเป็นหลัก ความคุ้นเคยในการ ใช้งาน

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรมส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อย่างน้อยแค่ไหน อย่างไร	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	<ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่ส่งผล ดูเนื้อหาและความคุ้มค่า ผลประโยชน์ที่ได้รับ ความน่าเชื่อถือ 2) ส่งผลเกิดความเชื่อถือสินค้า เนื่องจากมีแหล่งข้อมูลที่ให้ ความรู้และปรึกษาได้ 3) ไม่ส่งผล มองความคุ้มค่า ประโยชน์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ส่งผล ใช้เป็นวงกว้าง ปรับตัวเพื่อให้เข้ากับเทรนด์ในสังคม มีข้อดี ข้อเสียอย่างไร 2) ส่งผล น่าเชื่อถือ สามารถแนะนำหรือให้ข้อมูล ปรึกษาได้จาก ประสบการณ์ 3) ไม่ส่งผล การใช้งาน ข้อมูลที่ต้องการ
	ดร.ณัฐกร สงคราม	<ol style="list-style-type: none"> 1) ส่งผล กระแสตอบมาก เป็นที่ยอมรับในสังคม ส่งผลต่อการ ใช้ชีวิตประจำวันอย่างน้อยแค่ไหน 2) ส่งผลข้อมูลน่าเชื่อถือใช้ประกอบในการตัดสินใจ เชื่อมั่นใน ตัวสินค้ามากขึ้น 3) ไม่ส่งผล เน้นการใช้งานตรงตามต้องการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ส่งผล ความนิยมนิยมสูง ได้รับความนิยมนิยมสูง 2) ส่งผลบอกต่อประสบการณ์ตรง เชื่อถือได้มีความศรัทธา ในการบริการมากขึ้น 3) ไม่ส่งผล เน้นการใช้งาน คุณค่าที่ได้รับ
	ดร.วิชิตร เทพประสิทธิ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่ส่งผล ความคุ้มค่าประโยชน์ที่ได้รับ 2) ไม่ส่งผล คุณภาพพร้อมของข้อมูลเป็นหลัก ช่วงเวลาใช้งาน 3) ไม่ส่งผล คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่ส่งผล คำนึงถึงความคุ้มค่าและ ผลประโยชน์ที่ได้รับ ความต้องการใช้งานของข้อมูล 2) ไม่ส่งผล มองความต้องการใช้ข้อมูลเป็นหลักช่วงเวลา สถานการณ์ต่างๆ 3) ไม่ส่งผล คำนึงถึงความคุ้มค่าและผลประโยชน์ของการ ใช้งาน

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีศรี	<ol style="list-style-type: none"> 1) ส่งผล มีการใช้งานสูง ส่งผลต่อการทำงาน การเรียน เป็นที่ยอมรับ 2) ส่งผล เป็นตัวช่วยในการเลือกซื้อ เกิดความมั่นใจมากขึ้น 3) ไม่ส่งผล ขึ้นอยู่กับทัศนคติของแต่ละบุคคลเป็นหลักในการตัดสินใจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผลเป็นที่นิยม ยอมรับการใช้งานอย่างแพร่หลาย รับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว 2) ส่งผลเป็นตัวช่วยในการเลือกซื้อสินค้า มั่นใจในตัวบริการมากขึ้น 3) ไม่ส่งผล ขึ้นอยู่กับทัศนคติของแต่ละบุคคลเป็นหลักในการตัดสินใจ
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่ส่งผล ความต้องการใช้ประโยชน์ ผลตอบแทน 2) ไม่ส่งผล มีการศึกษาข้อมูล คำนึงผลประโยชน์ 3) ไม่ส่งผล คุณภาพพร้อมของข้อมูล ความครบถ้วนผลประโยชน์ที่ได้รับ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่ส่งผลดูความต้องการในการใช้ข้อมูลผลประโยชน์ ช่วงเวลา สถานการณ์ต่างๆ 2) ไม่ส่งผลมองประโยชน์และตอบสนองความต้องการมากขึ้นแค่ไหน 3) ไม่ส่งผล ความคุ้มค่า ความสะดวกในการใช้งาน ความพร้อมในด้านต่างๆ
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	<ol style="list-style-type: none"> 1) ส่งผล สินค้ามีเฉพาะช่วงเวลา ส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน มากน้อยแค่ไหน 2) ส่งผล เชื่อถือได้ผ่านประสบการณ์มีข้อมูลในการซื้อ 3) ส่งผล การรณรงค์การอ่านหนังสือ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล เป็นที่นิยม มาแรง จะติดตามค้นหาข้อมูล และเกิดการเลือกใช้ 2) ส่งผล รีวิวแน่นอน เชื่อถือได้ไว้ใจสินค้า 3) ส่งผล เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวตาม

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	Professor A	1) ส่งผล สินค้ามีเฉพาะช่วงเวลา ส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน 2) มีผล กล่าวขานในสังคม อยากรอง มีผลต่อการใช้ชีวิต มากน้อยแค่ไหน 3) ส่งผลน่าเชื่อถือ มั่นใจ ตัดสินใจซื้อเร็ว 4) ไม่ส่งผล ความต้องการใช้เนื้อหา	1) มีผล เป็นที่นิยม มาแรง จะติดตามค้นหาข้อมูล 2) ส่งผล สรุบข้อดี ข้อเสีย แล้วตัดสินใจ 3) ส่งผล ประสบการณ์ ให้เชื่อมั่นในบริการ 4) ไม่ส่งผล ความต้องการใช้เนื้อหา
Design Acumen ความถนัดส่วนตัว ที่มี ต่อการใช้งาน ของ หนังสือทั่วไป ส่งผล ต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว หรือไม่ อย่างไร (Traditional Form)	ดร.ณัฐฤกษ์ชัย ธาระวานิช	ส่งผล มีความถนัดในด้านศิลปะ วาดรูป ส่งผลให้มีความสนใจในหนังสือประเภทนี้เป็นพิเศษ ตัดสินใจเลือกซื้อในที่สุด	ส่งผล มีความรู้ในด้านนี้เป็นอย่างดี ใช้งานเป็นประจำ ถนัดด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้ตัดสินใจใช้ที่รวดเร็ว
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ส่งผล ซื้อเร็วขึ้น ความสามารถด้านไหนก็จะเลือกที่จะใช้ประโยชน์ด้านนั้นเป็นหลัก	ส่งผล ซื้อเร็วขึ้นมีความสามารถด้านไหนก็จะเลือกที่จะใช้ประโยชน์ด้านนั้นเป็นหลัก แต่บางคนมีความถนัดแต่อาจไม่ได้เลือกใช้ เนื่องจากความคุ้มค่าของเนื้อหา รายละเอียดข้างใน ไม่มีการรีวิวให้ดู จึงไม่รู้ว่ามันดีหรือไม่ดี ไม่กล้าเสี่ยง
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	มีผลน้อย ไม่ได้จำกัดว่าต้องใช้หนังสือตลอด ขึ้นอยู่กับลักษณะของการทำงาน สถานการณ์ในช่วงเวลานั้น	ส่งผล เกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็วกว่าขึ้น ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ขึ้นอยู่กับลักษณะของการทำงาน ช่วงเวลาที่เหมาะสม ความพร้อมและปัจจัยอื่นๆ

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
ความถนัดส่วนตัว ที่มีต่อการใช้งาน ของ E-book	ดร.ชัชติยา แถวโสภายั่งยืน	ส่งผล มีความคุ้นเคยในการใช้งาน และคิดว่าใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ได้ค่อนข้างสูงและตรงกับความต้องการ	ส่งผล เข้าถึงข้อมูลง่าย รวดเร็ว ใช้ประโยชน์จากการบริการได้อย่างเต็มที่ และคุ้มค่า
ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดังกล่าวหรือไม่อย่างไร(Digital Form)	ดร.ณัฐกร สงคราม	ส่งผล ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น คุ้นเคย สะดวกในการใช้งาน	ส่งผล ตัดสินใจซื้อเร็ว เลือกซื้อและใช้ประโยชน์กับสิ่งที่ให้ประโยชน์มากกว่าไม่กล้าเสี่ยง
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	ส่งผล ซื้อง่ายขึ้น เพราะคุ้นเคยเกิดความเคยชินในการใช้งานมาก่อน ไม่ต้องเรียนรู้อะไรเพิ่มเติม สะดวกสบาย	ส่งผล เกิดความคุ้นเคย ทำให้ได้รับประโยชน์จากสื่ออื่นได้มากเป็นพิเศษ
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	ส่งผล เลือกทำในสิ่งที่ย่างและสะดวก ไม่ต้องเรียนรู้อะไรใหม่ๆ ไม่อยากทดลอง ไม่กล้าเสี่ยง ได้รับผลประโยชน์เต็มที่และคุ้มค่าจากตัวสินค้า	ส่งผล เลือกทำในสิ่งที่ย่างและสะดวก ได้ประโยชน์เต็มที่ ไม่เสียเวลา
	ดร.กนกพร นันทนารุ่งภักดิ์	ส่งผล เข้าใจเนื้อหามากขึ้น คุ้นเคยชอบขีดเขียน บันทึกความจำในหนังสือตามที่ว่างๆ และทำให้การอ่านดูง่ายขึ้น	ส่งผล มีการใช้งานบ่อย และมีความรู้ในด้านไอที การเข้าฟังก์ชันต่างๆ จึงเรียนรู้ได้เร็วกว่าคนทั่วไป
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	ส่งผล คนส่วนใหญ่จะใช้งานในสื่อที่ตัวเองถนัด และมีความรู้อยู่แล้ว เพราะจะส่งผลให้ได้รับประโยชน์จากสื่ออื่นๆ มากเป็นพิเศษ ส่งผล สะดวก คุ้นเคยในการใช้งาน ใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า ถนัดแบบไหน ก็จะเลือกใช้แบบนั้น	ส่งผล คนส่วนใหญ่จะใช้งานในสื่อที่ตัวเองถนัด และมีความรู้ อยู่แล้ว เพราะจะส่งผลให้ได้รับประโยชน์จากสื่ออื่นๆ มากเป็นพิเศษ คุ้นเคย สะดวก ได้ผลประโยชน์เต็มที่ ไม่อยากเรียนรู้สื่อแบบอื่น อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผล เช่น เรื่องของเวลา ความรวดเร็วในการใช้ข้อมูล

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	Professor A	ส่งผล สะดวก ค้นเคยในการใช้งานใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า ถนัดแบบไหน ก็จะเลือกใช้แบบนั้น	ส่งผล ค้นเคย สะดวก ได้ผลประโยชน์เต็มที่ ไม่อยากเรียนรู้สื่อแบบอื่น อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆที่ส่งผล เช่น เรื่องของเวลา ความรวดเร็วในการใช้ข้อมูล
Experience 1) ประสบการณ์ในการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ อย่างไร อธิบาย ซึ่งได้แก่ประสบการณ์ของการใช้ประสาททั้ง 5 เป็นอย่างไร เช่น การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส ความรู้สึกที่มีต่อการใช้งานเป็นอย่างไร	ดร.ณัฐลักษณ์ ธาระวานิช	1) มีผล การมองสี ปก ขนาดตัวหนังสือ การสัมผัสเนื้อกระดาษ รอยนูน ความรู้สึกที่มีต่อการอ่าน ตื่นเต้น ทำท่าย รับรู้ได้โดยตรง เกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า 2) มีสมาธิ รู้สึกสบายๆ ผ่อนคลายจากการสัมผัสแผ่นกระดาษ การเรียนรู้โดยตรง 3) การขีดเส้นใต้ คั่นหน้า เตือนความจำ	1) มีผลการมองรูปแบบ ดีไซน์ สี สันเกิดความสนใจอยากเรียนรู้อ การได้ยินเพิ่มรรถรสในการเรียนรู้ เกิดความตื่นเต้น ทำท่าย และเพลิดเพลิน 2) สนุก เพลิดเพลิน เพราะสามารถควบคุมการใช้งานด้วยตัวเอง มีอิสระ 3) การแลกเปลี่ยน แชรข้อมูลให้เพื่อนๆ
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	1) การมอง สี ปก ชื่อเรื่อง เนื้อกระดาษ เกิดความชอบ รับรู้รายละเอียด ได้ดีจากการสัมผัสโดยตรง เกิดความรู้สึก ผ่อนคลาย เป็นกันเองมากขึ้น เชื่อถือในสินค้า 2) ความรู้สึกขึ้นอยู่กับประเภทของหนังสือที่อ่าน ดำาเรียน การศึกษา เครียดต้องคิดวิเคราะห์ ต้องมีสมาธิในการจับใจความ 3) การขีดเส้นใต้ คั่นหน้า พับหน้า เน้นสีเพื่อเตือนความจำ ในการใช้งานครั้งต่อไป	1) มีผล การมอง สี สันเกิดความโดดเด่น จดจำได้ง่าย การได้ยิน ทำให้ได้อารมณ์ในการเรียนรู้เข้าใจมากขึ้น ความรู้สึกเบื่อ หงุดหงิดจากการเข้าถึงข้อมูลที่ยุ่งยาก ลำช้า ไม่ทันต่อการใช้งานที่รีบเร่ง 2) อ่านนานๆจะปวดตา เพลีย เหนื่อยล้า ใช้เวลาอ่านจ้องหน้าจอนานๆ 3) แสดงความคิดเห็น ในศาสตร์ที่มีความรู้ แบ่งปันข้อมูลให้เพิ่ม

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
อธิบายพร้อมเหตุผลประกอบ 2) ความรู้สึกที่มีต่อการใช้งาน อารมณ์ที่เกิดขึ้นขณะใช้งาน มีอะไรบ้าง พร้อมอธิบายเหตุผลพร้อมเหตุผลประกอบ	ดร. กิตติ เจริญพรพานิชกุล	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผลการมอง สี ปก การสัมผัสเนื้อกระดาษ รอยนูน ทำให้รับรู้ถึงรายละเอียดของหนังสือได้โดยตรง เกิดความรู้สึกประทับใจในเนื้อหา มีความตื่นเต้น มีความคุ้นเคยในการใช้งานเป็นเวลานาน 2) ความรู้สึกแตกต่างกันไปตามประเภทของหนังสือ แต่จะมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีอิสระในการใช้งาน เกิดการผ่อนคลาย 3) การค้น หน้า การทำบุ๊คมาร์ก การบันทึกความจำเพื่อประโยชน์ในการใช้งานครั้งต่อไป 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผลการมอง สี ขนาดตัวอักษร แสง ส่องผลให้เกิดความอยากในการเรียนรู้ การได้ยินเสียงเพลง สื่อวิดีโอทำให้เกิดความตื่นเต้นในการใช้งาน รู้สึกทำท่าย 2) ใช้งานผ่านสื่อมัลติมีเดีย ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกในการเรียนรู้ ไม่เบื่อ มีสื่อให้เลือกใช้ที่หลากหลาย 3) แชรข้อมูล ส่งต่อให้เพื่อน การบันทึกความจำลงใน E-book เพื่อประโยชน์และง่ายในการใช้งานครั้งต่อไป
3) ประสบการณ์ร่วมที่มีขณะใช้งานมีอะไรบ้าง พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมอง สี แบบปก ความคงทน ตัวหนังสือ การสัมผัสเนื้อกระดาษ ความหายาบ ความลื่นรับรู้ได้ถึงลักษณะทางกายภาพโดยตรง เกิดความสนใจและประทับใจและรู้สึกดีในการอ่าน 2) รู้สึกผ่อนคลายและมีความคุ้นเคยในการใช้งาน มีความเชื่อถือและเกิดความศรัทธาในตัวผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น จากตัวสินค้าจริงๆ 3) การขีดเขียน ไล้สี การทำสัญลักษณ์เตือนความจำในการใช้งาน การค้นหา 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผลการมอง สี สัน ขนาดตัวหนังสือ การดีไซน์รูปแบบทำให้เกิดความตื่นเต้นในการใช้งาน อยากเรียนรู้และการได้ยินเสียง ส่องผลให้เกิดความสนใจและตื่นเต้นในการใช้งาน มีความประทับใจ 2) หากมีฟังก์ชันที่เข้าถึงยากจะเกิดความรู้สึกเบื่อน่าย รำคาญ และจะไม่ใช้บริการอีกเลย 3) บันทึกข้อมูล สรุปสาระสำคัญ ในการอ่านลงใน E-book

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.ณัฐกร สงคราม	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมอง แบบปก สี ลักษณะการเย็บ ชื่อเรื่อง หรือ ขนาดผ่านการสัมผัสเนื้อกระดาษ ส่งผลให้เกิดความรู้สึก สนใจและนำค้นหารับรู้โดยตรงจากสินค้า 2) เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย มีความเป็นกันเองสูง อยู่ใน โลก จินตนาการ สบายใจ 3) การค้นหน้าทำสัญลักษณ์เตือนความจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผลการมอง สี ขนาดตัวอักษร การได้ยินเสียง วิดีโอ ตื่นเต้น สนุก ความรู้สึกยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูล 2) รู้สึก ทำท่ายในการเรียนรู้ ตื่นเต้น สนุกสนาน เพลิดเพลิน 3) การแชร์ข้อมูล บันทึกความจำ
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น ลักษณะปก ขนาดเล็ก สี สัน สวย การสัมผัสเนื้อกระดาษ เกิดความ ความประทับใจและอยาก ครอบครอง 2) เกิดความรู้สึกดีสบายกาย สบายใจ เกิดการผ่อนคลาย ปลดปล่อยอารมณ์ได้ตามสบาย มีอิสระเต็มที่ 3) การค้นหน้า การพับหน้า เน้นสี เตือนความจำในการใช้งาน ในอนาคต 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผลการมอง สี สัน ขนาดตัวอักษรรูปแบบที่สวยงาม ส่งผลให้ เกิดการรับรู้และความต้องการ ในสินค้า การได้ยินเสียง สื่อดิจิทัล เกิดความสนุกสนาน ตื่นเต้นในการใช้งาน 2) เกิดความรู้สึกสนุกสนาน ตื่นเต้นในการใช้งานหรือแม้แต่การ เบื่อหน่าย ในการเข้าถึงข้อมูลที่นาน 3) บันทึกความจำ การใส่สีลงใน E-book

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีมี	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น ปก สี สัน การเย็บ ขนาดการสัมผัส เนื้อกระดาษ อยากรู้อยากเห็น เกิดการจินตนาการ สมมติตัวเองเป็นตัวละคน 2) เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ มีความ ค่อนข้างในการใช้งาน อ่านง่าย 3) การเน้นข้อความ การค้นหาคำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น รูปแบบ สี สี ไลน์ทำให้เกิดความยากในการเรียนรู้ การได้ยิน เสียงเพลงสื่อดิจิทัล ทำให้มีสนุกสนาน ตื่นเต้น เกิดการเรียนรู้ที่ง่ายขึ้น 2) เกิดความรู้สึกประทับใจในการใช้งาน เนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ได้รับความคุ้มค่า 3) บอกต่อในการใช้ แพร่ข้อมูล
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น สี ลักษณะปก การสัมผัสกระดาษ น้ำหนัก ทำให้คิดถึงความรู้สึก ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น 2) เกิดความรู้สึก ผ่อนคลาย เข้าถึงสินค้าได้ง่าย มีความเป็นส่วนตัว เชื่อมั่นในสินค้า 3) ชัด เขียน สรุปสาระสำคัญในหนังสือ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น หน้าเพจ รูปแบบ การได้ยินเสียง ทำให้เกิดอารมณ์ในการเรียนรู้ ความสนุกสนาน ทำท่าย 2) เกิดความรู้สึกยุ่งยาก รุนแรง หากมีฟังก์ชันในการใช้งานที่ซับซ้อน เสียเวลา 3) แพร่ข้อมูล
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น สี ลักษณะปก ขนาด การสัมผัสเล่ม เนื้อกระดาษ เกิดความรู้สึกที่ดีในการอ่าน น่าสนใจ ประทับใจในเนื้อหาสาระ รับรู้ถึงคุณค่าได้รวดเร็ว 2) เกิดความรู้สึกสนใจ และประทับใจในเนื้อหา สาระ มีความค่อนข้างในการใช้งาน มีอิสระในการใช้งานสูง 3) บันทึกสาระสำคัญ การค้นหาคำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีผล การมองเห็น สี สัน หน้าเพจ การออกแบบ เกิดความอยากลอง การได้ยินเสียงส่งผลให้เกิดการตื่นตัวในการเรียนรู้ 2) ความรู้สึกยุ่งยาก ในการเข้าถึงข้อมูล ตรงกันข้ามหากมีฟังก์ชันที่สะดวก เข้าถึงข้อมูลง่าย มีสื่อที่น่าสนใจ เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานในการใช้งาน 3) แพร่ข้อมูลให้เพื่อนๆ

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	Professor A	1) มีผล การมองเห็น สี ลักษณะปก ขนาด การสัมผัสเล่ม เนื้อกระดาษ เกิดความรู้สึกที่ดีในการอ่าน น่าสนใจ ประทับใจในเนื้อหาสาระ รับรู้ถึงคุณค่าได้รวดเร็ว 2) เกิดความรู้สึกสนใจ และประทับใจในเนื้อหาสาระ มีความคุ้นเคยในการใช้งาน มีอิสระในการใช้งานสูง 3) บันทึกสาระสำคัญ การค้นคว้า	1) มีผล การมองเห็น สี สันหน้าเพจ การออกแบบ เกิดความอยากลอง การได้ยินเสียงส่งผลให้เกิดการตื่นตัวในการเรียนรู้ 2) ความรู้สึกยุ่งยาก ในการเข้าถึงข้อมูล ตรงกันข้ามหากมีฟังก์ชันที่สะดวก เข้าถึงข้อมูลง่าย มีสื่อที่น่าสนใจ เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานในการใช้งาน 3) แพร่ข้อมูลให้เพื่อนๆ
Personality การแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่อย่างไร (Traditional Form)	ดร.ณัฐฤกษ์ ธาระวานิช	ไม่มีผล เลือกเพราะชอบและสนใจไม่ได้ต้องการนำเสนอตัวตนให้ผู้อื่นทราบ	ไม่มีผล ต้องการสืบค้นข้อมูลและใช้ประโยชน์เป็นหลัก
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ไม่มีผล ขึ้นอยู่กับสไตล์ของตัวหนังสือ สไตล์ของผู้เขียน รูปแบบการเขียนที่มีเนื้อหาโดนใจ	ไม่มีผล การใช้ประโยชน์ เนื้อหา มีคนบางกลุ่มใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ตัวเองทำให้ดูเท่ทันสมัย
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	ไม่มีผล ขึ้นอยู่กับความถนัดและความต้องการใช้งานเป็นหลัก อาจแสดงให้เห็นว่าชอบอ่านหนังสือ เพราะมีหนังสือเก็บสะสมในปริมาณมาก	ไม่มีผล ซึ่งจะมีการเลือกใช้งานตามความเหมาะสมในการใช้ข้อมูล ประโยชน์หลักในการใช้งาน
	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	ไม่มีผล ขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์มากน้อยแค่ไหน ซึ่งในบางครั้งตัดสินใจซื้อมาแล้วก็ไม่ได้อ่าน ซื้อเพราะมีมูลค่าทางจิตใจ	ไม่มีผล ขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ เนื้อหาสาระที่ครอบคลุมในการใช้งาน เป็นหลัก

ตารางที่ 4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่2: Individual Tastes and Preferences (Traditional Form และ Digital Form) (ต่อ)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดังกล่าวหรือไม่	ดร.ณัฐกร สงคราม	“ไม่มี ความต้องการในการใช้งานเป็นหลักเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์	“ไม่มีผล มีคนบางกลุ่มที่ใช้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ตัวเอง ซึ่งจริงๆแล้วการใช้งานหลักๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้ข้อมูล ช่วงเวลาที่มีความเหมาะสม
อย่างไร(Digital Form)	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	“ไม่มีผล รับผิดชอบต่อทุกประเภท ไม่ได้คิดว่าต้องใช้อะไร โดยดูว่ามีคุณค่าตรงกับการใช้งานแค่ไหน สามารถใช้ได้หมด	“ไม่มีผล สามารถรับผิดชอบต่อทุกประเภท ไม่ได้คิดว่าต้องใช้อะไรเป็นหลัก โดยดูว่ามีคุณค่าตรงกับการใช้งานแค่ไหน
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	“ไม่มีผลอยู่ที่ทัศนคติส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป โดยส่วนตัวจะเลือกซื้อหนังสือ เพราะมีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ มีเงื่อนไขที่เราทำได้ในด้านต่างๆ	“ไม่มีผลอยู่ที่ทัศนคติส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป โดยส่วนตัวจะเลือกซื้อ เพราะมีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ มีเงื่อนไขที่เราทำได้ในด้านต่างๆ
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	“ไม่มีผลเพราะเป็นคนชอบอ่านหนังสืออยู่แล้ว เลือกซื้อเพราะความต้องการและใช้ประโยชน์จากข้อมูลเป็นหลัก	“ไม่มีผลความต้องการในการใช้ข้อมูลและประโยชน์จากข้อมูลความสะดวกสบายในการใช้งานความเหมาะสมและง่ายในการพกพา
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	มีผลการอ่านหนังสือก็อาจจะมีโอกาสวิทยาในการแสดงออกซึ่งความชื่นชอบสิ่งใด อยากแบ่งปัน การบอกต่อ	ไม่ส่งผล โดยทั่วไปจะใช้ข้อมูลดังกล่าวเมื่อเกิดความต้องการข้อมูล
	Professor A	มีผล รักในการอ่าน ก็จะมีความรู้ในการใช้งานของหนังสือแต่ละประเภทเป็นอย่างดี เชี่ยวชาญ เป็นครูในเรื่องของหนังสือ ส่งผลให้แสดงตัวตนมากขึ้นไป	มีผล อาจเกิดจากการที่เป็นคนมีความชอบในด้านเทคโนโลยี สื่อดิจิทัลต่างๆ มีความเชี่ยวชาญ โดยตรง เลยส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และความสามารถในด้านนี้ที่โดดเด่น และเป็นแสดงตัวตนมาก

ตารางที่ 4.4 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่3: Situational Factors(Traditional Form และ Digital Form)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
3) Situational Factors			
(1) Sequence Effects สิ่งแวดล้อม บริบทในชีวิตประจำวัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือหรือไม่ อย่างไร(Traditional Form)	ดร.ณัฐลักษณ์ ธาระวานิช	มีผล ดูความเหมาะสมในการใช้งานเป็นหลัก ผลประโยชน์ที่ได้รับ	มีผล ดูช่วงเวลาและความสะดวกในการใช้งาน สถานการณ์ต่างๆ
	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	มีผล ดูความต้องการใช้งาน ความน่าสนใจของตัวหนังสือ	มีผลต่อช่วงเวลาที่จำกัด สืบค้น ใช้ข้อมูลได้ทันเวลาที่ต้องการ มีความรวดเร็ว
	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	มีผล มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือตอนเดินทาง เดินทางจะมีหนังสือพกติดตัวตลอด โดยคำนึงเนื้อหาที่น่าสนใจเป็นหลัก	มีผล ซื้อตามพฤติกรรมการดำรงชีวิต
	ดร.ชัตติยา แถวโสภายั่งยืน	มีผล ตรงกับความต้องการ นำมาใช้ในการทำงาน ถ่ายทอดให้นักศึกษา	มีผล ในการทำงาน ถ่ายทอดความรู้
	ดร.ณัฐกร สงคราม	มีผล ตามการใช้งานในชีวิตประจำวัน ดูความคุ้มค่าและความเหมาะสม	มีผล ตามการใช้งานในชีวิตประจำวัน ความคุ้มค่าผลประโยชน์ ความเหมาะสม
	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	มีผล การใช้งานบ่อยและประโยชน์ที่ได้รับ	มีผล ใช้งานบ่อย ประโยชน์ที่ได้รับ
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์	มีผล ตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตดูความคุ้มค่าและผลประโยชน์	มีผล ตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันไปเหตุการณ์ต่างๆ
	ดร.กนกพร ฉันทนารุ่งภักดิ์	มีผลตามความเหมาะสมและความต้องการผลประโยชน์จากสินค้า	มีผล ดูความเหมาะสม อุปกรณ์ที่รองรับประโยชน์ที่ได้รับ

ตารางที่ 4.4 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่3: Situational Factors(Traditional Form และ Digital Form)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
	ดร.ขจรศักดิ์ สวงนิตย์	มีผล ดูข้อจำกัดในการทำงาน การดำเนินชีวิต สถานการณ์ที่เหมาะสม ความคุ้มค่า	มีผล ดูข้อจำกัดในการทำงาน การดำเนินชีวิต สถานการณ์ที่เหมาะสม ความคุ้มค่า
	Professor A	มีผล รูปแบบการใช้ชีวิต ความเหมาะสม มองประโยชน์และความคุ้มค่า	มีผล สถานการณ์ต่างๆ ความเหมาะสมในการใช้งาน ผลประโยชน์ที่ได้รับ
(2) Marketing Program	ดร.ณัฐลักษณ์ ธาระวานิช	ส่งผล มีโปรโมชัน ทำให้ประเมินและรับรู้ข้อแลกเปลี่ยนที่คุ้มค่า	ส่งผล ช่วยลดปัญหาการใช้งาน เพิ่มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
โปรแกรมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือมากขึ้นหรือไม่อย่างไร	ผศ.ดร.พร้อมภัก บึงบัว	ส่งผล มีความรู้สึกที่ได้ลดราคา จำนวนปริมาณซื้อเยอะขึ้น	ส่งผล ผู้ใช้บริการมีตัวเลือกมากขึ้น เกิดความคุ้มค่ามากขึ้น
(Traditional Form)	ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล	ไม่ส่งผล ขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้ข้อมูล รูปแบบเนื้อหาที่เราพึงพอใจ	ส่งผล โปรแกรมที่รองรับการใช้งาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงขึ้น
	ดร.ชัชติยา แถวโสภายั่งยืน	ส่งผล ดึงดูดใจ ด้วยโปรโมชัน เกิดความคุ้มค่าและการเปรียบเทียบผลประโยชน์	ส่งผล ประโยชน์ที่ได้รับ โปรโมชันที่คุ้มค่าในการใช้งาน
	ดร.ณัฐกร สงคราม	ส่งผล ซื้อปริมาณมากขึ้น ตัดสินใจเร็วขึ้น	ส่งผล ใช้งานสะดวก อ่านง่ายขึ้น มีการใช้งานที่ใกล้เคียงหนังสือ
โปรแกรมของ Ipad Air หรือแท็บเล็ต ที่มีฟังก์ชันที่รองรับส่งผลให้เลือกใช้บริการ	ดร.วิจิตร เทพประสิทธิ์	ส่งผล ภูมิใจที่ซื้อในราคาลด รู้สึกดีต่อสินค้า ตัดสินใจเร็วขึ้น	ส่งผล โปรแกรมรองรับการใช้งาน ง่ายขึ้น การเข้าถึงข้อมูลรวดเร็ว
	ดร.แจ่มจันทร์ ศรีอรุณศรีมี	ส่งผล มีทางเลือกที่หลากหลาย ประเมินความคุ้มค่าได้ง่ายขึ้น ซื้อเร็วขึ้น	ส่งผล ฟังก์ชันรองรับการใช้งาน ประสิทธิภาพสูงขึ้น เจือ้นใจในการใช้งานพร้อมแพ็คเกจ

ตารางที่ 4.4 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่3: Situational Factors(Traditional Form และ Digital Form)

ปัจจัย	Lead User	Book Traditional Form	E-book Digital Form
E-book มากขึ้น หรือไม่อย่างไร (Digital Form)	ดร.กนกพร นันทนารุ่ง	ไม่ส่งผล ดูช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล เนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการในขณะนั้น	ไม่ส่งผล ช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล เนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการในขณะนั้น
	ดร.ขจรศักดิ์ สงวนสัตย์	ส่งผล เส้นทางเลือกมากขึ้น ช่องทางค้นหาวัสดุที่ดีในคัมภีร์หนังสือ เกิดความภูมิใจ	ส่งผล มีฟังก์ชันที่รองรับ ใช้งานง่ายขึ้น
	Professor A	ส่งผล ช่องทางเลือกมาก มีความคุ้มค่า เปรียบเทียบ วิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับ ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น	ส่งผล โปรมิชั่น แพ็กเกจการใช้งาน คุ่มค่ามี มาตรฐานและมีประสิทธิภาพ