

## บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการศึกษาเฉพาะเรื่อง การตอบสนองของผู้บริโภคต่อสัญญาณของผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ในส่วนของรูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ที่มีส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1) เพื่อศึกษาปัจจัย และพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตอบสนองของรูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล (Digital Form)

2) เพื่อนำปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล (Digital Form) มาออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล และนำเสนอรูปแบบความคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

3) เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ ไปใช้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล (Digital Form) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และตอบโต้ภัยการใช้งานให้มากที่สุด

ซึ่งมีการประมวลข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางพร้อมคำบรรยาย ดังนี้

5.1 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form

5.2 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form

5.3 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form



ตารางที่ 5.1 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form (ต่อ)

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	สถานที่			✓	✓							2
	การรักษา			✓		✓	✓	✓	✓		✓	6
	วัสดุการผลิต								✓			1
	การใช้งาน									✓		1
	การเก็บรักษา							✓				1
Designer ภายนอก	ปกหนังสือ		✓	✓		✓	✓			✓		5
	สวยงาม	✓		✓	✓						✓	4
	น้ำหนัก					✓		✓				2
	การเขียนเล่ม					✓	✓	✓	✓		✓	5
Designer ภายใน	ขนาดตัวอักษร	✓				✓						2
	กระดาษ	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	8
	รูปแบบ		✓	✓	✓	✓	✓				✓	6
	เนื้อหาสาระ			✓	✓				✓	✓	✓	5
	ภาพประกอบ							✓				1

ตารางที่ 5.2 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Digital Form

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>1. Product</b>												
Performance	เข้าถึงเร็ว	✓	✓				✓		✓		✓	5
	ใช้สะดวก	✓		✓			✓					3
	รวดเร็ว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
	ข้อมูลอัปเดต		✓	✓								2
	พกพา				✓	✓		✓	✓	✓	✓	6
	ข้อมูล				✓							1
	การบันทึก					✓						1
	แชร์ข้อมูล					✓		✓	✓			3
	เปรียบเทียบ									✓		1

ตารางที่ 5.2 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Digital Form (ต่อ)

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ergonomic	เทคโนโลยี	✓	✓	✓		✓						4
	การพกพา	✓	✓			✓	✓				✓	5
	ความยืดหยุ่น		✓									1
	การแชร์ข้อมูล			✓	✓				✓			3
	ปริมาณข้อมูล				✓			✓	✓		✓	4
	เวลา						✓					1
	ค้นหาเร็ว	✓							✓			2
	เปรียบเทียบ									✓		1
Product/Cost	รูปแบบ	✓			✓			✓				3
	ข้อมูลมาก	✓				✓						2
	มีสาระ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8
	คุ้มค่า		✓			✓					✓	3
Regulatory	อุปกรณ์รองรับ	✓	✓	✓		✓			✓			5
	แสงสว่าง		✓									1
	ความคงทน			✓								1
	ระยะเวลา			✓								1
	แบตเตอรี่				✓		✓	✓	✓		✓	5
	ดูแลรักษา				✓		✓		✓		✓	4
	ขนาด					✓		✓		✓		3
Designer ภายนอก	เอกลักษณ์	✓			✓	✓		✓			✓	5
	ความสวยงาม				✓			✓		✓		3
	รูปแบบ					✓		✓		✓		3
	สีสัน รูปภาพ	✓			✓							2
	ดีไซน์	✓			✓	✓				✓	✓	5
Designer ภายใน	ฟังก์ชันใช้งาน	✓	✓	✓	✓			✓			✓	6
	เนื้อหาสาระ				✓		✓	✓	✓	✓	✓	6
	ขนาดตัวอักษร					✓						1
	สื่อหลากหลาย					✓				✓		2

### 5.1.1 Performance

คุณภาพ คือ สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ (Greenrooms, 1990, Buzz and Gale, 1987, อ้างถึงใน ชีรภิกขิ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547) จากแนวคิดและทฤษฎีสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ เกิดจากการรับรู้ คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการนั้นๆ แล้ว ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านที่สำคัญ คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่น ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

#### 1. Performance : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ความสะดวกในการใช้งาน เข้าถึงข้อมูลง่าย รวดเร็ว เปิดย้อนไปมาได้สะดวก เปรียบเทียบ เนื้อหาได้ง่าย สามารถพบบรรณาค่าได้ ทำบัญชีมาร์คได้ ใช้งานได้เลยไม่ต้องมีสื่อ หรืออุปกรณ์เสริม ในการอ่าน ไม่มีฟังก์ชัน เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการใช้งาน สามารถหยิบขึ้นมาอ่านตอนไหนก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้งาน ซึ่งลักษณะในการใช้งาน จะขึ้นอยู่กับลักษณะพฤติกรรม การใช้งานของแต่ละบุคคล

2) ความเป็นเอกลักษณ์ เป็นรูปธรรม รับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส จากผู้เขียนที่มีความรู้ ประสบการณ์ เป็นตัวหนังสือที่ถ่ายทอดบนแผ่นกระดาษที่มีเนื้อหาสาระ และประโยชน์ตามศาสตร์แขนงต่างๆ มีหลากหลายประเภท รูปแบบการเขียนที่แตกต่างกันไป มีความเป็นตัวตนสูง สามารถรับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง โดยไม่ต้องผ่านสื่อใดๆ

3) คุณค่า มีคุณค่าสูงไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ การวัดมูลค่าของหนังสือของแต่ละคนแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าใครจะเก็บเกี่ยวประโยชน์ได้มากน้อยแค่ไหน รวมทั้งหนังสือบางเล่มเป็นการเขียนจากประสบการณ์จริง ซึ่งถือได้ว่าเป็นเรื่องยาก ที่จะมีการนำประสบการณ์ที่มีคุณค่า และประโยชน์ มาแชร์ผ่านตัวอักษรให้เกิดการเรียนรู้ และเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ดี มีคุณค่าทางจิตใจ ยิ่งมีอายุในการเก็บรักษานาน คุณค่าในตัวก็จะสูงขึ้นเรื่อยๆ จะหยิบมาอ่านตอนไหนก็ได้ ถึงแม้เวลาจะผ่านไป แต่คุณค่าในหนังสือยังคงสภาพเดิม

4) ความหลากหลาย มีทางเลือกในตัวผลิตภัณฑ์สูง มีหลายประเภท มีรูปแบบการเขียนที่แตกต่างกัน เนื้อหาสาระที่มีความหลากหลาย สี สัน ขนาด ราคา คุณภาพ ที่แตกต่างกัน ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ได้เป็นอย่างดี

5) ความรู้สึก หนังสือให้ความรู้สึกที่ดีต่อการอ่าน เข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้เร็ว ทำให้เกิดอารมณ์ ในการอ่านสูงขึ้น มีความเป็นกันเอง และความคุ้นเคยในการใช้งาน ส่งผลให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย เหมือนได้พักผ่อน มีความเพลิดเพลินในการอ่าน ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์สูง

6) ความน่าเชื่อถือ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีที่มาที่ไป มีการอ้างอิงที่ชัดเจน บอกประวัติผู้แต่ง คุณวุฒิ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ชื่อเสียง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับในสังคมจากแวดวง การศึกษา ถึงคุณสมบัติ ประโยชน์ สาระในการเรียนรู้มานาน ทำให้เกิดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ มากยิ่งขึ้น

7) ความประหยัดพลังงาน สามารถใช้งานได้เลย โดยผ่านตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ไม่สิ้นเปลือง พลังงาน ไม่ต้องชาร์ตแบตเตอรี่ ไม่ต้องมีอุปกรณ์รองรับในการใช้งาน อาจมีการใช้แสงสว่างในการ อ่านช่วงเวลากลางคืน ซึ่งถือว่าน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อดิจิทัล

8) การถ่ายทอด สามารถถ่ายทอดความรู้ผ่านนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลรอบข้างได้ง่ายขึ้น มีความเข้าใจมากขึ้น เนื่องจากเห็นตัวผลิตภัณฑ์จับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพ เห็นรูปแบบ วิธี ใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก ชับช้อน สามารถรับรู้ในการถ่ายทอดได้เร็ว และเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น

9) ความรวดเร็วในการสืบค้น ใช้เวลาในการค้นหาไม่นานมาก ซึ่งลักษณะในการอ่านของแต่ละคนที่แตกต่างกันไป บางคนอาจทำสัญลักษณ์ การพับหน้า ในเรื่อง หรือประเด็นที่สำคัญๆ เรื่องที่เราสนใจ เพื่อความสะดวกในการใช้งานครั้งถัดไป ง่ายต่อการสืบค้น แต่หากไม่มีการทำ สัญลักษณ์ใดๆ เพื่อเป็นการเตือนความจำ ในการค้นหาข้อมูลก็จะดูได้จากหน้าสารบัญ

## 2. Performance : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ ความรวดเร็วในการสืบค้น สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว เช่น เปิดในส่วนของสารบัญ Click หัวข้อ หรือ เนื้อหาที่ต้องการ ก็สามารถเข้าถึงเนื้อหา นั้นได้ทันที หรือใช้ระบบ Search คำที่ต้องการ ก็ทำได้สะดวก เช่นเดียวกัน สามารถสืบค้นข้อมูลด้วยความรวดเร็ว ประหยัดเวลา ทันต่อการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีฟังก์ชัน ที่รองรับในการใช้งาน โดยผ่านการค้นหาคำที่สะดวกสามารถนำข้อความใน E-book ไปค้นหาข้อมูล เพิ่มเติมผ่าน Search Engine ได้ด้วย ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้อย่างรวดเร็ว

1) การพกพา การเคลื่อนย้าย การพกพา หรือการเดินทางไปที่ต่างๆ ไม่มีน้ำหนักเหมาะกับการ ใช้งานตามรูปแบบการใช้ชีวิตของคนเมือง ที่ต้องการความเร่งรีบ ความสะดวกสบาย และ ความคล่องตัวในการใช้ชีวิตประจำวัน

2) การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ สะดวกในการซื้อหรือเข้าถึง เนื่องจากปัจจุบันสามารถซื้อ E-book ผ่านทางเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน ได้อย่างสะดวก บางส่วนสามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่ต้องเสีย ค่าใช้จ่ายใดๆ ประหยัดเวลา และสามารถเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลได้ทันที ทันทีทุกที่ แต่อาจมีปัญหา เกี่ยวกับอุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่ใช้ เช่น อินเทอร์เน็ต ฟังก์ชันที่ไม่รองรับการใช้งาน

4) ความสะดวกในการใช้งาน ข้อมูลจะมีจำนวนมาก ซึ่งสามารถใช้ข้อมูลผ่านอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ ที่รองรับการใช้งานของ E-book เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ไอแพด สามารถพกพา

ไปได้ทุกที่ ใช้ได้ทุกเวลา สามารถพกพาไปได้ทุกที่มีความสะดวก รวมทั้งเป็นอุปกรณ์ที่มีความใกล้ชิดตัวในการดำเนินชีวิตประจำวันสูง จึงถือว่าสะดวกมากในการเข้าถึง

5) ข้อมูลอัปเดต ข้อมูลบางประเภทของ E-book มีเนื้อหาสาระยั้งยืน เช่น ข่าวด่วน การเงิน สภาพคล่องทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะมีการอัปเดตแบบทันเวลา ตรวจสอบ และเช็คความน่าเชื่อถือได้ สาระของเนื้อหาจะมีอายุสั้น หากผ่านไปจะมีเนื้อหาของข้อมูลในส่วนนี้น้อยลง หากใช้งานได้ทันเวลาจะทำให้เรามีข้อมูลที่มีคุณค่า และทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งหากช่วงเวลาที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงก็จะมีกรอัปเดตข้อมูลให้โดยอัตโนมัติ

6) ปริมาณข้อมูล ปริมาณของข้อมูลจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อชนิดอื่น ที่มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด มีความหลากหลายในการใช้งาน รวมทั้งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ทันต่อเหตุการณ์ และมีกรอัปเดตเพื่อรองรับการใช้งานอยู่ตลอดเวลา

7) การบันทึกข้อความ สามารถเติมข้อมูล หรือสรุปใจความสำคัญ ประเด็นที่น่าสนใจลงไป ใน E-book ได้ เพื่อในอนาคตกลับมาอ่านใหม่จะได้จำได้ และไม่เสียเวลาในการอ่านอีกรอบ เป็นการเตือนความจำในการอ่านได้เป็นอย่างดี สามารถเติมข้อมูลลงไปได้

8) การแชร์ข้อมูล หากมีข้อความที่น่าสนใจใน E-book สามารถแชร์ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลให้เพื่อนๆ ที่สนใจในเนื้อหา หรือต้องการที่จะศึกษาข้อมูลในเรื่องเดียวกัน ได้อย่างรวดเร็ว โดยการเชื่อมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือหากมีคำ หรือสำนวนที่โดนใจ ก็จะแชร์ผ่าน Facebook, Twitter

9) การเปรียบเทียบ สามารถเปรียบเทียบเนื้อหาได้ดี ทำได้ง่าย เห็นผลอย่างชัดเจน หาข้อสรุปได้รวดเร็ว ประหยัดเวลาในการรื้อค้นหาข้อมูล

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่หนึ่ง Product Form ในส่วนของ Performance ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีความแตกต่างกันสูงอย่างเห็นได้ชัดในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ รูปลักษณ์ ลักษณะทางกายภาพที่ Traditional Form สามารถจับต้องได้ มีตัวตน เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ Digital Form อย่างเห็นได้ชัด ในเรื่องของความสะดวกในการใช้งาน Traditional Form เข้าถึงข้อมูลง่าย รวดเร็ว เปิดย้อนไปมาได้สะดวก เปรียบเทียบเนื้อหาได้ง่าย สามารถพบบรรณาคำได้ ทำบุ้คมาร์คได้ ใช้งานได้เลยไม่ต้องมีสื่อ หรืออุปกรณ์รองรับในการใช้งาน ไม่มีฟังก์ชัน เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการใช้งานเหมือนกับผลิตภัณฑ์ Digital Form รวมทั้งคุณค่าของผลิตภัณฑ์ Traditional Form มีคุณค่าทางจิตใจสูง มีความโดดเด่นในเนื้อหาสาระ และประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์สูง ยังมีอายุในการเก็บรักษาที่นาน ยังมีคุณค่าทางจิตใจมากขึ้นเท่านั้น

เมื่อมองถึงตัวผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่า มีความโดดเด่นในเรื่องของการสืบค้นข้อมูลที่มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลา ทันต่อการใช้ข้อมูล โดยมีฟังก์ชันที่รองรับในการใช้งาน โดยผ่านการค้นหา คำที่สะดวกผ่านการ Search ก็จะได้ข้อมูลในทันที ถึงแม้ว่าจะมีปริมาณข้อมูลมากก็ตาม ซึ่งจะมีความแตกต่างจากการใช้งานผ่านผลิตภัณฑ์ Traditional Form ที่ต้องมีการเปิดทีละแผ่น ใช้เวลาในการค้นหานั้น ทำให้เสียเวลา และส่งผลต่อการใช้ข้อมูล นอกจากนี้แล้วผลิตภัณฑ์ Digital Form มีความโดดเด่นในการพกพา เคลื่อนย้าย ซึ่งไม่มีน้ำหนัก ไม่มีตัวตน ถึงแม้จะมีปริมาณข้อมูลเยอะก็ตาม ซึ่งจะมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ Traditional Form อย่างเห็น ได้ชัด ที่ยุ่งยากในการพกพา เนื่องด้วยข้อจำกัดของน้ำหนักรวม ทั้งส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันที่มีความเร่งรีบ และต้องการความคล่องตัวสูง และที่สำคัญผลิตภัณฑ์ Digital Form มีความโดดเด่นในเรื่องของการเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ ที่มีความรวดเร็ว สามารถใช้บริการได้ทันที สั่งซื้อได้โดยตรงผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน โดยไม่ต้องเสียเวลาไปเดินเลือกซื้อตามร้านหนังสือ เหมือน Traditional Form

### 5.1.2 Ergonomic

ทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์ (Utility) หรือความพอใจสูงสุด ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่ในช่วงเวลาหนึ่งๆ (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2009)

อรรถประโยชน์ หมายถึง ความพอใจที่บุคคลได้รับจากการอุปโภค หรือบริโภคสินค้านั้น ในเวลาขณะใดขณะหนึ่ง “อรรถประโยชน์” เป็นเพียงความรู้สึกนึกคิด ซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ทฤษฎีอรรถประโยชน์

#### 1. Ergonomic : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) จับต้องได้ เห็นตัวผลิตภัณฑ์จริงๆ โดยตรง สัมผัสได้ถึงความหนัก เบา หนา บาง สี สัน รูปแบบ ลักษณะทางกายภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และความเชื่อถือสูง รวมทั้งสัมผัสได้ถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้งานโดยตรง

2) ความสะดวกในการใช้งาน ใช้งานสะดวกสบาย สามารถพลิกไป พลิกมาได้ เปรียบเทียบเนื้อหาได้ง่าย สามารถพับได้ ทำบุ๊กมาร์คได้ มีรูปแบบเป็นเล่ม หนาสำหรับการอ่าน อ่านตอนไหนก็ได้ ไม่มีข้อจำกัด หรือเงื่อนไขในการใช้งาน มีสีสัน มีภาพประกอบ เพิ่มความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น อ่านสบายตาสามารถ อ่านได้เป็นเวลานาน

3) ข้อมูล มีเนื้อหาสาระ ข้อมูลที่มีประโยชน์ มีความน่าเชื่อถือ มีความหลากหลายในการใช้งาน มีหลากหลายประเภท มีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ สามารถรองรับความต้องการในการใช้งาน ที่มีความหลากหลายได้เป็นอย่างดี

4) การเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ สามารถหาซื้อได้ตามร้านหนังสือ ห้องสมุด ร้านสะดวกซื้อ ซึ่งหาซื้อได้ง่าย ไม่มีอุปสรรคเสริมในการอ่าน สามารถอ่านได้เลย ไม่มีฟังก์ชันในการใช้งาน

5) ไม่ต้องมีอุปกรณ์เสริม ไม่สิ้นเปลืองพลังงาน เนื่องจากสามารถใช้งานได้เลย ไม่ต้องมีอุปกรณ์เสริมในการอ่าน ไม่มีต้นทุนค่า หรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมหลังจากซื้อผลิตภัณฑ์

## 2. Ergonomic : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การพกพา มีความสะดวกในการพกพาได้ง่าย เนื่องจากไม่มีน้ำหนัก สะดวกในการเคลื่อนย้าย ใช้งานได้สะดวก ใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา มีความคล่องตัว และสะดวกในการเดินทาง

2) เทคโนโลยี ทำให้การอ่านหนังสือเป็นเรื่องสนุก โดยใช้เทคโนโลยีมาดึงดูด และจูงใจในการอ่าน ใช้สีสัน เสียง ในการเพิ่มรรถรสในการอ่านมากขึ้น ชวนติดตามเหมาะสำหรับคนใช้เทคโนโลยีเป็นประจำ สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ สามารถอัปเดตข้อมูลได้ทันที

3) ปริมาณข้อมูล มีปริมาณข้อมูลที่มาก มีความหลากหลายในรูปแบบการเรียนรู้ มีสื่อประเภทต่างๆ วิดีโอ แสง สี เสียง ที่ช่วยตอบสนองความต้องการ ตามพฤติกรรมของผู้ใช้ที่แตกต่างกันไป สามารถจุข้อมูลได้จำนวนมาก มีข้อมูลรองรับความต้องการได้สูง มีการอัปเดตข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ทันต่อเหตุการณ์

4) ความรวดเร็วในการค้นหา มีความเร็ว ทันต่อความต้องการใช้ข้อมูล มีฟังก์ชันในการค้นหาค่า ซึ่งสะดวก และรวดเร็ว แม่นยำโดยการ Search Engine คำที่ต้องการได้ทันที

5) ความรวดเร็วในการแชร์ข้อมูล สามารถแชร์ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลให้เพื่อนๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยการเชื่อมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่งข้อความผ่าน Facebook, Twitter ทันต่อความต้องการในการใช้ข้อมูล

6) ความเพลิดเพลินในการเรียนรู้ มีความสนุกในการเรียนรู้ โดยใช้เทคโนโลยีมาดึงดูด และจูงใจในการอ่าน มี แสง สี เสียง สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายมาประกอบ ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น น่าตื่นเต้น ทำทาย และส่งผลให้เกิดความเพลิดเพลินในการเรียนรู้ ไม่เบื่อหน่าย

7) เวลา สามารถอ่านช่วงเวลาไหนก็ได้ รวมทั้งสามารถใช้งานได้ในตอนกลางคืน โดยไม่รบกวนผู้อื่นในเรื่องของแสงสว่าง หรือแม้แต่ข้อจำกัดของพื้นที่ ก็สามารถใช้งานได้สะดวก

8) การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านการให้ข้อมูลสามารถเปรียบเทียบเนื้อหาได้ดี ทำได้ง่าย รวดเร็ว ส่งผลให้เห็นอย่างชัดเจน มีความรวดเร็วในการใช้งาน ประหยัดเวลาในการรื้อค้นหาข้อมูล

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่หนึ่ง Product Form ทางด้าน Ergonomic ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ในเรื่องของผลประโยชน์ในการใช้งาน ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ Traditional Form สามารถสัมผัสได้โดยตรง ผ่านการรับรู้ทางประสาทสัมผัส ถึงความหนัก เบา หนา บาง สี สัน รูปแบบ ความรู้สึก ลักษณะทางกายภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่น และมีความเชื่อถือสูง จากการสัมผัสถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้งานโดยตรง ซึ่งมีความแตกต่างกับตัวผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่ไม่มีตัวตน ต้องลองผิด ลองถูกในการตัดสินใจเลือกซื้อ ถึงแม้ว่าจะมีการจัดอันดับความนิยม การแสดงยอดขายที่ไหลล้น แต่ก็ไม่ได้ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจได้เท่ากับการสัมผัสผลิตภัณฑ์โดยตรง

การใช้งานที่มีความสะดวกสบายของผลิตภัณฑ์ Traditional Form สามารถพลิกไปพลิกมาได้ เปรียบเทียบเนื้อหาได้ง่าย สามารถพับได้ ทำบุ้คมาร์คได้ มีรูปแบบเป็นเล่มถนัดสำหรับการอ่าน อ่านตอนไหนก็ได้ ไม่มีข้อกำหนด หรือเงื่อนไขในการใช้งาน มีสี สัน มีภาพประกอบเพิ่มความเข้าใจ ในเนื้อหามากยิ่งขึ้น สบายตา รวมทั้งสามารถใช้งานได้เป็นเวลานานๆ ซึ่งจะแตกต่างจากการใช้ผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่ความยากในการใช้งาน มีฟังก์ชันที่ซับซ้อน เข้าถึงข้อมูลยาก รวมทั้งส่งผลต่อระบบสายตา หากมีการอ่านเป็นระยะเวลาสั้นๆ จากแสงของหน้าจอที่ต้องเพ่งเล็ง เนื่องจากขนาดของตัวอักษรที่เล็ก

ผลิตภัณฑ์ Traditional Form มีเนื้อหาสาระ ข้อมูลที่มีประโยชน์ มีความน่าเชื่อถือ มีความหลากหลายในการใช้งาน มีหลากหลายประเภท มีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ สามารถรองรับความต้องการในการใช้งานที่มีความหลากหลายได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นที่ยอมรับในสังคมถึงเนื้อหาสาระ และผลประโยชน์จากตัวผลิตภัณฑ์สูง ซึ่งผลิตภัณฑ์ Digital Form ยังถือว่าเป็นสื่อใหม่ในการเรียนรู้ และเป็นที่ยอมรับในสังคมเรื่องความเชื่อมั่น ความไว้วางใจเกี่ยวกับความคุ้มค่าในตัวผลิตภัณฑ์ ที่ค่อนข้างน้อย

ในส่วนของผลประโยชน์ในการใช้งาน ทางด้านผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่า ส่งผลให้เกิดความสะดวกในการพกพา สะดวกในการเคลื่อนย้าย เนื่องจากไม่มีน้ำหนัก มีความคล่องตัว และสะดวกในการเดินทาง การใช้ชีวิตประจำวันสูง ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ Traditional Form อย่างเห็นได้ชัด ที่ยุ่งยากในการพกพา เนื่องด้วยข้อจำกัดของน้ำหนัก

ผลิตภัณฑ์ Digital Form มีข้อโดดเด่นในเรื่องของเทคโนโลยี ที่ทำให้การใช้งานเป็นเรื่องสนุก เพลิดเพลิน โดยใช้เทคโนโลยีมาดึงดูด และจูงใจในการใช้งาน แสง สี เสียง วีดีโอ เพลง หรือ สื่อดิจิทัลต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ การเข้าถึงอารมณ์ของผู้ใช้ ซึ่งสามารถตอบสนอง และเข้าถึง บริการได้เร็วขึ้น ชวนติดตาม และค้นหา เหมาะสำหรับคนใช้เทคโนโลยีเป็นประจำ สามารถเข้าถึง ข้อมูลได้ง่าย รวดเร็ว ข้อมูลอัปเดตทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ Traditional Form ที่มีแค่ตัวหนังสือบนแผ่นกระดาษ ไม่มีสื่อที่หลากหลายในการเรียนรู้ ส่งผลให้เกิดความเบื่อหน่ายในการ เรียนรู้ได้ง่าย

ปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากในส่วน of ผลิตภัณฑ์ Digital Form ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความ หลากหลาย มีสื่อประเภทต่างๆ วีดีโอ แสง สี เสียง ที่ช่วยตอบสนองความต้องการ ตามพฤติกรรม ของผู้ใช้ที่แตกต่างกันไป สามารถจุปริมาณข้อมูลได้จำนวนมาก และเรียนรู้ได้อย่างกว้างขวางไม่จำกัด ขอบเขตในการเรียนรู้ ซึ่งต่างจากผลิตภัณฑ์ Traditional Form หากมีการอ่านหนังสือ 1 เล่ม ก็จะมี ความรู้แค่เรื่องนั้นเรื่องเดียว ไม่สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้หากต้องการความรู้ เพิ่มเติม ก็ต้องไปศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ไม่สามารถใช้งานค้นหาได้ในตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง

### 5.1.3 Product/Cost

เดช กาญจนางกูร (2541) ต้นทุนการผลิต คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิตสินค้า หรือ บริการที่หน่วยผลิตได้จ่ายไป ในการผลิตสินค้าและบริการทั้งหมด สินค้าที่มีราคาสูง เราก็มักที่จะรับรู้ ได้ด้วยตนเองไปก่อนว่า สินค้าตราสินค้านี้ น่าจะมีคุณภาพที่ดีกว่าสินค้าที่มีราคาถูกกว่าจนไม่กล้าใช้ ทำให้สิ่งสำคัญก็คือ เราจะรู้ได้อย่างไรว่าสินค้าของเรานั้น เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้แล้วจริงๆ

#### 1. Product/Cost : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) ชื่อเสียงผู้แต่ง เป็นบุคคลที่มีความสามารถ มีชื่อเสียงในวงการหนังสือ มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในศาสตร์นั้น โดยตรงเป็นเวลานาน
- 2) เนื้อหาสาระ มีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ ให้ความรู้ ครอบคลุม มีความหลากหลาย มีความน่าเชื่อถือ แม่นยำ เป็นความจริง คู่มีค่ากับราคา
- 3) ประเภทของหนังสือ หนังสือเรียน ตำราที่เป็นศาสตร์เฉพาะจะมีราคาแพง เนื่องจากเป็น การเขียนโดยการถ่ายทอดวิชาความรู้ และประสบการณ์โดยตรง เป็นหลักทฤษฎีในการปฏิบัติ
- 4) คุณภาพของวัสดุ/ต้นทุน คุณภาพของวัสดุที่นำมาใช้ กระดาษ รูปแบบปก หิมิกพิมพ์ ค่าขนส่ง ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะ ประเภทของหนังสือ ซึ่งต้นทุนวัตถุดิบจะแตกต่างกัน

5) เทคนิค รูปแบบการเขียนที่มีเทคนิคที่แตกต่างไป ส่งผลให้ผู้อ่านมีความเข้าใจได้ง่ายขึ้น การใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการเขียน การถ่ายทอดที่มีเอกลักษณ์ และโดดเด่น

6) ค่านิยมในสังคม เป็นหนังสือที่ได้รับความนิยม เป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับ

จากการสรุปพบว่า ราคาหนังสือจะมีราคาแพงหรือถูก มาจากปัจจัยที่สำคัญ คือ ผู้แต่ง เนื้อหาสาระของหนังสือ ประเภทของหนังสือ รวมทั้งคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นหลัก เรียงตามลำดับ ซึ่งราคาของหนังสือจะมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้กล่าวถึงประเด็นข้างต้นเป็นหลัก สำหรับการพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือ

กล่าวคือผู้แต่ง จะต้องมีความรู้ความสามารถตามศาสตร์แขนงนั้น โดยเฉพาะ มีผลงาน มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักในแวดวงหนังสือ เป็นที่ยอมรับ รวมทั้งเนื้อหาสาระที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของหนังสือ ซึ่งโดยปกติแล้วหากเป็นตำรา หรือศาสตร์เฉพาะทาง จะมีราคาสูง เนื่องจากเป็นการเขียนจากความรู้ เนื้อหาเป็นวิชาการเป็นทฤษฎีในการปฏิบัติ ต้องมีเทคนิค และรูปแบบการเขียนที่มีความพิเศษ รวมทั้งต้นทุนของวัสดุที่ใช้ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อราคาหนังสือ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าวัสดุที่ใช้มีคุณภาพมากน้อยเพียงใด

## 2. Product/Cost : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) มีเนื้อหาสาระ ข้อมูลต้องมีประโยชน์ มีเนื้อหาสาระ ครอบคลุม เพียงพอ และตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี มีความคุ้มค่ากับต้นทุนที่เสียไป

2) รูปแบบ เทคนิคในการนำเสนอ ใช้สื่อที่มีความหลากหลายในการเรียนรู้ ใช้เทคนิคพิเศษในการนำเสนอ มีรูปแบบที่น่าสนใจ ให้ความตื่นเต้น สนุกสนานในการเรียนรู้ รวมทั้งมีฟังก์ชันในการใช้งานที่ยาก ซับซ้อน เข้าถึงข้อมูลได้ยาก

3) ความคุ้มค่า/ User การใช้โดยซื้อแพ็คเกจ หรือเป็น User จะมีราคาถูกกว่า และคุ้มค่ากว่าการซื้อทีละเล่ม

4) เนื้อหาหลากหลาย น่าสนใจ มีเนื้อหาหลากหลายในค้นหา รองรับทุกความต้องการได้ดี มีข้อมูลที่น่าสนใจ ข้อมูลมีการอัปเดตตลอดเวลา มีความน่าเชื่อถือ มีแหล่งที่มาชัดเจน รวมทั้งมีการจัดอันดับความนิยม ส่งผลให้ราคาสูงขึ้น

จากการสรุปพบว่า ราคาในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ Digital Form จะมีราคาเหมาะสมหรือไม่ มาจากปัจจัยที่สำคัญคือ เนื้อหาสาระของข้อมูล รูปแบบ เทคนิคในการนำเสนอ ความคุ้มค่า/User เนื้อหาที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ เรียงตามลำดับ ซึ่งราคาการใช้งานของผลิตภัณฑ์ Digital Form จะมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้กล่าวถึงประเด็นข้างต้นเป็นหลัก สำหรับพิจารณาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Digital Form ที่เหมาะสม

กล่าวคือเนื้อหาสาระ ลักษณะของข้อมูลที่น่าเสนอ คุณค่า หรือประโยชน์จากตัวข้อมูล ที่มาของแหล่งข้อมูล รวมทั้งลักษณะของข้อมูลที่มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีราคาสูง เช่น ลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี การศึกษา การวิเคราะห์ ศาสตร์ตามแขนงต่างๆ ที่มีเนื้อหาทางวิชาการ รวมทั้งราคาที่แตกต่างกันตามสื่อในการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย ซึ่งผลมาจากการใช้เทคนิค ฟังก์ชันในการใช้งาน ที่มีความยากง่ายแตกต่างกัน รูปแบบการนำเสนอที่ส่งผลให้ราคาแตกต่างกัน ตามสื่อที่เลือกในการใช้บริการ รวมทั้งพิจารณาจากการใช้ด้วยระบบ User/Account ว่ามีความคุ้มค่ามากน้อยแค่ไหน กับการเลือกซื้อที่ละเล่มที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่หนึ่ง Product Form ทางด้าน Product/Cost ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีข้อสรุปในเรื่องของราคาในการเลือกใช้บริการ โดยผลิตภัณฑ์ Traditional Form ดังกล่าว จะมีราคาแพงหรือถูก มาจากปัจจัยที่สำคัญคือ ผู้แต่ง เนื้อหาสาระของหนังสือ ประเภทของหนังสือ รวมทั้งคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นหลัก เรียงตามลำดับ กล่าวคือผู้แต่ง จะต้องมียี่ห้อ มีความรู้ความสามารถตามศาสตร์แขนงนั้น โดยเฉพาะมีผลงาน มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักในแวดวงหนังสือ รวมทั้งเนื้อหาสาระที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของหนังสือ ซึ่งโดยปกติแล้วหากเป็นตำรา หรือศาสตร์เฉพาะทาง จะมีราคาสูง เนื่องจากการเขียนจากความรู้ เนื้อหาเป็นวิชาการเป็นทฤษฎีในการปฏิบัติ ต้องมีเทคนิค และรูปแบบการเขียนที่มีความพิเศษ รวมทั้งต้นทุนของวัสดุที่ใช้ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อราคาหนังสือ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าวัสดุที่ใช้มีคุณภาพมากน้อยเพียงใด ซึ่งต้นทุนในผลิตภัณฑ์ Digital Form มีค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ Traditional Form ในการผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งต้นทุนของ Digital Form จะเกิดขึ้นแค่ครั้งแรกในการจัดทำเท่านั้น

ความแตกต่างในอัตราค่าบริการของผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่มาจากเนื้อหาสาระ ลักษณะของข้อมูลที่น่าเสนอ คุณค่า หรือประโยชน์จากตัวข้อมูล ที่มาของแหล่งข้อมูล รวมทั้งลักษณะของข้อมูลที่มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน เช่น ข้อมูลทางการเงิน วิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ การศึกษาหรือทฤษฎี ที่มีเนื้อหาสาระเป็นวิชาการ การคิดวิเคราะห์ มีการอ้างอิงของข้อมูลสูง ส่งผลให้มีราคาสูง รวมทั้งราคา

ที่แตกต่างกันตามสื่อ ในการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย ซึ่งผลมาจากการใช้เทคนิค ฟังก์ชันในการใช้งานที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ราคาแตกต่างกันตามสื่อที่เลือกใช้บริการ

จากการสรุปโดยรวมในเรื่องของราคาที่เหมาะสม ในการใช้บริการพบว่าผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีข้อสรุปในเรื่องของราคาที่มีปัจจัยคล้ายๆ กัน คือ เรื่องของเนื้อหาสาระของข้อมูลที่มีการนำเสนอ การใช้เทคนิค รูปแบบในการใช้งานที่มีความแตกต่าง ตามประเภทของใช้งานที่จะส่งผลต่อราคา แต่จะมีความแตกต่างในเรื่องของที่มาของข้อมูล ผู้แต่ง ที่ส่งผลต่อราคาผลิตภัณฑ์ Traditional Form สูง แต่ส่งผลต่อราคาการใช้บริการผลิตภัณฑ์ Digital Form น้อยมาก

#### 5.1.4 Regulatory

ข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย และกฎระเบียบเป็นสิ่งที่ความยืดหยุ่นน้อยที่สุดสำหรับนักออกแบบ (Lawson, 1983) แม้ว่าจะมีการปรับเปลี่ยนข้อจำกัดด้านอื่นๆ แทน เช่น ในการแข่งรถที่จะต้องปฏิบัติตามกฎ ในเรื่องสภาพร่างกายของนักแข่ง ทั้งการกำหนดเรื่องของอาหารและยา ที่ควบคุมโดยองค์การอาหารและยา (FDA) ในประเทศสวีเดนมีกฎระเบียบโดยเฉพาะ เกี่ยวกับลักษณะที่เหมาะสมสำหรับเครื่องใช้สำนักงาน เพื่อป้องกันอันตรายที่จะเกิดแก่ผู้ใช้ ซึ่งกฎระเบียบเหล่านี้ก็เกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อม และการจัดจำหน่ายสินค้าที่หมดอายุ (Nussbaum, 1990)

#### 1. Regulatory : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) น้ำหนักมาก พกพาไม่สะดวก การพกพาที่ไม่สะดวก เนื่องด้วยน้ำหนัก ขนาดของหนังสือ หากต้องใช้หนังสือจำนวนหลายๆ เล่มจะไม่สะดวกในการพก การใช้ชีวิตประจำวัน เช่น นั่งรถ ลงเรือ เป็นต้น
- 2) การดูแลรักษา ต้องดูแลเป็นพิเศษ ระวังการฉีกขาด การเปื้อนสิ่งสกปรก การเปียกน้ำ เนื่องจากมีการชำรุดได้ง่ายตามระยะเวลา และสภาพการใช้งานตามพฤติกรรมของแต่ละบุคคล
- 3) แสงสว่าง การอ่านในช่วงเวลากลางคืน อาจทำให้รบกวนคนรอบข้างได้ เนื่องจากต้องใช้แสงสว่างที่เพียงพอในการอ่าน
- 4) สีสันและรูปลักษณ์ หนังสือบางเล่มดูไม่ดึงดูดความสนใจ ทั้งนี้น่าจะมีผลจากการลดต้นทุนการผลิต แต่ขาดการคำนึงถึงคุณภาพการใช้งาน
- 5) เนื้อหา เนื้อหาสาระภายในเล่ม อาจไม่ได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมด ไม่สามารถดึงออกได้ จำเป็นต้องซื้อทั้งเล่ม ไม่สามารถเลือกตามความต้องการของข้อมูลได้

- 6) เวลา ความต่างในเรื่องของเวลา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของแต่ละคนที่แตกต่างกันไป เช่น บางคนอ่านตอนว่าง บางคนอ่านตอนนอน บางคนอ่านตอนเดินทาง
- 7) สถานที่ เป็นอีกข้อจำกัดในการอ่านหนังสือ เนื่องจากต้องใช้สมาธิ และตั้งใจในการอ่าน ความสงบที่ปราศจากสิ่งรบกวนรอบๆ ข้าง
- 8) วัสดุในการผลิต การใช้วัสดุในการผลิตหนังสือ โดยส่วนใหญ่มาจากวัสดุที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ ซึ่งควรจะมีวัสดุแบบอื่นมาทดแทน เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยลง
- 9) การใช้งาน อ่านยาก ตัวหนังสือมีเยอะ ขนาดเล็ก ลายตา ส่งผลต่อคนที่มีความผิดปกติทางสายตา
- 10) การเก็บรักษาข้อมูล หากข้อมูลหายแล้วก็จะหายเลยไม่มี Backup ข้อมูลไว้ รวมทั้งหากเกิดการฉีกขาดหน้าใดหน้าหนึ่งไป ทำให้เนื้อหาไม่ประติดประต่อกัน โดยเฉพาะฉีกขาดหน้าที่เป็นสาระสำคัญไป

## 2. Regulatory: Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) อุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งาน ต้องพกพาเป็นเครื่อง เปิดอ่านผ่านแอปพลิเคชัน มีอุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งาน ต้องใช้งานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผ่านแท็บเล็ต ไอแพด ฯลฯ หากไม่มีอุปกรณ์ที่รองรับก็ไม่สามารถใช้งานได้ รวมทั้งมีราคาสูง หากคนที่มีฐานะไม่ดีก็ไม่สามารถเข้าถึงได้ แบตเตอรี่ ใช้งานนานๆ ส่งผลให้เกิดปัญหาแบตเตอรี่หมด ซึ่งอุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งาน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสำรองในการพกพา หรือต้องชาร์ตแบตอยู่ตลอดเวลาในการใช้งาน
- 2) การดูแลรักษา ต้องเก็บรักษาในที่ที่มีความปลอดภัยสูง ควรเก็บไว้ติดตัวตลอดเวลา อาจสูญหายได้ เนื่องจากมีราคาค่อนข้างสูง จึงต้องมีการระมัดระวังเป็นพิเศษ
- 3) ขนาดตัวหนังสือ มีขนาดตัวอักษรที่เล็ก ไม่เหมาะสำหรับการใช้งาน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ถึงแม้ว่าจะมีการปรับขยายได้ แต่ก็ใช้งานลำบาก ไม่สะดวกในการอ่าน ทำให้ส่งผลต่อระบบสายตาที่เกิดจากเพ่งมองจอเป็นเวลานานๆ
- 4) ความคงทน การอ่านผ่านแท็บเล็ต ไอแพด สมาร์ทโฟน หากในการใช้งานเกิดตกหล่น ตกน้ำ หรือกระแทกกับของแข็ง ส่งผลให้หน้าจอแตกได้รับความเสียหายได้สูง
- 5) แสงสว่างหน้าจอ หากมีการใช้งานในระยะเวลานานๆ ซึ่งต้องใช้สายตาในการจ้องหน้าจอ การเพ่งมอง ในการสืบค้นหาข้อมูล อาจส่งผลให้เกิดปัญหาสายตาได้
- 6) ระยะเวลาในการใช้งาน ใช้งานได้แค่ระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งต้องมองผ่านหน้าจอ หากต้องใช้งานเป็นเวลานานๆ ก็จะทำให้ปวดตาในการอ่าน

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่หนึ่ง Product Form ทางด้าน Regulatory ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form ซึ่งพบว่า ข้อจำกัดในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ Traditional Form จะเป็นเรื่องของน้ำหนัก ส่งผลให้ไม่สะดวกในการพกพา เนื่องด้วยขนาดของหนังสือ หากต้องใช้หนังสือจำนวนหลายๆ เล่ม จะไม่สะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น นั่งรถลงเรือ ซึ่งต่างจากผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่พกพาง่าย สะดวกสบาย คล่องตัวสูง ในเรื่องของการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ Traditional Form ต้องดูแลเป็นพิเศษ ระวังการฉีกขาด การเปื้อนสิ่งสกปรก การเปียกน้ำ เนื่องจากมีการชำระได้ง่าย ตามระยะเวลาและสภาพการใช้งาน ซึ่งมีปัจจัยที่เหมือนกันของผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่ต้องดูแลรักษาเป็นพิเศษ ต้องเก็บรักษาในที่ที่มีความปลอดภัยสูง ควรเก็บไว้ในที่แห้งๆ ตลอดเวลา อาจสูญหายได้ เนื่องจากมีราคาค่อนข้างสูง จึงต้องมีการระมัดระวังเป็นพิเศษ การตกหล่นเปียกน้ำ ซึ่งจะส่งผลให้การใช้งานขาดประสิทธิภาพ และข้อจำกัดที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ Traditional Form คือ เรื่องของแสงสว่าง การใช้งานในช่วงเวลากลางคืน อาจทำให้รบกวนคนรอบข้างได้ เนื่องจากต้องใช้แสงสว่างที่เพียงพอในการใช้งาน

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่า มีข้อจำกัดในอุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งาน ต้องพกพาเป็นเครื่อง เปิดอ่านผ่านแอปพลิเคชัน มีอุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งาน ต้องใช้งานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตผ่าน แท็บเล็ต ไอแพด ฯลฯ หากไม่มีอุปกรณ์ที่รองรับก็ไม่สามารถใช้งานได้ รวมทั้งมีราคาสูง หากคนที่มีความรู้ไม่ดีก็ไม่สามารถเข้าถึงได้ ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของ Traditional Form ที่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์โดยตรง ไม่มีข้อจำกัดหรือเงื่อนไขในการใช้งานจากอุปกรณ์ที่รองรับ

ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่มีความสำคัญ อีกอย่างคือ แบตเตอรี่ ในกรณีที่มีการใช้งานเป็นระยะเวลานานๆ ส่งผลให้เกิดปัญหาแบตเตอรี่หมด เสื่อมสภาพ ซึ่งอุปกรณ์ที่รองรับในการใช้งาน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการชาร์จแบตเตอรี่สำรองในการพกพา หรือต้องชาร์จแบตอยู่ตลอดเวลาในการใช้งาน ซึ่งในส่วน of ผลิตภัณฑ์ Traditional Form ไม่มีข้อจำกัดในการใช้แบตเตอรี่ หรือพลังงานในการให้บริการ อาจจะมีแค่ตอนกลางคืนที่จะต้องใส่แสงสว่างในการอ่าน

#### 5.1.5 Designer

รูปแบบทางกายภาพ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสำเร็จของตลาด การออกแบบที่ดีจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้า รวมทั้งการเพิ่มคุณภาพก็เป็นสิ่งที่สร้างมูลค่า และสามารถสื่อสารให้ลูกค้าได้ทราบผ่านทางประสบการณ์ของตัวเอง โดยผ่านการนำเสนอรูปแบบความคิด และวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องสามารถตอบสนองทั้งทางด้านจิตใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้มากที่สุด (Csikszentmihalyi and Robinson, 1990)

## 1. Designer : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) รูปแบบภายนอก
  - (1) ปกหนังสือ ปกอ่อน ปกแข็ง
  - (2) การเย็บเล่ม ความแข็งแรงคงทน
  - (3) ความสวยงาม ลวดลาย สี สัน
  - (4) ขนาด น้ำหนัก ที่ตรงกับความต้องการใช้งาน
- 2) รูปแบบภายใน
  - (1) ขนาดตัวอักษร ที่พอดีกับการอ่าน
  - (2) กระดาษถนอมสายตา
  - (3) รูปแบบการเขียน ที่อ่านง่าย
  - (4) เนื้อหาสาระ ประโยชน์ ข้อมูล
  - (5) ภาพประกอบ

จากการสรุปพบว่า โดยคำตอบส่วนใหญ่พบว่า รูปแบบภายนอกของหนังสือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ จะเป็นลักษณะของปกหนังสือ ที่มีความแข็ง อ่อน ลักษณะการเย็บของหนังสือ ขนาด หรือน้ำหนักที่เหมาะสมสำหรับการใช้งาน รวมทั้งความสวยงาม สี สัน ที่สามารถสัมผัสได้ตั้งแต่แรกเห็น แต่ปัจจัยดังกล่าวเป็นเพียงองค์ประกอบรองในการตัดสินใจเลือกซื้อเท่านั้น ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือ คือ กระดาษถนอมสายตา ตัวอักษรที่มีขนาดพอดีกับการอ่าน เนื้อหาสาระประโยชน์ของข้อมูล รวมทั้งรูปแบบวิธีการเขียนที่สะดวกในการใช้งาน

## 2. Designer : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) รูปแบบภายนอก
  - (1) มีเอกลักษณ์ โดดเด่น
  - (2) การดีไซน์
  - (3) ความสวยงามของหน้าเพจ
  - (4) การจัดวางรูปแบบ
  - (5) สี สัน รูปภาพสวยงาม

## 2) รูปแบบภายใน

- (1) ฟังก์ชัน ความยากง่ายในการเข้าถึง
- (2) เนื้อหาสาระ
- (3) ความหลากหลายของสื่อ
- (4) ขนาดตัวอักษร

จากการสรุปพบว่า โดยคำตอบส่วนใหญ่จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบภายนอกของ E-book ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ E-book จะต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถจดจำได้ง่าย การดีไซน์ที่สวยงาม มีความแปลกใหม่ สะดุดตา ความสวยงามของหน้าเพจที่ดึงดูดใจ มีการจัดวางรูปแบบในการใช้งานที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลต่อการเลือกใช้ E-book เมื่อดูรูปแบบภายในพบว่า ฟังก์ชันในการใช้งาน ความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลสูงมาก รองลงมาคือ เนื้อหาสาระ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการใช้งาน รวมทั้งความหลากหลายของสื่อ ที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน รวมทั้งขนาดของตัวอักษรที่อ่านง่าย

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่หนึ่ง Product Form ทางด้าน Designer ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form ในส่วนของรูปแบบภายนอกของผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ มีความเหมือนกันในเรื่องของการดีไซน์ที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สัมผัสได้ตั้งแต่แรกเห็น ซึ่งในส่วน of ผลิตภัณฑ์ Traditional Form จะเน้นความคงทนในการใช้งาน ดูรายละเอียดของปก การเย็บเล่ม แต่ปัจจัยดังกล่าวเป็นเพียงองค์ประกอบรองในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เท่านั้น

ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ เมื่อดูรูปแบบภายใน พบว่า ผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีปัจจัยที่เหมือนกันคือ รูปแบบวิธีการใช้งาน ฟังก์ชันในการใช้งาน ความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูล เนื้อหาสาระของข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการใช้งาน รวมทั้งความหลากหลายของสื่อ ที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน รวมทั้งขนาดของตัวอักษรที่อ่านง่าย รวมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form จะพูดถึงลักษณะของกระดาษที่ถนอมสายตาในการอ่านอีกด้วย



**ตารางที่ 5.3** การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์  
ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์  
Traditional Form (ต่อ)

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Consumer Characteristic (Personality)	การแสดงความเป็นตัวตน										✓	✓	2

**ตารางที่ 5.4** การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์  
ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Digital Form

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>2. Individual Tastes and Preferences</b>												
Innate Design	ข้อมูล เนื้อหาสาระ	✓						✓	✓		✓	4
Preferences (การตอบสนองทางด้านปัญหา)	ฟังก์ชัน เข้าถึงข้อมูล		✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	7
	รูปแบบหน้าเพจ			✓	✓	✓	✓					4
Preferences (การตอบสนองทางด้านอารมณ์)	เป็นที่นิยม					✓		✓		✓		3
	ที่มาเชื่อถือได้	✓		✓	✓		✓					
Innate Design Preferences (การตอบสนองทางด้านอารมณ์)	ความชอบส่วนตัว	✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓	7
	ความพึงพอใจส่วนตัว											
Preferences (การตอบสนองทางด้านอารมณ์)	ความสามารถเฉพาะด้าน	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8
	ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน											
Cultural and Social Context	สิ่งแวดล้อมรอบข้าง ภาพลักษณ์ที่คนรอบข้างมอง											0
Consumer Characteristic	กระแสนิยม ค่านิยม	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	9
	เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	9
	อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม								✓	✓	✓	3

**ตารางที่ 5.4** การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์  
ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Digital Form (ต่อ)

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Consumer Characteristic (Design Acumen)	ความถนัดส่วนตัว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
Consumer Characteristic (Experience)	ประสบการณ์ใช้งาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
	ความรู้สึก อารมณ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
	ประสบการณ์ร่วม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
Consumer Characteristic (Personality)	การแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน		✓								✓	2

### 5.2.1 Innate Design Preferences

กาญจนา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกต โดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้น ให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

#### 1. Innate Design Preferences : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) การตอบสนองทางด้านปัญญา
  - (1) รูปแบบการเขียน
  - (2) เนื้อหาสาระ
  - (3) ขนาดตัวอักษร
  - (4) อ่างอิง แหล่งที่มา
  - (5) ความคุ้มค่า

จากผลการศึกษา ในส่วนของการตอบสนองทางด้านปัญญา สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form ให้ความสำคัญในเรื่องของรูปแบบการเขียนเป็นหลัก อ่านง่าย การแบ่งหัวที่ชัดเจน การเรียบเรียงเนื้อหา สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นำค้นหา และติดตาม ก่อให้เกิดการเรียนรู้ตามมา มีเนื้อหาสาระที่ครอบคลุม มีประโยชน์ ตรงตามความต้องการใช้งาน ขนาดของตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา รวมทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง ที่ชัดเจน และความคุ้มค่าที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์

## 2) การตอบสนองทางด้านอารมณ์

- (1) ความสามารถเฉพาะด้าน ความเชี่ยวชาญ
- (2) ความชอบส่วนตัว ความพึงพอใจส่วนตัว

จากผลการศึกษาในส่วนของการตอบสนองทางด้านอารมณ์ โดยรวมสามารถสรุปได้ว่า ความชอบส่วนตัว และความพึงพอใจส่วนตัว ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ Traditional Form สูง เช่น เมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้น เกิดความประทับใจ และสนใจเป็นพิเศษตั้งแต่แรกเห็น โอกาสที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นก็จะมีสูง โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ มาขัดขวางได้

ในด้านของความสามารถเฉพาะด้าน และความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ Traditional Form สูงเช่นกัน เนื่องจากความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้มีความคุ้นเคยในการใช้งาน มีทักษะในการเรียนรู้ได้รวดเร็ว ส่งผลให้ได้รับประโยชน์จากการใช้งานเป็นพิเศษ มากกว่าสื่อชนิดอื่น

## 2. Innate Design Preferences : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) การตอบสนองทางด้านปัญญา
  - (1) ฟังก์ชัน เข้าถึงข้อมูล
  - (2) ข้อมูล เนื้อหาสาระ
  - (3) รูปแบบหน้าเพจ
  - (4) ที่มาเชื่อถือได้
  - (5) เป็นที่นิยม

จากผลการศึกษาในส่วนของการตอบสนองทางด้านปัญญา สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form ให้ความสำคัญในเรื่องของฟังก์ชันการใช้งาน ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลเป็นหลัก ข้อมูล เนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ ตรงตามความต้องการ รูปแบบหน้าเพจที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น

น่าสนใจ มีความสวยงาม แหล่งข้อมูลเชื่อถือได้ มีที่มา รวมทั้งเป็นที่นิยมสูง ยอดดาวน์โหลดสูง มีการจัดอันดับ

## 2) การตอบสนองทางด้านอารมณ์

- (1) ความสามารถเฉพาะด้าน ความเชี่ยวชาญ
- (2) ความชอบส่วนตัว ความพึงพอใจส่วนตัว

จากผลการศึกษาในส่วนของ การตอบสนองทางด้านอารมณ์ โดยรวมสามารถสรุปได้ว่า ความชอบส่วนตัว และความพึงพอใจส่วนตัว ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ Digital Form สูง เช่น เป็นคนชอบรูปแบบ ดีไซน์ หากเจอหน้าเพจที่ดูโดดเด่น มีความเป็นตัวตนสูง ก็จะมี ความสนใจ และอยากเรียนรู้ กว่าเพจอื่นๆ

ในด้านของความสามารถเฉพาะด้าน และความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ Digital Form สูงเช่นกัน เนื่องจากหากเรามีความรู้ หรือความเชี่ยวชาญในด้านนั้นเป็นอย่างดี ซึ่งจะส่งผลให้มีการใช้งานที่มีความง่ายมากยิ่งขึ้น รวดเร็ว รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากบริการได้อย่างเต็มที่

## อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สอง Individual Tastes and Preferences ในส่วนของ Innate Design Preferences ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form โดยแบ่งเป็นการตอบสนองทางด้านปัญญา และการตอบสนองทางด้านอารมณ์ ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีปัจจัยที่เหมือนกันในรูปแบบการเขียน ในการใช้งาน การแบ่งหัวข้อที่ชัดเจน ฟังก์ชันการใช้งาน ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลเป็นหลัก การเรียบเรียงเนื้อหาสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นำค้นหา และติดตาม ก่อให้เกิดการเรียนรู้ตามมา มีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ ตรงตามความต้องการใช้งาน รวมทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง ที่ชัดเจน

ในส่วนของ การตอบสนองทางด้านอารมณ์ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่า ความชอบส่วนตัว และความพึงพอใจส่วนตัว ส่งผลให้เกิดปัจจัยในการเลือกใช้เหมือนกัน เนื่องจากเมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้น เกิดความประทับใจ ชื่นชอบ และสนใจเป็นพิเศษตั้งแต่แรกเห็น โอกาสที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นก็จะมีสูงกว่าชิ้นอื่นๆ

การตอบสนองทางด้านอารมณ์ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่า ความสามารถเฉพาะด้าน และความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้เกิดปัจจัยในการเลือกใช้เหมือนกัน เนื่องจากหากเรามีความรู้ หรือความเชี่ยวชาญในการใช้งานด้านนั้นเป็นอย่างดี รู้เทคนิคการใช้งานเป็นอย่างดี

ส่งผลให้มีการใช้งานที่มีความง่ายมากยิ่งขึ้น รวดเร็ว รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากบริการได้อย่างเต็มที่

## 5.2.2 Cultural and Social Context

พื้นฐานทางวัฒนธรรม หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงย่อมขึ้นอยู่กับ การสะสมความรู้ และเทคนิควิทยาการของสังคมนั้นว่า มีเพียงพอที่จะรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้หรือไม่ ดังนั้น อาจกล่าวได้โดยสรุปว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมในแต่ละสังคม อาจใช้ระยะเวลายาวนานไม่เท่ากัน และปริมาณของการเปลี่ยนแปลงจะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญคือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสังคม ลักษณะ โครงสร้างของสังคม ลักษณะวัฒนธรรมพื้นฐานอันได้แก่ ค่านิยม คติความเชื่อที่สมาชิกปลูกฝังถ่ายทอดกันมา และผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนั้น (สุจรรยา จันทศิริ, 2556)

### 1. Cultural and Social Context : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า สิ่งแวดล้อมรอบข้าง หรือสภาพลักษณะที่คนรอบข้างมอง ไม่มีผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมองความต้องการ ในการใช้ข้อมูลเป็นหลัก ความต้องการในเนื้อหาสาระที่ตรงกับการใช้งานเป็นหลัก ช่วงเวลาที่เหมาะสม ความสะดวกในการใช้งานในขณะนั้น รวมทั้งความเหมาะสมของข้อมูล

### 2. Cultural and Social Context : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า สิ่งแวดล้อมรอบข้าง หรือสภาพลักษณะที่คนรอบข้างมอง ไม่มีผลต่อการเลือกใช้ Digital Form ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์จากการใช้งานเป็นหลัก ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการของตนเองเป็นหลัก ข้อมูลที่เพียงพอครอบคลุม เชื่อถือได้ มองความต้องการในการใช้ข้อมูล ช่วงเวลาที่เหมาะสม ความสะดวกในการใช้งานในขณะนั้น

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สอง Individual Tastes and Preferences ในส่วนของ Cultural and Social Context ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form มีข้อสรุปที่เหมือนกันคือ สิ่งแวดล้อมรอบข้าง หรือสภาพลักษณะ ไม่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว แต่จะเลือกใช้เนื่องจากความต้องการของข้อมูลเป็นหลัก เนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการ ช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลให้เลือกใช้ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการของตนเองเป็นหลัก

### 5.2.3 Consumer characteristics

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง การที่ระบบสังคม กระบวนการแบบอย่าง หรือรูปแบบทางสังคม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ระบบครอบครัว ระบบการปกครองได้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมนี้ อาจจะเป็นไปในทางก้าวหน้าหรือถดถอย เป็นไปได้อย่างถาวร หรือชั่วคราว โดยการวางแผนให้เป็นไปหรือเป็นไปเอง และที่เป็นประโยชน์ หรือให้โทษก็ได้ทั้งสิ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกี่ยวข้องกับการพัฒนา ชุมชน แผนพัฒนา ความทันสมัย การพัฒนาสังคม ผลกระทบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลง การพัฒนา สังคมเปลี่ยนแปลง การพัฒนาสังคมของชุมชน

#### 1. Consumer Characteristics : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) กระแสนิยม ค่านิยม
- 2) เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก
- 3) อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม

จากผลการศึกษาพบว่า กระแสนิยม ค่านิยม ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form สูง เนื่องจากมีการกล่าวถึงในสังคมอย่างแพร่หลาย เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีความน่าสนใจ กระแสตอบรับดี มียอดจำหน่ายสูง ส่งผลให้เกิดความต้องการที่สูงมาก อยากเรียนรู้ อยากทดลอง แต่ก็ต้องดูด้วยว่าค่านิยม กระแสนิยม ที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบกับเรามากน้อยแค่ไหน ตรงกับความต้องการในการใช้ประโยชน์ มากน้อยเพียงใด

เพื่อน คนรู้จัก หรือครอบครัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Traditional Form สูงเช่นกัน ซึ่งหากได้รับการบอกต่อถึงคุณลักษณะ ประโยชน์ในการใช้งาน คุณค่าในตัวของหนังสือ โดยเฉพาะเป็นบุคคลที่มีความรู้ เชื่อว่าชาญในด้านนั้นโดยตรง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และมั่นใจในตัวสินค้าสูง ถึงแม้ว่าวันนี้อาจจะไม่มีประโยชน์สำหรับเรา แต่ก็จะซื้อมาเก็บไว้ เพื่อใช้ประโยชน์ได้ในอนาคตได้

อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Traditional Form เน้นการใช้งาน และคุณค่าที่ได้รับมากกว่า ซึ่งจะคำนึงถึงความคุ้มค่า และผลประโยชน์ของการใช้งานในตัวผลิตภัณฑ์ด้วย ว่าตรงกับความต้องการมากน้อยแค่ไหน แต่จะมีผลต่อการสอน และการถ่ายทอดให้นักศึกษา หรือบุคคลอื่นเกิดจิตสำนึกมากกว่า

## 2. Consumer Characteristics : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) กระแสนิยม ค่านิยม
- 2) เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก
- 3) อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม

จากผลการศึกษาพบว่า กระแสนิยม ค่านิยม ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form สูง เช่น มีการกล่าวถึงกันในวงกว้างว่าน่าสนใจ มียอดคูดสูง จำนวนผู้ใช้งานเยอะ ที่มาของข้อมูลน่าเชื่อถือ มีรูปแบบการใช้งานที่ดีกว่าเก่า มีการพัฒนาระบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้งานได้อย่างมีมาตรฐาน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ อยากทดลอง อยากเปลี่ยน ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ตามมา

เพื่อน คนรู้จัก หรือครอบครัว ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากทราบว่าผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวดี มีคุณภาพ อัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล มีการบอกต่ออย่างมีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับการใช้งานที่ต้องการ โดยเฉพาะเป็นคนที่มีความรู้ เชี่ยวชาญโดยตรง จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรมส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form น้อย จะเน้นการใช้งาน และคุณค่าที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ความถนัดส่วนตัว ความคุ้นเคยในการใช้มากกว่าว่าตรงกับความต้องการมากน้อยแค่ไหน หรือแม้แต่ช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สอง Individual Tastes and Preferences ในส่วนของ Cultural and Social Context ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่า ปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์มี 3 ด้าน ได้แก่ กระแสนิยม ค่านิยม เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก และอิทธิพลของสังคมวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

- 1) กระแสนิยม ค่านิยม ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form และ Digital Form สูงเหมือนกัน เนื่องจากมีการกล่าวถึงในสังคมอย่างแพร่หลาย เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีความน่าสนใจ มีกระแสตอบรับดี มียอดจำหน่ายสูง ส่งผลให้เกิดความต้องการที่สูงมาก อยากเรียนรู้ อยากทดลอง รวมทั้งเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ถึงคุณภาพ และมาตรฐาน แต่ก็ต้องมีการพิจารณาด้วยว่าค่านิยม กระแสนิยม ที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบกับเรามากน้อยแค่ไหน ตรงกับความต้องการในการใช้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของเราหรือไม่

2) เพื่อน คนรู้จัก หรือครอบครัว ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form และ Digital Form สูง เหมือนกัน ซึ่งหากได้รับการบอกต่อถึงคุณลักษณะ มีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีประโยชน์ในการใช้งาน และสอดคล้องกับการใช้งานที่ต้องการ โดยเฉพาะเป็นบุคคลที่มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญโดยตรง จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

3) อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form และ Digital Form น้อยเหมือนกัน แต่จะคำนึงถึงการใช้งาน ผลประโยชน์ และความคุ้มค่าที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ความถนัดส่วนตัวในการใช้งาน และช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล

#### 5.2.4 Design acumen

วอร์เร็น (Warren, 1934) ให้ความหมายของ ความถนัด ว่าเป็นสภาวะ หรือคุณลักษณะกลุ่มหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นความสามารถของแต่ละบุคคล อันได้จากการฝึกฝนความรู้ทักษะ หรือสิ่งตอบสนอง เฉพาะอย่าง

บราวน์ (Brow, 1970) ให้นิยาม ความถนัด ว่าเป็นพลังในการเรียนรู้ที่จะทำงานหนักได้ และยังเปรียบเทียบว่า ความสามารถ (Ability) เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบัน ส่วนความถนัดมองอิงเรื่องสภาพอนาคต นั่นคือ ความถนัดบวกรกับการฝึกฝน เท่ากับความสำเร็จ

##### 1. Design Acumen : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีความถนัดส่วนตัว ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form สูง เนื่องจากมีความถนัดในการใช้งาน ความคุ้นเคยในรูปแบบ เทคนิคในการใช้งาน เก็บเกี่ยวสมรรถประโยชน์ เป็นเวลานานจากการเรียนรู้ ส่งผลให้มีความเกิดเป็นความถนัด เรียนรู้ได้รวดเร็ว และสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี เก็บเกี่ยวผลประโยชน์ และความรู้ได้มาก

##### 2. Design Acumen : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีความถนัดส่วนตัว ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form สูง เนื่องจากมีความถนัดในการใช้งาน ความคุ้นเคยในรูปแบบ ฟังก์ชันในการใช้งาน สื่อประเภทต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูล เก็บเกี่ยวสมรรถประโยชน์เป็นเวลานาน จากการเรียนรู้ข้อผิดพลาด ส่งผลให้มีความเกิดเป็นความถนัด เรียนรู้ได้รวดเร็ว และสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี เก็บเกี่ยวผลประโยชน์ และความรู้ได้มาก

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สอง Individual Tastes and Preferences ในส่วนของ Design Acumen ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form โดยพบว่า ความถนัดส่วนตัว ส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form สูงเหมือนกัน เนื่องจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากความถนัด มีความคุ้นเคยในรูปแบบ เทคนิคในการใช้งาน รวมทั้งมีประสบการณ์เป็นเวลานานจากการเรียนรู้ ทำให้มีการเรียนรู้ได้รวดเร็ว และสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้มาก จากผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

### 5.2.5 Experience

ฮาโรลด์ ดับเบิลยู เบร์แมน (Harold W Berkman อ้างอิงจาก มหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์, 2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง หนทางซึ่งบุคคลรวบรวม ดำเนินกระบวนการ และตีความข้อมูลจากสภาวะแวดล้อม ซึ่งคำกล่าวโดยสรุปแล้ว การรับรู้จึงหมายถึง กระบวนการที่มนุษย์ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยทางตา หู จมูก ลิ้น หรือสัมผัส ในการรับการกระตุ้นจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ในลักษณะ รูป รส กลิ่น เสียง หรือสัมผัส แล้วส่งผ่านไปยังสมองมีการจัดระบบ และตีความแปลความหมายสิ่งเร้า เกิดความหมายที่เป็นที่เข้าใจของผู้บริโภค แล้วเก็บสะสมไว้ในความทรงจำ หรือมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมนั้น

#### 1. Experience : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) ประสบการณ์ใช้งาน
- 2) ความรู้สึก อารมณ์
- 3) ประสบการณ์ร่วม

จากผลการศึกษาพบว่า มีประสบการณ์ในการใช้งานมีผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form สูง เนื่องจากมีการรับรู้โดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยการมองการสัมผัส การได้ยิน กลิ่น ความรู้สึก ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่จะส่งผลในเรื่องของความรู้สึกในการอ่านสูง เนื่องจากความรู้สึกเป็นปัจจัยหลักในการก่อให้เกิดการรับรู้ คุณค่า ประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ ดังคุณให้เกิดความน่าสนใจในเนื้อหา รวมทั้งการมองเห็นที่ส่งผลให้เกิดความชอบ ประทับใจเมื่อเห็นผลิตภัณฑ์ เป็นองค์ประกอบสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้

ในส่วนของอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในขณะที่ใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ Traditional Form สูง ความรู้สึกในตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างความคุ้นเคย ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น ความรู้สึกที่ดี และความประทับใจ เกิดจากการเรียนรู้โดยตรง ผ่านการรับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ที่ได้รับ

ประสบการณ์ร่วมในการใช้งาน เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ Traditional Form เป็นผลประโยชน์ที่ได้จากตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ผ่านการขีดเขียน การขีดเส้นใต้ การใส่สี การกั้นหน้า หรือการทำสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการเตือนความจำ สำหรับการใช้งานในครั้งต่อไป โดยผ่านตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ส่งผลให้เกิดความถนัด ความสะดวกสบาย และมีความคล่องตัวในการใช้งานสูง

## 2. Experience : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) ประสบการณ์ใช้งาน
- 2) ความรู้สึก อารมณ์
- 3) ประสบการณ์ร่วม

จากผลการศึกษาพบว่า มีประสบการณ์ในการใช้งาน มีผลต่อการเลือกใช้ Digital Form สูง เนื่องจากมีการรับรู้โดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยการมองเห็น การสัมผัส การได้ยิน กลิ่น ความรู้สึก ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ที่สำคัญที่สุด คือ ความรู้สึก ซึ่งเกิดจากการใช้งาน การเรียนรู้ โดยส่วนใหญ่ จะพบว่าฟังก์ชันการเข้าถึงข้อมูลค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ส่งผลให้เกิดความเบื่อหน่าย หงุดหงิด นอกจากนี้แล้วยังมีความรู้สึกในเชิงบวก ที่มาจากการได้ยิน ผ่านการเรียนรู้โดยสื่อที่มีความหลากหลาย เช่น วิดีโอ เพลง สื่อดิจิทัลต่างๆ ทำให้มีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ในการใช้งาน

ในส่วนของอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในขณะที่ใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ Digital Form สูง เช่น การได้ยิน ผ่านการเรียนรู้โดยสื่อที่มีความหลากหลาย เช่น วิดีโอ เพลง สื่อดิจิทัลต่างๆ ทำให้มีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ในการใช้งาน เนื่องจากสื่อดิจิทัล จะมีข้อดีคือ สื่อประเภทนี้ หากมีการพัฒนาให้ตรงกับความต้องการในการใช้งาน ที่มีความหลากหลาย จะส่งผลให้มีการเลือกใช้ Digital Form มากขึ้นอย่างแน่นอน

ประสบการณ์ร่วมในการใช้งานเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ Digital Form เป็นผลประโยชน์ที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีการบันทึกเพิ่มข้อความลงไป ใน E-book มีการใส่สี

เพื่อเพิ่มความจำ การสรุปบันทึกประเด็นสำคัญ เพื่อความสะดวกในการใช้งานครั้งต่อไป นอกจากนี้ ยังมีการแชร์คำ หรือข้อความที่โดนใจผ่าน Social ได้อย่างรวดเร็ว

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สอง Individual Tastes and Preferences ใน ส่วนของ Experience ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form จากประสบการณ์ในการใช้งานโดยพบว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้ง 2 ประเภท สามารถรับรู้ผ่านประสบการณ์ในการใช้งาน ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่สูงเหมือนกัน โดยเฉพาะความรู้สึกที่เกิดจากการใช้งาน การเรียนรู้ เนื่องจากความรู้สึกเป็นปัจจัยหลัก ในการก่อให้เกิดการรับรู้ ถึงคุณค่า และประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ ดึงดูดให้เกิดความสนใจ และความเชื่อมั่นในตัวสินค้ามากที่สุด ซึ่งหากการเรียนรู้ส่งผลต่อความรู้สึก ในเชิงลบ โดยส่วนใหญ่จะพบว่าผลิตภัณฑ์ Digital Form มีฟังก์ชันในการเข้าถึงข้อมูล ค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเบื่อบ่อยในการใช้งาน ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ที่น้อยลงได้เช่นกัน

การได้ยิน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่มีความโดดเด่นในสื่อที่มีความหลากหลาย เช่น วิดีโอ เพลง สื่อดิจิทัลต่างๆ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ในการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Traditional Form

ในส่วนของอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในขณะที่ใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้ง 2 ประเภท สูงเหมือนกัน ความรู้สึกดีที่เกิดขึ้นขณะใช้งาน ความประทับใจที่เกิดจากการเรียนรู้โดยตรง ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น ส่งผลให้เกิดการบอกต่อ และใช้ซ้ำตามมา

ประสบการณ์ร่วมในการใช้งาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้ง 2 ประเภทที่เหมือนกัน โดยมีการเพิ่มข้อความ การบันทึกสาระ หรือประเด็นสำคัญ การใส่สี ส่งผลให้เกิดความสะดวกในการใช้งานในครั้งต่อไป เป็นการเตือนความจำ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ Digital Form จะมีความโดดเด่นในการแชร์ข้อมูลผ่าน Social ที่รวดเร็ว

### 5.2.6 Personality

ภาพลักษณ์ (Image) เป็นภาพรวม หรือความจริงบางอย่างที่คนใดคนหนึ่ง (รวมถึงตัวเอง) มองเห็น แม้ว่าผู้บริโภคจะได้รับข่าวสาร มีการตระหนักรู้ (Awareness) ได้รับแรงจูงใจ (Motives) แต่สุดท้ายผู้บริโภคก็ตัดสินใจทำในสิ่งที่ตนเองเป็น หรืออยากเป็น เครทซ์เมอร์ (Kretschmer, 1990)

#### 1. Personality : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form แต่จะขึ้นอยู่กับความต้องการใช้งานเป็นหลัก รูปแบบการเขียนที่มีเนื้อหาโดนใจ สไตล์ของผู้เขียน มีเนื้อหาตรงกับที่เราต้องการใช้ประโยชน์ และปัจจัยต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคน ที่มีความแตกต่างกันไป

ในส่วนของการศึกษาพบว่า มีการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form มี 2 ท่าน โดยให้เหตุผลว่า การอ่านหนังสือก็อาจจะมีโอกาสในการแสดงออก ซึ่งความชื่นชอบสิ่งใด ก็อยากแบ่งปัน เกิดการบอกต่อ การเป็นคนชอบอ่านหนังสือ รักษ์ในการอ่าน ก็จะมีความรู้ในการใช้งานของหนังสือแต่ละประเภทเป็นอย่างดี เชี่ยวชาญ เป็นกูรูในเรื่องของหนังสือ รวมทั้งอาจจะแสดงให้เห็นว่าชอบอ่านหนังสือ เพราะมีหนังสือเก็บสะสมในปริมาณมาก พกหนังสือติดตัวตลอดเวลา

#### 2. Personality : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form แต่ปัจจัยหลักจะขึ้นอยู่กับความต้องการ และความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ เนื้อหาสาระที่ครอบคลุมในการใช้งาน สื่อการเรียนรู้ที่โดดเด่น น่าสนใจ ช่วงเวลาที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงว่ามีคุณค่า คุณสมบัติตรงกับการใช้งานมากน้อยแค่ไหน

ในส่วนของการศึกษาพบว่า มีการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form มี 2 ท่าน โดยให้เหตุผลว่าจะมีคนบางกลุ่มค่อนข้างน้อยที่ใช้ E-book เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ตัวเอง ทำให้ดูเท่ๆ ทันสมัย อาจเกิดจากการที่เป็นคนมีความชอบในด้านเทคโนโลยี สื่อดิจิทัลต่างๆ มีความเชี่ยวชาญโดยตรง เลยส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ และความสามารถในด้านนี้ที่โดดเด่น และเป็นตัวตนมาก

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สอง Individual Tastes and Preferences ในส่วนของ Personality ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form ในการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท ไม่ส่งผลต่อปัจจัยดังกล่าว แต่จะขึ้นอยู่กับความต้องการใช้งานเป็นหลัก ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ รูปแบบการใช้งาน เนื้อหาสาระของข้อมูลที่ต้องการใช้ประโยชน์เป็นหลักในการตัดสินใจเลือกใช้

แต่จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยดังกล่าว มีผลต่อการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่สูงเหมือนกัน โดยมีมุมมองที่ต่างออกไปเกี่ยวกับการใช้งาน ที่มีจิตวิทยาร่วมด้วยในการใช้งาน ผ่านการแสดงออก ซึ่งความชื่นชอบสิ่งใดก็อยากแบ่งปัน เกิดการบอกต่อ มีความเป็นตัวตนสูง การเป็นคนชอบอ่านหนังสือรักษ์ในการอ่าน ก็จะมีความรู้ในการใช้งานของหนังสือแต่ละประเภทเป็นอย่างดี เชี่ยวชาญ เป็นครูในเรื่องของหนังสือ หรือแม้แต่การใช้งานผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ดูเท่ ทันสมัย ซึ่งอาจเกิดจากการที่เป็นคนที่มีความชอบในด้านเทคโนโลยี สื่อดิจิทัลต่างๆ มีความเชี่ยวชาญโดยตรง ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ และความสามารถในด้านนี้อย่างโดดเด่น และเป็นตัวตนมากกว่าด้านอื่นๆ

### 5.3 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Digital Form

ตารางที่ 5.5 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
3) Situational Factors													
Sequence Effect	สิ่งแวดล้อม บริบทในชีวิตประจำวัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
Marketing Program	โปรแกรมทางการตลาด	✓	✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓	8

**ตารางที่ 5.6** การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์  
ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Digital Form

ปัจจัย	Theme	Lead User										สรุป	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
3) Situational Factors													
Sequence Effect	สิ่งแวดล้อม บริบทในชีวิตประจำวัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
Marketing Program	โปรแกรมทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	9

### 5.3.1 Sequence Effects

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง การที่ระบบสังคม กระบวนการแบบอย่าง หรือรูปแบบทางสังคม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ระบบครอบครัว ระบบการปกครอง ได้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมนี้ อาจจะเป็นไปในทางก้าวหน้า หรือถดถอย เป็นไปได้อย่างถาวร หรือชั่วคราว โดยการวางแผนให้เป็นไป หรือเป็นไปเอง และที่เป็นประโยชน์ หรือให้โทษก็ได้ทั้งสิ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน แผนพัฒนา ความทันสมัย การพัฒนาสังคม ผลกระทบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลง การพัฒนาสังคมเปลี่ยนแปลง การพัฒนาสังคมของชุมชน

#### 1. Sequence Effects : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า สิ่งแวดล้อม บริบทในชีวิตประจำวัน ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form สูง ซึ่งการเลือกซื้อหนังสือของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันไป ตามพฤติกรรมในการดำเนินชีวิต เช่น ชอบอ่านหนังสือขณะเดินทาง ชอบอ่านตอนนอน ก็จะเลือกซื้อหนังสือที่ชอบไว้ สำหรับการอ่านเป็นพิเศษ ชอบการทำอาหาร ทำขนม ก็จะมี ความสนใจในหนังสือประเภทการทำอาหาร ทำขนม มากกว่าประเภทอื่นๆ ส่งผลตามพฤติกรรมการใช้งานชีวิตของผู้บริโภคสูง

#### 2. Sequence Effects : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า สิ่งแวดล้อม บริบทในชีวิตประจำวัน ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form สูง เช่น ในการทำงาน การเดินทาง การพบปะ ที่ต้องการความสะดวกในการสืบค้นข้อมูล เข้าถึงได้ง่าย ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่ค่อนข้างน้อย การดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ การทำงานที่มีความใกล้ชิดกับ

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มาก จึงทำให้อ่าน E-book ไปในเวลาเดียวกันได้อย่างสะดวก ส่งผลให้เลือกใช้ Digital Form สูงขึ้น

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สาม Situational Factors ในส่วนของ Sequence Effects ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form จากสิ่งแวดล้อม บริบทในชีวิตประจำวันส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภทสูง ซึ่งพบว่ามีการเลือกใช้ที่เหมือนกัน โดยคำนึงถึงการใช้งานที่มีความเหมาะสมตามรูปแบบการใช้งานในขณะนั้น โดยคำนึงถึงข้อจำกัดที่มี โดยมีหลักในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ตามรูปแบบการใช้งานที่ใช้ชีวิตประจำวันเป็นหลัก ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคล

### 5.3.2 Marketing program

ฟิลิปส์ คอรัทเลอร์ (Philip Kotler, 2003) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ให้ความหมายของ ส่วนประสมทางการตลาด ว่าเป็นการที่มีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดี เพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมไปถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้า ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการซื้อหา เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

#### 1. Marketing Program : Traditional Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีโปรแกรมทางการตลาด ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form สูง ทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือก และมีข้อมูลหลากหลายในการตัดสินใจ หรือพิจารณาก่อนซื้อ ประเมินความคุ้มค่าในตัวสินค้ากับเงินที่จ่ายไป ส่งผลที่ดีในการเลือกซื้อ ให้มีความรู้สึกที่ดี และเกิดความภูมิใจในตัวผลิตภัณฑ์สูงขึ้น ซึ่งในบางครั้งการจัดงานหนังสือ ถึงแม้ว่าจะลดราคาไม่มาก แต่ก็มีความรู้สึกที่ดีได้ลดบ้าง ก็จะรอโปรโมชั่น และปริมาณในการซื้อก็จะเยอะขึ้นกว่าปกติ ส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ในการศึกษาพบว่า โปรแกรมทางการตลาด ส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form น้อย โดยมองเรื่องของช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล ความต้องการในการใช้ประโยชน์ เนื้อหาสาระที่ตรงกับ

ความต้องการในขณะนั้น ถึงแม้จะลดราคา แต่ถ้าไม่ตรงกับความต้องการก็จะไม่ซื้อ ซึ่งหากรอช่วงเวลาในการจัดโปรโมชั่น อาจทำให้เราพลาดหนังสือเล่มดีๆ ไปก็ได้

## 2. Marketing Program : Digital Form

จากผลการศึกษาพบว่า มีโปรแกรมทางการตลาด ส่งผลต่อการเลือกใช้ Digital Form สูง เช่น ฟังก์ชันการใช้งานของอุปกรณ์ที่รองรับการใช้งาน E-book ที่สามารถทำให้การใช้งานมีคุณภาพ และมีมาตรฐานในการใช้งานที่ดีขึ้น ส่งผลต่อการใช้งานมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีปัญหาในการใช้งานในเรื่องของขนาดหน้าจอ ตัวอักษร ปัญหาการใช้งานในฟังก์ชันด้านต่างๆ หากมีโปรแกรมทางการตลาดที่รองรับฟังก์ชันการใช้งาน ก็จะส่งผลให้มีการใช้บริการ Digital Form เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนารูปแบบการอ่าน ให้มีความใกล้เคียงกระดาษมากที่สุด จะส่งผลให้มีการใช้งานเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของโปรโมชั่น โทศัพท์ของแต่ละเครือข่าย ที่มีการกำหนดแพ็คเกจในการใช้งาน สามารถดู E-book ฟรี ได้ก็เรื่อง โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถดูรายละเอียดในแต่ละเรื่อง ได้อย่างเต็มที่ ตามเงื่อนไขที่ระบุ โดยที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีในตัวโปรโมชั่น และการบริการส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ตามมา

### อภิปรายผลเปรียบเทียบ

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สาม Situational Factors ในส่วนของ Marketing Program ทางด้านผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form ที่ส่งผลให้มีการเลือกใช้บริการที่สูงขึ้น ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท ให้ความสำคัญกับโปรแกรมทางการตลาดสูง โดยมองว่ามีทางเลือก และมีข้อมูลหลากหลายในการตัดสินใจ ประเมินความคุ้มค่า และผลประโยชน์ในตัวสินค้าได้ดีขึ้น ส่งผลที่ดีในการเลือกซื้อ ทำให้มีความรู้สึกที่ดี และเกิดความภูมิใจในตัวผลิตภัณฑ์จากโปรแกรมทางการตลาดที่ได้รับ

นอกจากนี้ ในการศึกษาเราพบว่า โปรแกรมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกใช้ Traditional Form น้อย โดยมองเรื่องช่วงเวลาในการใช้ข้อมูล ความต้องการในการใช้ประโยชน์ เนื้อหาสาระที่ตรงกับความความต้องการในขณะนั้น ถึงแม้จะลดราคา แต่ถ้าไม่ตรงกับความต้องการก็จะไม่ซื้อ ซึ่งหากรอช่วงเวลาในการจัดโปรโมชั่น อาจทำให้เราพลาดหนังสือเล่มดีๆ ไปก็ได้

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ Digital Form ให้ความสำคัญเกี่ยวกับฟังก์ชันในการใช้งาน การเข้าถึงข้อมูลการใช้งานที่ง่ายขึ้น เพิ่มความสะดวกสบาย และประสิทธิภาพในการใช้งานที่มากขึ้น รองรับการใช้งานให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อเป็นการเพิ่มการใช้งานที่สูงขึ้น

## 5.4 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อ Traditional Form และ Digital Form

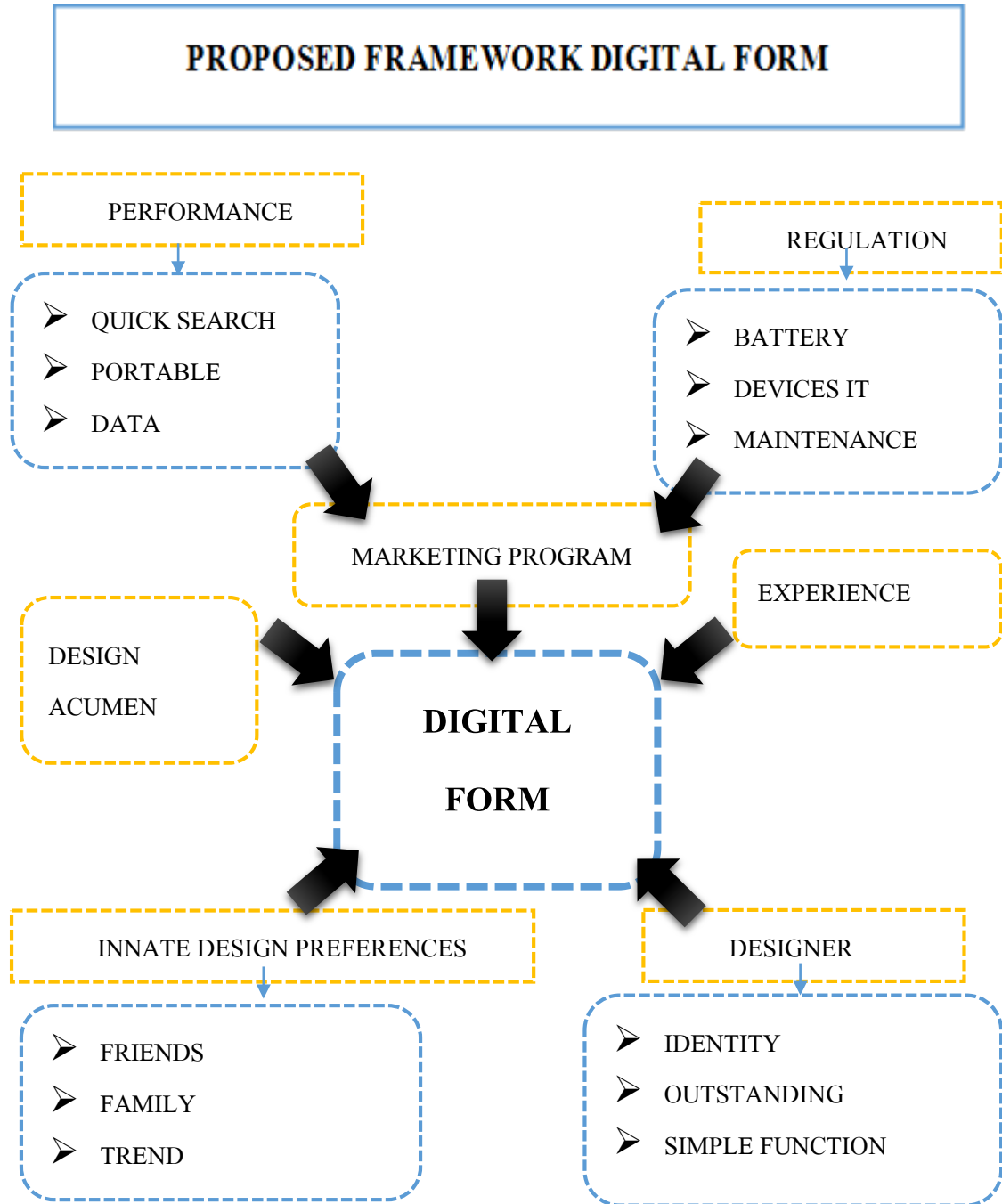
ตารางที่ 5.7 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อ Traditional Form และ Digital Form

ปัจจัย	Traditional Form	Digital Form
1) Product Form		
(1) Performance	★	★
(2) Ergonomic	⬡	⬡
(3) Production/Cost	⬡	★
(4) Regulatory	★	⬡
(5) Designer		
ก. รูปแบบภายนอก	⬡	⬡
ข. รูปแบบภายใน	★	⬡
2) Individual Tastes and Preferences		
(1) Innate design preferences		
ก. การตอบสนองทางด้านปัญญา	★	★
ข. การตอบสนองทางด้านอารมณ์	★	★
(2) Cultural and Social context		
(3) Consumer characteristics		
ก. กระแสนิยม ค่านิยม	★	★
ข. เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก	★	★
ค. อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม	▲	▲
(4) Design acumen	★	★
(5) Experience	★	★
(6) Personality	▲	▲
3.Situational factors		
(1) Sequence effects	★	★
(2) Marketing program	★	★

แสดงอัตราส่วนคำตอบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Traditional Form และ Digital Form

- ▲ 1-4 คน ระดับต่ำ
- ⬡ 5-7 คน ระดับปานกลาง
- ★ 8-10 คน ระดับสูง

จากผลการสรุปปัจจัยของผลิตภัณฑ์ Traditional Form และ Digital Form พบว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคยังยึดติดกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือมากกว่า การใช้บริการ E-book เนื่องด้วยปัจจัยทางด้าน Performance ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นตัวตนสูง รวมทั้งผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้โดยตรง เกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ผ่านการใช้งานโดยตรง มีความคุ้นเคย มีคุณค่าทางจิตใจที่สามารถสัมผัสได้ รู้สึกเป็นกันเอง ผ่อนคลายในการใช้งานมากกว่าสื่อดิจิทัล ที่ค่อนข้างเข้าถึงข้อมูลยาก ซับซ้อน ส่งผลให้ไม่อยากจะใช้ แต่จะมีคุณสมบัติโดดเด่นในการพกพาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว รวมทั้งมีปริมาณข้อมูลที่มาก ค้นหาได้รวดเร็ว ทนต่อการใช้งาน และสามารถแชร์ข้อมูลได้รวดเร็ว ในเรื่องของราคาผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 แบบ มีลักษณะในการกำหนดราคาที่คล้ายกัน คือ เนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ ที่มาต้องเชื่อถือได้ รูปแบบในการใช้งานที่ชัดเจน เข้าถึงง่าย ในส่วนของปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ แต่กระแสนิยมจะมีผลต่อการใช้งาน รวมทั้งการแนะนำจากเพื่อน ครอบครัว ที่มาจกประสบการณ์ เกิดความเชื่อถือ และส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วขึ้น โปรแกรมทางการตลาดก็มีผลสูงกับผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 แบบ ส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่า รวมทั้งมีความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งจากปัจจัยทั้งหมดพบว่า หาก E-book สามารถมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้งาน ให้คล้ายคลึงกับการอ่านหนังสือ ให้ความรู้สึกเหมือนการจับกระดาษ รวมทั้งมีฟังก์ชันในการใช้งานที่ง่ายขึ้น การแสดงข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็จะส่งผลให้เกิดการใช้ E-book ที่เกิดมากขึ้น



รูปที่ 5.1 แสดงขอบข่ายของ Digital Form

## 5.5 ข้อเสนอแนะ

### 5.5.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1) จากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่ามีปัจจัยด้าน Product Form ที่มีความโดดเด่นในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และคุณค่า ความสามารถในการใช้งาน (Performance) ที่มีความโดดเด่นในการใช้งาน การพกพาที่สะดวก ความสามารถในการสืบค้นข้อมูล จำนวนข้อมูลที่มีปริมาณมาก การแชร์ข้อมูล รวมทั้งความหลากหลายของสื่อในการเรียนรู้ ซึ่งส่งผลให้เกิดความสะดวกในการใช้งานตามมา (Ergonomic) แต่จะพบปัญหาในการใช้งาน (Regulatory) ที่พุดถึงฟังก์ชันในการใช้งานที่มีความซับซ้อน การเข้าถึงข้อมูลได้ยาก ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาในการตัดสินใจเลือกใช้น้อยลง รวมทั้งปัญหาของแบตเตอรี่ที่ส่งผลต่อการใช้งานเป็นเวลานานๆ ในส่วนของรูปแบบภายใน-ภายนอก (Designer) พบว่า รูปแบบภายนอกของผลิตภัณฑ์ไม่มีผลในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะมองจากรูปแบบภายใน เนื้อหาสาระตลอดจนฟังก์ชันในการใช้งานที่อำนวยความสะดวก รวมทั้งมีข้อมูลที่ตรงตามความต้องการมากกว่าเป็นหลัก

2) จากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่ามีปัจจัยด้าน Individual Tastes and Preferences ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม หรือคนรอบข้างที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ (Cultural and Social Context) พบว่า สิ่งแวดล้อมต่างๆ ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ แต่จะเน้นการใช้ประโยชน์ของข้อมูล รวมทั้งในส่วนของกระแสนิยม ก่านิยม เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก อิทธิพลของสังคม วัฒนธรรม (Consumer Characteristics) ส่งผลต่อการใช้งาน แต่ก็ถือว่าน้อย ทั้งนี้ผู้บริโภคก็ยังคงมองถึงความคุ้มค่า และประโยชน์ในการใช้งานเป็นหลักอยู่ดี แต่จะมีความโดดเด่นในด้านความถนัดส่วนตัว (Design Acumen) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูง เนื่องจากมีความสามารถส่งผลให้เกิดการใช้งานได้นัด และเกิดประโยชน์ และสร้างความคุ้มค่าในการใช้งานที่สูงขึ้น ในส่วนของประสบการณ์ในการใช้งานผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ความรู้สึกขณะใช้งานพบว่า ความรู้สึกส่งผลต่อการตอบสนองมากที่สุด รวมทั้งการได้ยิน หมายถึง การเรียนรู้จากสื่อที่มีความหลากหลาย ดังนั้นควรมีการพัฒนาในรูปแบบของสื่อให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ รวมทั้งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ในส่วนการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้งาน (Personality) ไม่ส่งผลต่อการใช้งาน แต่จะเป็นการเลือกใช้เพราะความต้องการตัวเองเป็นหลัก มากกว่าภาพลักษณ์ที่คนอื่นมอง

3) จากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Digital Form พบว่ามีปัจจัยด้าน (Situational Factors) ในการเลือกใช้งานของผลิตภัณฑ์จะเน้นการใช้งาน โดยดูจากสิ่งแวดล้อม บริบทในการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่า เป็นการมองถึงความสะดวกสบาย ความคล่องตัว

ในการใช้งาน ความสามารถในการใช้งานได้สะดวก รวมทั้งโปรแกรมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น โดยจะเป็นการพัฒนาในส่วนของการใช้งาน ฟังก์ชัน ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ขนาดของตัวหนังสือ ที่อำนวยความสะดวกให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานที่มากขึ้น รวมทั้งหากผลิตภัณฑ์ Digital Form สามารถพัฒนารูปแบบการใช้งาน ให้มีความคล่องให้เหมือนกับการอ่านหนังสือ มีความรู้สึกเหมือนการสัมผัสกระดาษ จะส่งผลให้เกิดการใช้งานที่สูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคยังคงยึดติดกับผลิตภัณฑ์ที่เป็น Tradition Form เป็นเวลายาวนาน

### 5.5.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาในอนาคต

- 1) ในการศึกษาการศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาในรูปแบบเชิงปริมาณ เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีการใช้งาน รวมทั้งเพื่อเป็นการยืนยันปัจจัยของผลการศึกษาในครั้งนี้ด้วย ว่ามีปัจจัยตัวไหนที่สามารถตอบสนองความต้องการ ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้บ้าง
- 2) ในการศึกษาการศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงตัวแปรอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อการตอบสนองในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดิจิทัล เนื่องจากปัจจัยอาจมีความเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อม รวมทั้งระบบเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้เกิดตัวแปรใหม่ๆ