

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุนัดดา ประเสริฐ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ปัญญาชาติ ปุณณชัยยะ
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราวรรณ งามญาณ
ปีการศึกษา	2556

### บทคัดย่อ

จากสถิติที่ผ่านมาในช่วงปี 2546-2555 ของประเทศไทยพบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตมีอยู่หลายประเภทไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน โทรศัพท์มือถือแบบเบสิกโฟน แท็บเล็ต พีดีเอ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และคอมพิวเตอร์แบบพกพา ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้สามารถทำให้บุคคลเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตในการอ่านหนังสือ/หาความรู้ได้ด้วยเช่นกัน โดยช่องทางนี้ทำให้สำนักพิมพ์หรือผู้แต่งนิยายบางกลุ่มเห็นประโยชน์ในการทำธุรกิจขายหนังสือผ่านทางออนไลน์ แต่อย่างไรก็ตาม การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอุปกรณ์เหล่านี้ยังไม่ได้ได้รับความนิยมจากผู้อ่านเท่าที่ควรทั้งที่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีข้อดีต่างๆ มากมาย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้อ่าน โดยการนำทฤษฎีต่างๆ มาใช้ในการพัฒนารอบการวิจัย ได้แก่ ทฤษฎี Planned Behavior ทฤษฎี Attachment ทฤษฎี Mental Accounting และทฤษฎี Diffusion of Innovations

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเพศหญิงอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หนังสือนิยายที่เป็นรูปเล่ม และเคยเข้าเว็บไซต์ที่ขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 167 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สมการถดถอยโดยใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้อ่านซึ่งผลการวิจัย พบว่า อารมณ์ความผูกพันต่อหนังสือสิ่งพิมพ์ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านทางทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับความเข้ากันได้กับรูปแบบพฤติกรรมของผู้อ่านที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะ

ซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่อารมณ์ความผูกพันต่อผู้แต่งและการรับรู้ราคาส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า อารมณ์ความผูกพันต่อผู้แต่งมีความสัมพันธ์กับอารมณ์ความผูกพันต่อหนังสือสิ่งพิมพ์ ความเข้ากันได้กับรูปแบบพฤติกรรมของผู้อ่านและการรับรู้คุณค่าของหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปศึกษาในงานวิจัยต่อไปได้

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ ในแง่ธุรกิจทำให้สำนักพิมพ์หรือผู้แต่งได้แนวทางในการออกแบบหรือจัดทำหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความตั้งใจซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์

**คำสำคัญ:** หนังสือ, นิยาย, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์, ผู้แต่ง, ทัศนคติ, ความเข้ากันได้, อารมณ์ความผูกพัน, ความตั้งใจซื้อ

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING THE PURCHASE OF NOVEL DIGITAL BOOK
Author	Miss Sunadda Prasert
Degree	Master of Science Program
Department/Faculty/University	In Management Information Systems Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Panjarasee Punnachaiya
Independent Study Co-Advisor	Assoc. Prof. Dr. Atcharawan Ngarmyarn
Academic Years	2013

### ABSTRACT

According to The National Statistical Office of Thailand, the number of internet-users has increased every year from 2003-2012 periods. Many types of devices were used to connect to the Internet; for example, basic phones, smart phones, tablets, PDA, desktop computers and laptops. By these devices, people could use the Internet to read books while the publishers and authors could make money by selling ebooks through this channel. However, ebooks had not been popular even though there were many benefits. Thus, this research was to study the factors that influenced behavioral intention to buy novel digital book. In this research, the theory of Planned Behavior, Attachment theory, Mental Accounting theory and Diffusion of Innovations theory were used to adapt to the conceptual framework.

This research was a study of females age 18 and over who used to read electronic books and novel books. Plus, they used to visit online novel digital book store. One hundred and sixty-seven readers completed online questionnaires. The statistical regression was used to examine the relationship of factors that influenced behavioral intention to buy novel digital book. The result of this study revealed that emotional attachment to book exerted behavioral intention to buy novel digital

book via attitude towards novel digital book. The result also revealed that compatibility exerted behavioral intention to buy novel digital book. On the other hand, emotional attachment to an author and perceived price did not exert behavioral intention to buy novel digital book.

In addition, the empirical data showed that there was relationship between emotional attachment to a book and emotional attachment to an author. Moreover, compatibility and perceived value novel digital book correlated with attitude towards novel digital book. Therefore, future research should continue to take these factors into consideration.

Benefits of this research, in business terms, the publishers and authors will know how to design novel digital books in order to make readers buy novel digital book.

**Keywords:** ebook, novel digital book, novel book, author, attitude, compatibility, emotional attachment, behavior intention