

ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร
THE SATISFACTION OF ONLINE E-BOOKS' BUYER IN BANGKOK

อภิชาติ โตดั่งรังรัตน์

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Apichit Todamrongrat

E-mail: porpor36@gmail.com

Faculty of Education, Business Administration Program in Management,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ (t-test) แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านรายได้ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจในการซื้อ ; หนังสือ E-Books

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) To study the satisfaction of buying online E-Books' buyer in Bangkok 2) To study the satisfaction of buying online E-Books' buyer in Bangkok by population factors.

The sample group used in this research is the Online E-Books' buyer in Bangkok, a total of 400 people using questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in the analysis are frequency values, percentage values, average values and standard deviations. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), (One – Way ANOVA), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different.

The results of hypothesis testing showed that the Online E-Books' buyer in Bangkok with personal factors include gender, age and income were different, making the satisfaction in E-Books' buying was different.

Keywords: Satisfaction of buying ; E-Books

บทนำ

E-Book (Electronic Book) หรือ"หนังสืออิเล็กทรอนิกส์" หมายถึง ระบบคอมพิวเตอร์ หรือหนังสือที่สามารถอ่านได้จากหน้าจอคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ตโฟน ต่างๆ เสมือนการเปิดอ่านจากหนังสือโดยตรงแต่ไม่เป็นกระดาษ และไม่มีกระดาษเหมือนหนังสือที่เป็นกระดาษ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความสามารถมากมาย คุณสามารถอ่านหนังสือออนไลน์ที่ไหนก็ได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะบนรถไฟ รมเมล์ระหว่างนั่งรอในธนาคาร คุณสามารถหยิบสมาร์ตโฟนออกมาแล้วทำการเลือกหนังสือที่คุณต้องการจะอ่าน หากยังอ่านไม่จบยังสามารถเก็บไว้อ่านภายหลังได้ ทำให้สะดวกและใช้งานง่าย มีการเชื่อมโยง ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วไป สามารถอ่านหนังสือได้ทั้งบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการเก็บไว้อ่านในรูปแบบของออฟไลน์ หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงข้อความ รูปภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหวได้ เราสามารถอ่านหนังสือ ค้นหาข้อมูล และสอบถามข้อมูลต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก ได้จากอินเทอร์เน็ต การอ่านทำให้คนเราเรียนรู้ ฉลาด และมีสติปัญญามากขึ้น คนที่ไม่ชอบอ่านจึงเป็นคนรู้หนังสือส่วนคนที่อ่านมากก็รู้มาก โลกของการอ่านหนังสือจากเดิมผู้คนเดินเข้าร้านหนังสือ แต่ในปัจจุบันคุณสามารถสะดวกสบายได้มากขึ้น เช่นหากคุณนึกชื่อหนังสืออะไรขึ้นมาสักเล่มก็ลองหาในหมวดของหนังสือออนไลน์คำตอบของหนังสือเล่มนั้นก็ขึ้นมาในทันที ทำให้คุณหาหนังสืออะไรก็ได้ที่คุณต้องการได้ง่ายมาก หรือแม้แต่หนังสือเก่า ๆ ที่คุณอาจจะหาไม่เจอในร้านหนังสือ เมื่อมาลองหาดูในอินเทอร์เน็ตคุณก็จะสามารถหาพบอย่างง่าย ๆ ด้วยเช่นกัน ผู้คนมีทางเลือกใหม่ในการอ่านโดยการเปลี่ยนวิธีอ่านแบบเดิมจากหนังสือเล่มมาเป็นการอ่านแบบใหม่โดยการอ่านหนังสือออนไลน์กันมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนเช่นนี้ไม่ได้ทำให้คนอ่านลดลงแต่อย่างใดแต่กลับเพิ่มจำนวนมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งจะศึกษาว่าลักษณะประชากรซึ่งประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขต

กรุงเทพมหานคร ดังนั้น การสำรวจความพึงพอใจจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้สามารถนำข้อมูลต่างๆ จากผู้ซื้อหนังสือ E-booksปรับปรุงกลยุทธ์และแผนการตลาด ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้ลูกค้าเพิ่มอัตราการใช้งาน และสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

ตัวแปรศึกษาในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย ด้านส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยการวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตของงานวิจัยดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่ซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่สำคัญ และเป็นเขตที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน มีความหลากหลายทางความคิด และความหลากหลายในรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งมีโอกาสและอำนาจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จึงเป็นประชากรที่เหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนในการศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อหนังสือหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตร การคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนและผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability) โดยการสุ่มแบบบอกปากต่อปาก (Snowball)

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาข้อมูลจาก บทความวิจัย เอกสารทางวิชาการข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อช่วยให้ทราบถึง ความหมาย องค์ประกอบ ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่ผู้ทำวิจัยจำเป็นต้องศึกษาให้ทราบแนวทางก่อนเริ่มการดำเนินงานทางการวิจัย รวมถึงหัวข้องานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการ อ้างอิงงานวิจัยของท่านอื่น เพื่อเป็นส่วนช่วยสนับสนุนแนวคิดอีกประการหนึ่งของการกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

ความหมายของความพึงพอใจในการซื้อ

กู๊ด(Good, 1973 : 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความมั่นใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน.ศ. 2530 กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่นหมายความว่า “ควร” เช่นพึงใจหมายความว่าพอใจชอบใจและคำว่า “พอ” หมายความว่าเท่าที่ต้องการเต็มความต้องการ ถูกชอบเมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายถึงชอบใจถูกใจตามที่ต้องการ

จากการทบทวนตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ นั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจมีผลทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกสบายใจ รู้สึกชอบใช้การการเลือกสินค้าและบริการที่แตกต่างกันอีกด้วย โดยสามารถแยกวิเคราะห์ตามด้านส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

อติทยา จินตามณี (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ตของลูกค้า ในร้าน Red Mango ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความหมายความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ไว้ว่า รสชาติของไอศกรีม สีเส้นของไอศกรีม ขนาดของไอศกรีม ต้องมีความเหมาะสม วัตถุดิบมีความสดใหม่ Topping ไอศกรีมมีความหลากหลาย ภาชนะมีความสวยงาม และตราสินค้ามีชื่อเสียง

ด้านที่ 2 ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) ศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของอุ๊คบีโดยแบ่ง เป็น 4 ด้าน ตามด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ให้ความหมาย ความหมาย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไว้ว่า สินค้าและบริการมีหลายระดับราคาให้เลือก สามารถเปรียบเทียบราคา สินค้าและบริการได้สะดวก ราคาสินค้าและบริการมีการแสดงอย่างชัดเจน ราคาสินค้าและบริการถูกกว่าตามท้องตลาด และราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ มีระบบที่ช่วยดูแลความปลอดภัยในการชำระเงินของลูกค้าและชำระเงินได้หลายช่องทาง

ด้านที่ 3 ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) ศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของอุ๊คบีโดยแบ่ง เป็น 4 ด้าน ตามด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ให้ความหมาย ความหมาย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ว่า ขั้นตอนการสั่งซื้อสะดวกและรวดเร็ว สามารถสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ช่องทางการชำระค่าสินค้าและบริการมีหลากหลายช่องทาง

ด้านที่ 4 ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด

อทิทยา จินตามณี (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ตของลูกค้า ในร้าน Red Mango ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความหมายความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า มีการโฆษณาส่งเสริมการขายตามแผ่นป้ายต่างๆตามสาขา สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ มีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักร้านอย่างทั่วถึง มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษตามเดือนต่างๆ มีการแจกคูปองส่วนลด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2557) ให้ความหมายของคำว่า ประชากร ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า population นอกจากจะใช้ในกรณีทั่วไปหมายถึงสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งแล้ว ยังใช้ในวิชาสถิติและการวิจัย หมายถึง กลุ่มของสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยสนใจและมุ่งศึกษา กลุ่มของสิ่งที่ศึกษาวิจัยเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น คน สัตว์ พืช อาคารบ้านเรือน เหตุการณ์ อาหาร คำพูด เหล่านี้เป็นประชากรในการวิจัยได้หมด คำว่า ประชากร มักใช้คู่กับคำว่ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า sample หมายถึง ส่วนหนึ่งที่เลือกมาเพื่อให้เป็นตัวแทนของประชากรที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร คือกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญครบถ้วนเหมือนกับประชากร และคัดเลือกโดยไม่มีอคติ เช่น ผู้วิจัยคัดเลือกเด็ก 50 คนโดยวิธีสุ่มตัวอย่างให้เป็นกลุ่มตัวอย่างของประชากรเด็กทั้งโรงเรียน 500 คน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิวพงศ์ บุตรดาวงค์ และอำไพวรรณ เอี้ยวสุวรรณ (2557) พบว่า ความแตกต่างทางเพศมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ไม่ต่างกัน เนื่องจากผลิตภัณฑ์แอมเวย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้กับทั้งเพศชายและเพศหญิง

ศิริประภา นพชัยยา (2558 อ้างถึงใน อภัสรา โสวะภาพ, 2560) อายุเป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ปัจจัยหนึ่งที่นักการตลาดมักใช้ในการศึกษาพฤติกรรม โดยอายุที่แตกต่างกันของบุคคลส่งผลกระทบต่อวุฒิ ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาเรื่องราวต่างๆ การรับรู้ ประสบการณ์ชีวิต ความสนใจ และอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละช่วงวัย

ศิริประภา นพชัยยา, (2558 อ้างถึงใน อภัสรา โสวะภาพ, 2560) การศึกษา หมายถึง วุฒิที่ได้รับจากสถานศึกษาที่ได้เข้าไปศึกษาตามเกณฑ์และระยะเวลาที่สถาบันกำหนด ซึ่งการศึกษาแบ่งออกถึงระดับการรู้หนังสือ ความถนัดในด้านวิชาชีพ ระดับการศึกษาจะแสดงถึงความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ ของบุคคลว่ามีแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใดนอกจากนั้นการศึกษาจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมทางความคิดที่แตกต่างกันตามสิ่งแวดล้อมที่บุคคลได้พบระหว่างการศึกษาระหว่างการศึกษา

ชุตินมชนัน นันทาริยะวัฒน์ (2558) ศึกษาความต้องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากหนังสือนวนิยายไทย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่ได้ใช้ประโยชน์จากหนังสือนวนิยายไทยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่ได้ใช้ประโยชน์จากนวนิยายไทยมากกว่าทุกอาชีพ

ชุตินมชนัน นันทาริยะวัฒน์ (2558) ศึกษาความต้องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากหนังสือนวนิยายไทย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่ได้ใช้ประโยชน์จากหนังสือนวนิยายไทยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้หลังจากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์เพื่อการตอบปัญหาการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ ค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการตั้งคำถามในแบบสอบถามต้องเป็นคำถามที่มีความครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะอีกด้วย ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิด และแบบปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ และในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิดผู้วิจัยจะกำหนดเฉพาะคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นในการตอบได้ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ
- ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีจำนวน ข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามการให้ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ
- ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด ให้เขียนข้อความตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 1 ข้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจำกัดการกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาผลการวิจัยความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก
 - 1.1. ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในหัวข้อ เว็บไซต์ จะต้องมีความสะดวก เข้าถึงง่าย สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา และภายในเว็บไซต์

จะต้องสะดวกต่อการค้นหา ดาวน์โหลดได้สะดวกและรวดเร็ว และเข้าถึงข้อมูลง่าย พร้อมทั้งระบุช่องทางที่ชัดเจนในการติดต่อผู้ขาย เพื่อใช้สำหรับสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ตามลำดับ สอดคล้องกับ จารุวรรณ จุบรจ (2560) ได้กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดว่า การซื้อหนังสือ E-Books ต้องมีความสะดวกในการดาวน์โหลดผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน และสามารถค้นหาได้รวดเร็ว และยังเป็นไปในแนวทางเดียวกับ สุณิสรา ตรงจิตร (2559) ที่กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ในหัวข้อ ขั้นตอนการสั่งซื้อสะดวก ง่ายตาย และยังสามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

- 1.2. ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขาย ในหัวข้อ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในช่วงวันสำคัญ มีการสะสมแต้มเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป และ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) กล่าวว่า ผู้ซื้อหนังสือผ่านอุ๊คบี มีความถึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก ในหัวข้อ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูล เรื่องโปรโมชั่น และสอดคล้องกับ จารุวรรณ จุบรจ (2560) ที่กล่าวว่า การมีโปรโมชั่น ส่งเสริมการขายอย่างหลากหลาย จะทำให้เกิดความพึงพอใจโดยรวมมากยิ่งขึ้น
- 1.3. ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านราคา 3 อันดับแรก ในหัวข้อ มีราคาบอกชัดเจน การกำหนดราคามีความเหมาะสม กับคุณภาพ ผู้บริโภคสามารถเลือกราคาได้ตามความต้องการ ตามลำดับ สอดคล้องกับ ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) กล่าวว่า ผู้ซื้อหนังสือผ่านอุ๊คบี มีความถึงพอใจด้านราคาในระดับมาก เนื่องจากมีหลายระดับราคา เช่นเดียวกับ จารุวรรณ จุบรจ (2560) กล่าวว่า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพคือสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 1.4. ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก ในหัวข้อ รูปแบบ (Book Layout) ใช้งานง่าย มีความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล และหมวดหมู่มีความเหมาะสม และตรงตามความต้องการ ตามลำดับ สอดคล้องกับ ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558) กล่าวว่า ผู้ซื้อหนังสือผ่านอุ๊คบี มีความถึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในหัวข้อ การแบ่งหมวดหมู่ให้ใช้งานง่าย รวมถึง

รูปลักษณะในเว็บไซต์ของอัคปี เช่นเดียวกับ จารุวรรณ จุบรจง (2560) กล่าวว่า รูปแบบ (Book Layout) ใช้งานง่าย และมีเนื้อหาตรงตามความต้องการ

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร สามารถสรุปการวิจัย ได้ ดังนี้
 - 2.1. ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริม ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่า เพศหญิงมีความสนใจในเรื่องการส่งเสริมการขายตามช่วงเทศกาลที่มีการลดราคา หรือจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่เพศชายมีความพึงพอใจเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ที่สามารถค้นหาหนังสือได้อย่างสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ รพีพรรณ ฉัตรกัญญากุล (2555) ที่กล่าวว่า เพศมีผลต่อการชื้อนิตยสารดิจิทัลที่แตกต่าง เช่นเดียวกับ จารุวรรณ จุบรจง (2560) และ ที่กล่าวว่า การซื้อ E-Books ที่แตกต่างกัน อาจจะเป็นผลจากทัศนคติต่อการอ่านและพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเพศหญิงและเพศชายที่แตกต่างกัน
 - 2.2. ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านส่งเสริมการตลาดต่างกัน จะเห็นได้ว่าทุกช่วงอายุล้วนมีความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ยกเว้นช่วงอายุต่ำกว่า 20ปี ที่มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่า ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอายุต่ำกว่า 20ปี ยังต้องคำนึงถึงเรื่อง รายได้ ที่จำเป็นต้องใช้ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้สามารถซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ได้ในราคาที่ถูกลง ซึ่งสอดคล้องกับ จารุวรรณ จุบรจง (2560) ที่กล่าวว่า อายุที่แตกต่างกันมีส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Booksที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจจะมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจในการซื้อ E-Books ประเภทนวนิยาย วรรณกรรมแปล แต่จากงานวิจัยของอุทยานการเรียนรู้พบว่า กลุ่มเยาวชนไทยมีความสนใจหนังสือประเภทวรรณกรรมน้อยที่สุด เช่นเดียวกับ ฉันทพล สุขเสริม (2560) ที่

กล่าวว่า ผู้อ่านหนังสือการ์ตูนที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อหนังสือการ์ตูนแตกต่างกัน

- 2.3. ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับ จารุวรรณ จุบรจ (2560) ที่กล่าวว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ หากรายได้สูงขึ้น จะทำให้มีความพอใจในการซื้อสูงขึ้นด้วย เช่นเดียวกับ วิไลรัตน์ เอี่ยมสงค์ (2557) ที่กล่าวว่า รายได้เกณฑ์รูปแบบการดำเนินชีวิต และเป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าทำให้มีพฤติกรรมในการซื้อวรรณกรรมที่แตกต่างกันออกไป
- 2.4. ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ นั้นมีความชอบที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน อาจจะมี ความต่างกันเพียงด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านเดียวเท่านั้น ที่อาจจะมียุทธศาสตร์ในการเข้าถึง ซึ่งความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันนั้น ซึ่งขัดแย้งกับ จารุวรรณ จุบรจ (2560) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจแตกต่างกันคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า มีอัตราการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้งานอุปกรณ์การอ่านอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า เช่นเดียวกับ ฉันทพล สุขเสริม (2560) ที่กล่าวว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อหนังสือการ์ตูนที่แตกต่างกัน
- 2.5. ผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับ จารุวรรณ จุบรจ (2560) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ย่อมมีความสนใจ ความต้องการ ค่านิยม แตกต่างกันไป เช่นเดียวกับ กับสุภาวรรณ ชัยทวิวุฒิกุล (2555) พบว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับผู้จัดทำหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ รวมไปถึงผู้ที่กำลังต้องการจะลงทุนทำธุรกิจจัดจำหน่ายหนังสือ E-Books ผ่านออนไลน์ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านประชากร

1. ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ และด้านอายุ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน

2. จากการศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจการซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้จัดทำหนังสือ E-Book ผ่านสื่อออนไลน์ รวมไปถึงผู้ที่กำลังต้องการจะลงทุนทำธุรกิจจัดจำหน่ายหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์ จึงต้องให้ความสนใจที่จะพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า เช่น ควรจะมีการเพิ่มความน่าสนใจในการซื้อหนังสือ E-Books รวมไปถึงการจัดหน้า Interactive ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามยังแนะนำถึงว่า ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดให้คนทั่วไปหันมาสนใจซื้อหนังสือ E-Books ผ่านสื่อออนไลน์อีกด้วย เช่น การจัดให้มีการทดลองอ่านฟรี 30 วัน การแจกเครดิตเพื่อดึงดูดให้มีผู้ซื้อหนังสือ E-Books เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจจะมีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อหนังสือ E-books ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยเรื่องทัศนคติในด้านการเปิดรับสื่อ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ปัจจัยเรื่องความไว้วางใจ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์

2. เพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลเชิงลึก อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

จารุวรรณ จุบรรจง. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)*. ค้นคว้า

อิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ฉันทพล สุขเสริม (2560). *พฤติกรรมการซื้อหนังสือการ์ตูนของผู้อ่านในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย*. บทความวิจัย. บริหารธุรกิจบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ณัฐพงศ์ เนียมกลาง (2558). *การใช้และความพึงพอใจของผู้ซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของอุคบี*. ค้นคว้า

อิสระ. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- รพีพรรณ ฉัตรกัญจนากุล (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบริการนิตยสารดิจิทัลของผู้บริโภค*. สารนิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิไลรัตน์ เอี่ยมสูงค์ (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อวรรณกรรมเยาวชนวัยรุ่นในจังหวัดสมุทรปราการ*. บทความวิจัย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุณิสรา ตรงจิตร (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)*. ค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล (2555). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- Yamane, T. (1973). *Statistics an introduction analysis*. New York: Harper & Row.