

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย  
(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และให้คำปรึกษา จนกระทั่งสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสิ้นอย่างสมบูรณ์ ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา ปุณณกิติเกษม และกรรมการสอบสารนิพนธ์ ดร.ชาคริต พิษญาญกูร ที่สละเวลาในการทำสอบสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ซึ่งได้เสนอแนะข้อคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับการนำเสนองานวิจัย การพัฒนาและปรับปรุงงานวิจัยให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์ประจำรายวิชาทุกท่านใน วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้ความรู้และแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจตลอดการศึกษา ขอขอบพระคุณ นายศรายุทธ์ ทัดศรี ที่ให้คำแนะนำผู้วิจัยในเรื่องผลทางสถิติของงานวิจัยและเจ้าหน้าที่ของทางมหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้การสนับสนุนตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวที่สนับสนุนด้านการศึกษาและให้กำลังใจ เพื่อนๆทุกสาขาจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขาการจัดการธุรกิจที่ให้ความช่วยเหลือและกำลังใจเป็นอย่างดี รุ่นพี่ เพื่อน รุ่นน้องที่ให้กำลังใจ และศิลปินที่รักทุกท่าน โดยเฉพาะ Treasure ที่มีผลงานที่ดีในการปลอบประโลมจิตใจในการทำวิจัยเล่มนี้ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งทุกท่านเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จนี้

ชวัลนุช ชุมณี

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน  
A STUDY OF FACTORS INFLUENCING INTENTION TO BUY YAOI NOVEL  
ELECTRONICS BOOK VIA APPLICATION

ชวัลนุช ชุมณี 6550269

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., รองศาสตราจารย์  
ปรารณา ปุณณกิติเกษม, Ph.D., ชาคริต พิชญางกูร, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB) และ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิด โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ที่เคยซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 413 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS

โดยผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ทำให้สามารถจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ ได้แก่ ทศนคติและอิทธิพลทางสังคม การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และจากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (MRA) พบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีผลต่อพฤติกรรมที่ตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

คำสำคัญ : หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)/ นิยายวาย (Yaoi Novel) / TPB/ TAM

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ญ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการศึกษาวิจัย	4
1.5 เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 บทสรุป	6
<b>บทที่ 2</b> <b>แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวคิดในการศึกษาวิจัย	8
2.2 การบทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	22
2.4 สมมติฐานงานวิจัย	23
2.5 บทสรุป	25
<b>บทที่ 3</b> <b>ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย</b>	<b>26</b>
3.1 รูปแบบงานวิจัย	28
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	29

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	36
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	38
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	38
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)	38
3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย	39
3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนดำเนินงาน โครงการวิจัย	40
3.9 บทสรุป	40
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>42</b>
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	43
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)	51
4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)	51
4.4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	55
4.4.1 การนำเสนอสมการความสัมพันธ์รูปเชิงเส้นตรง	55
4.4.2 การทดสอบตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปร ที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)	59
4.4.3 การทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic)	59
4.4.4 การทดสอบความเป็นอิสระจากกันของค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error)	60
4.4.5 การทดสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Multicollinearity)	61

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 บทสรุป	62
<b>บทที่ 5</b> สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	<b>63</b>
5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย	63
5.1.1 สรุปสรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการศึกษา	64
5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยและข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ	65
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย	68
5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย	68
5.5 บทสรุป	69
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>70</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>74</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>93</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	ผลสรุปการทบทวนวรรณกรรมการศึกษางานวิจัย	16
3.1	ตารางแสดงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	29
3.2	ข้อคำถามงานวิจัยส่วนที่ 3	30
3.3	ข้อคำถามงานวิจัยส่วนที่ 4	32
3.4	ข้อคำถามงานวิจัยส่วนที่ 5	35
3.5	ระดับความพึงพอใจตามหลัก Likert's scale 5 ระดับ	36
3.6	เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยคะแนน	36
4.1	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศของ กลุ่มตัวอย่าง	43
4.2	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกอายุของกลุ่ม ตัวอย่าง	43
4.3	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.4	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกอาชีพของกลุ่ม ตัวอย่าง	44
4.5	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ถึงประโยชน์	46
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	47
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	48
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรม	49
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	50

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกาตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	51
4.12	ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test)	52
4.13	ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) หลังหมุนแกน Rotated Component Matrix	52
4.14	แสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA )	55
4.15	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova)	56
4.16	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณพฤติกรรมกาตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	57
4.17	การทดสอบค่าโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)	59
4.18	ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน	60
4.19	การทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF)	61
5.1	แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	64
5.2	การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย	65



## สารบัญรูปร่างภาพ

รูปร่างภาพ		หน้า
2.1	แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior)	8
2.2	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	9
2.3	กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)	23
2.4	แสดงสมมติฐานในการศึกษาวิจัย (Research Assumption)	24
3.1	แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	27
4.1	รูปร่างภาพแสดงการปรับปรุงกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework)	54
4.2	การทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่โดยใช้ Scatterplot	60

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในปี พ.ศ.2566 จากงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 51 และ สัปดาห์หนังสือนานาชาติ ครั้งที่ 21 หมวดหนังสือการ์ตูน และนิยายครองแชมป์หนังสือขายดี สามารถสร้างยอดขายได้ร้อยละ 44% ของทั้งหมด โดยเฉพาะหนังสือนิยายขายได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (กรุงเทพธุรกิจ, 2566 : ออนไลน์) แต่อย่างไรก็ตามมุมมองทัศนคติที่มีต่อหนังสือนิยายขายในอดีตที่ผ่านมาพบว่า กระแสหลักของภาพ ลักษณะนิยายขายของผู้อ่านทั่วไปอาจไม่ดัดนัก โดยส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าสื่อที่มีเนื้อหาเรื่องเพศเป็นเรื่องโจ่งแจ้ง หลักความเชื่อรวมถึงแนวปฏิบัติในเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ไม่สุภาพ หรือการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมจึงส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่ยังไม่เปิดรับ ทั้งนี้หากพิจารณาถอยย้อนไปนิยายขาย (ชายรักชาย) ได้เกิดขึ้นมากกว่า 20 ปีโดยมีจุดเริ่มต้นจากแฟนคลับได้หยิบยกตัวละครประเภทการ์ตูน นิยาย ซีรีส์ ภาพยนตร์ นักร้อง หรือนักแสดงที่ตนเองชื่นชอบมาแต่งขึ้น ผ่านการสร้างเส้นเรื่องใหม่ หรือที่เรียกว่า การเขียนแฟนฟิクション (FAN FICTION) เป็นที่นิยมอ่านกันบนเว็บไซต์ รูปแบบการอ่านแบบไม่ต้องจ่ายเงิน และแบบต้องจ่ายเงินซื้อ ทั้งนี้หากต้องการอ่านแบบรูปเล่มของนักเขียน สามารถทำการสั่งจองล่วงหน้า และจัดส่งทางไปรษณีย์ เมื่อมีการจัดแสดงเฉพาะกลุ่มหนังสือเฉพาะแฟนฟิクション หรือเฉพาะซื้อขายผ่านร้านหนังสือที่รู้จักกันเฉพาะกลุ่มวงการศึกษาฯ ขณะที่บางร้านไม่มีการตั้งวางขายบนแผงหนังสือแต่ถูกเก็บไว้หลังร้าน เมื่อผู้อ่านต้องการซื้อหนังสือต้องแจ้งซื้อหนังสือกับพนักงานทางร้าน

พัฒนาการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นภายหลัง ปี ค.ศ. 1940 โดยปรากฏในนวนิยายวิทยาศาสตร์ ต่อมาได้มีการพัฒนาโดยนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยสแกนหนังสือจัดเก็บข้อมูล เป็นแฟ้มภาพตัวหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และนำแฟ้มภาพตัวหนังสือมาผ่านกระบวนการแปลงภาพเป็นข้อความด้วยการทำ OCR (Optical Character Recognition) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อแปลงภาพตัวหนังสือให้เป็นข้อความที่สามารถแก้ไขเพิ่มเติมได้ การถ่ายทอดข้อมูลจะถ่ายทอดผ่านทางแป้นพิมพ์ และประมวลผลออกมาเป็นตัวหนังสือ และข้อความด้วยคอมพิวเตอร์ คุณสมบัติเหล่านี้ไม่สามารถทำได้ในหนังสือทั่วไป (ประคองศรี ภาเรือง, 2563) ในช่วงปลายปี พ.ศ.2562 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ที่รุนแรงเกิดผลกระทบทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อมนุษย์ต้อง

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเข้าสู่วิถีใหม่ เป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเพื่อการอยู่รอดในการดำรงชีวิต รวมถึงการปรับเปลี่ยนระบบของธุรกิจและบริการทางออนไลน์ เช่นเดียวกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือเป็นรูปแบบออนไลน์เป็นกิจกรรมระหว่างวันหยุดอยู่บ้าน จึงทำให้ทุกคนได้มีเรียนรู้พัฒนาทักษะการใช้ดิจิทัลมากขึ้น การปรับตัววิถีใหม่ โดยเฉพาะวิกฤตในครั้งนี้สร้างโอกาสในการศึกษา สถาบันการศึกษาใช้รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ถือเป็นโอกาสและความท้าทายในการให้บริการออนไลน์ (ระเบียง แสงจันทร์, 2565) เช่นเดียวกับธุรกิจสิ่งพิมพ์หนังสือ กลายเป็นยุคทอง ตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล เติบโตขึ้น 100% คนรุ่นใหม่อ่านอีบุ๊ก (E-book) เพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสัญชาติไทยได้พัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล ทำให้ในปี พ.ศ.2564 มีมูลค่าการตลาดถึง 2,000 ล้านบาท อาทิเช่น บริษัทเมพ คอร์ปอเรชั่น (MEB) มีสัดส่วนการตลาดถึง 70% ซึ่งมีอีบุ๊กมากที่สุด

รวมถึงบริษัทไฮเทคซ์ อินเทอร์เน็ตทีฟ ที่มีรายได้อย่างก้าวกระโดด หนังสืออิเล็กทรอนิกส์หรือ E-book เป็นทางเลือกของนักอ่าน การเปิดรับเทคโนโลยีและกำลังเปลี่ยนพฤติกรรมไป E-book จึงมีส่วนมากถึง 42% (ประชาชาติธุรกิจ, 2566: ออนไลน์) กระแสการอ่านรูปเล่มลดลง สำนักพิมพ์หันมาเปลี่ยนเป็นแพลตฟอร์ม รูปแบบอีบุ๊ก นอกจากนี้ยังสามารถทำให้ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการพิมพ์ลดลงหรือน้อยกว่าตีพิมพ์รูปเล่ม (กุลธิดา เด่นวิทยานันท์, 2561) โดยผลการศึกษาของรายงาน The Global Entertainment Media outlook 2018-2022 ของ PWC ได้ทำการศึกษาแนวโน้มรายได้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงโลก พบว่า สำหรับตลาดอีบุ๊กในทวีปเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการเติบโตที่ 7.7 % โดยเฉพาะการรณรงค์ของภาครัฐบาลประเทศญี่ปุ่นและสาธารณชนประชาชนจีนที่ได้เป็นประเทศหลักที่ขับเคลื่อนการอ่านอีบุ๊กให้มีการเติบโต ขณะที่ในปี 2565 พบว่า แนวโน้มตลาดอีบุ๊กในประเทศไทยมีการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 14.1 % ขณะที่ยังมีช่องว่างจากคอกหนังสือส่วนใหญ่ยังต้องการหนังสือแบบกระดาษ แต่ยังคงพบว่า มีโอกาสในการใช้ปัจจัยในการขับเคลื่อนอีบุ๊ก คือ การใช้โทรศัพท์มือถือที่มีแนวโน้มการใช้ปริมาณอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น

ขณะที่สำนักพิมพ์บางแห่งที่ไม่สามารถปรับตัวได้ก็ยุติการพิมพ์ ส่วนสำนักพิมพ์ที่แสวงหาโอกาสในการปรับเปลี่ยนก็หันไปทำอีบุ๊กในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งแอปพลิเคชันนี้ยังเปิดโอกาสให้นักเขียนใหม่นำเสนอผลงานผ่านแอป ให้ดาวโหลดได้ฟรี เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์คนส่วนใหญ่ที่ชอบหาความบันเทิงมากขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจมุมมองทางเลือกของผู้บริโภคหรือนักอ่านในยุคดิจิทัลที่อ่านหนังสือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ว่ามีปัจจัยองค์ประกอบใดบ้างและปัจจัยที่สอดคล้องกับวิถีของผู้อ่านต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางแก่ธุรกิจ

ที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านการบูรณาการสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งนำไปใช้ในการกระตุ้นลูกค้านักอ่านประเภทหนังสือต่าง ๆ รวมถึงการนำเสนอคอนเทนต์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น เปลี่ยนแปลงจากตลาดสิ่งพิมพ์เดิม ๆ มาเป็นตลาดอีบุ๊กในรูปแบบดิจิทัลให้เกิดการขยายตัวสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การเปิดโอกาสให้นักเขียนได้นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันธุรกิจ และอาจนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาต่อยอดการอ่านหนังสือเรียนออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนของนักเรียนหรือสื่อการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

## 1.3 ขอบเขตงานวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2567

### 1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

### 1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ทฤษฎีที่นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาคือทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior - TPB) และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่ใช้ในการทำนายพฤติกรรมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการศึกษาวิจัย

### 1.4.1 ด้านวิชาการ

ได้องค์ความรู้ใหม่ทางด้านวิชาการ ในด้านการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อนำผลวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดการศึกษากับผู้ที่สนใจศึกษาในมิติอื่นๆ ในอนาคต

### 1.4.2 การนำไปปรับใช้ทางภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรภาครัฐกิจ

- เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการสื่อ สิ่งพิมพ์ในการพัฒนาและปรับปรุงการแอปพลิเคชันให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- เพื่อให้ให้นักเขียนทราบแนวทางการพัฒนาการเขียนนวนิยาย ประเภทชายรักชายในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันให้นักเขียนนวนิยายให้ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน

## 1.5 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDG)

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDG) 3 เป้าหมาย ดังนี้

**1.5.1 เป้าหมายที่ 4:** สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เป้าหมายย่อย 4.7 สร้างหลักประกันว่าผู้เรียนทุกคนได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมไปถึง การศึกษาสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืน สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคระหว่างเพศ การส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความสุขและการไม่ใช้ความรุนแรง การเป็นพลเมืองของโลก และความชื่นชมในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการที่วัฒนธรรมมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายในปี พ.ศ. 2573

**1.5.2 เป้าหมายที่ 5:** บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิงทุกคน

เป้าหมายย่อย 5.6 เพิ่มพูนการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มบทบาทแก่สตรี

**1.5.3 เป้าหมายที่ 15:** ปกป้อง ฟืนฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและพื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

เป้าหมายย่อย 15.2 ส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริหารจัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟืนฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่าและฟืนฟูป่าทั่วโลกอย่างจริงจังภายในปี พ.ศ. 2563

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

**1.6.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)** หมายถึง หนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกสร้างจากโปรแกรม คอมพิวเตอร์ โดยผู้อ่านสามารถอ่านผ่านหน้าจอของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น แท็บเล็ต, โทรศัพท์สมาร์ทโฟน, คอมพิวเตอร์ หรือ เครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book Reader)

**1.6.2 นิยายวาย (Yaoi Novel)** หมายถึง นิยายที่ตัวละครหลักมีเพศสภาพเดียวกัน เช่น ชายรักชาย หญิงรักหญิง

**1.6.3 การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness: PU)** หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงาน โดยหากนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นทางเลือกสำหรับการปฏิบัติงานเดียวกัน เทคโนโลยีนั้นจะทำให้ได้ผล งานที่มีคุณภาพดีขึ้นหรือช่วยให้งานนั้นเสร็จเร็วขึ้น (Teo et al., 1999)

**1.6.4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PE)** หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้น มีความง่ายในการใช้งาน ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก หากเทคโนโลยีใดสามารถใช้งานได้ง่าย และไม่ซับซ้อน ก็จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้ง่ายขึ้น (Teo et al., 1999)

**1.6.5 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)** หมายถึง การรับรู้ที่เกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญหรือบุคคลที่มีความน่าเคารพนับถือซึ่งมีอิทธิพล (Influence) ต่อการคิดและการตัดสินใจของบุคคลนั้นๆ หากบุคคลนั้นมีความเชื่อว่า บุคคลสำคัญที่เคารพนับถือได้แสดงพฤติกรรมใด บุคคลนั้นก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมดังกล่าวคล้อยตาม

**1.6.6 การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived Behavioral Control)** หมายถึงระดับการรับรู้ถึงความยากง่ายในการแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งประสบการณ์ที่

ผ่านมามีส่วนให้ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยการรับรู้ได้ถึงพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้จะ ทำให้เกิดผลตามที่ต้องการได้

**1.6.7 ทศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior)** หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความ เข้ากันได้กับเทคโนโลยีนั้น (Davis, 1989)

**1.6.8 การตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน** หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคพิจารณาและเลือกซื้อหนังสือประเภทนิยายที่มีเนื้อหาหลักเกี่ยวกับ ความรักระหว่างตัวละครเอกเป็นชายทั้งคู่ ผ่านช่องทางดิจิทัลหรือแอปพลิเคชันสำหรับการอ่านและซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

## 1.7 บทสรุป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative) มุ่งเน้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior - TPB)และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยคาดหวังว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้ นักเขียนและผู้ประกอบการนำไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยรวมถึงการกำหนดกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยมีหัวข้อ ดังต่อไปนี้

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวคิดในการศึกษาวิจัย

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

2.1.3 แนวคิดที่เกี่ยวกับนวนิยาย

#### 2.2 การบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

#### 2.4 สมมติฐานงานวิจัย

#### 2.5 บทสรุป

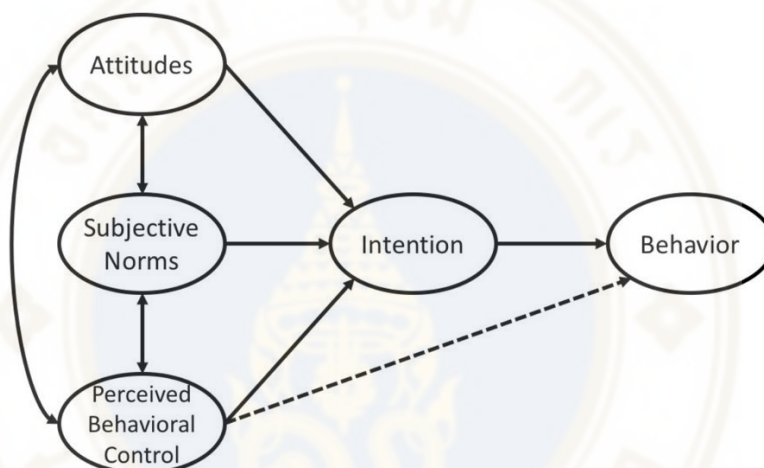


## 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวคิดในการศึกษาวิจัย

### 2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) เป็นทฤษฎีที่ใช้เพื่อคาดเดาพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่อยู่ภายใต้ความตั้งใจ ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Icek Ajzen และ Martin Fishbein

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้อธิบายว่า พฤติกรรม (Behavior) ที่แสดงออกมานั้นมีผลมาจาก เจตนา (Intention) ซึ่งมี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการก่อให้เกิดเจตนา ได้แก่ ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)



รูปที่ 2.1 แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior)

ที่มา : Ick Ajzen, (1991)

ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude) คือเป็นการประเมินทางบวกหรือลบต่อการกระทำนั้นๆ จัดได้ว่า เจตคติต่อพฤติกรรม (AB) เป็นปัจจัยส่วนบุคคล(Personal Factors) ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวก ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้าม หากมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลในทางลบ ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น และเมื่อมีทศนคติทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น

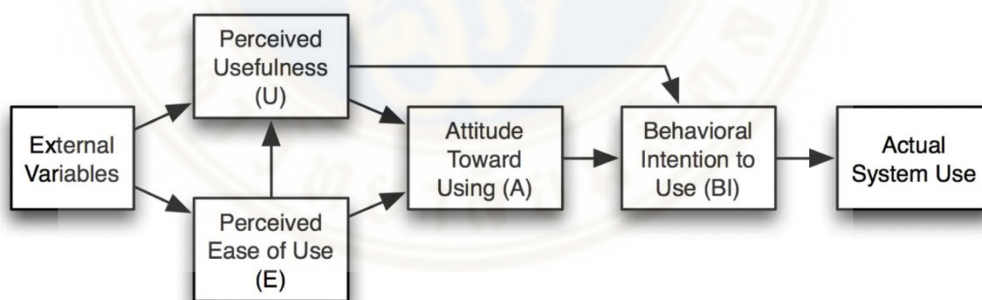
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือเกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญหรือบุคคลที่มีความน่าเคารพนับถือซึ่งมีอิทธิพล (Influence) ต่อการคิดและการตัดสินใจของบุคคลนั้นๆ หากบุคคลนั้นมีความเชื่อว่า บุคคลสำคัญที่เคารพนับถือได้แสดงพฤติกรรมใด บุคคลนั้นก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมดังกล่าวคล้อยตาม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือระดับการรับรู้ถึงความยากง่ายในการแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งประสบการณ์ที่ผ่านมามีส่วนให้ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยการรับรู้ได้ถึงพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้จะทำให้เกิดผลตามที่ต้องการได้

### 2.1.2 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) เป็นทฤษฎีที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Icek Ajzen และ Martin Fishbein

พงศ์ศรีณย์ วงศ์ชนเดช, และคณะ,(2566) ได้สรุปเนื้อหาเกี่ยวกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ไว้ดังนี้ Davis (as cited in Orathai Luanwan, 2012) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมี 6 ปัจจัยได้ ดังนี้ ตัวแปรภายนอก (external variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) ทศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward use) พฤติกรรมการตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to use) การใช้ระบบจริง (Actual System use)



รูปที่ 2.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: David et al.(1989)

ตัวแปรภายนอก (external variables) หมายถึงอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่สร้างการรับรู้ที่ซึ่งแตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ประสบการณ์ และความรู้ ความเข้าใจในสังคม

การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ความมีประโยชน์ที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีในระดับบุคคล เพื่อการรับรู้ถึงประสิทธิภาพที่จะได้รับจากการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) หมายถึง ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแง่ของปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่คาดหวังไว้หรือไม่

ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward use) หมายถึง ทัศนคติและความสนใจที่จะใช้ระบบ

พฤติกรรมการตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to use) หมายถึง พฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่

การใช้ระบบจริง (Actual System use) หมายถึง มีการนำมาใช้จริงและเกิดการยอมรับเทคโนโลยี

### 2.1.3 แนวคิดที่เกี่ยวกับนวนิยาย

ความหมายของนวนิยายตามที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ. 2554 ให้นิยามความหมายว่า นวนิยาย คือ บันเทิงคดีร้อยแก้วขนาดยาวรูปแบบหนึ่ง มีตัวละคร โครงเรื่อง เหตุการณ์ในเรื่อง และสถานที่ ที่ทำให้เนื้อเรื่องมีความสมจริง

รศ.ดร.รื่นฤทัย สัจจพันธุ์ (2542) ระบุว่า นวนิยายคืออะไร แปลตามตัวอักษร นวนิยายแปลว่าใหม่ นิยาย คือ เรื่องเล่า ฉะนั้น นวนิยายคือนิยายแบบใหม่หรือเรื่องเล่าแบบใหม่ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า NOVEL และ NOVELLA ในภาษาอิตาเลียนคำนี้มีใช้ขึ้นเป็นครั้งแรกเพื่อเรียกงานเขียนวรรณกรรมอย่างใหม่ของนักเขียนชาวอิตาเลียนผู้หนึ่ง ชื่อ บอคคาจิโอ (BOCCACCIO) เรื่อง เดคาเมรอน (DECAMERON) โดยอาศัยการบรรยายเป็นวิธีการดำเนินเรื่องเล่าเรื่องและเหตุการณ์ไปตามลำดับ บทเจรจาและเนื้อเรื่องสร้างขึ้นจากจินตนาการ GILBERT HIGHET เป็นนักเขียนผู้หนึ่งที่ได้อธิบายลักษณะของหนังสือนวนิยายได้ชัดเจนว่า "นวนิยายคือเรื่องเล่าขนาดยาวที่เกี่ยวกับบุคคลที่ไม่มีตัวตนจริง นวนิยายเป็นทั้งเรื่องจริงและเรื่องเท็จ กล่าวคือ แม้ว่าบุคคลและพฤติกรรมต่าง ๆ จะไม่ได้เกิดขึ้นจริง แต่ตัวละครในนวนิยายนั้นก็เป็นที่ยอมรับว่าเป็นแบบฉบับของบุคคลที่มีชีวิตจริง และพฤติกรรมของตัวละครก็สอดคล้องกับลักษณะความเป็นไปที่ปรากฏขึ้นจริงในสถานที่และยุคสมัยนั้น ๆ"

จรรยาบรรณ เทพศรีเมือง (2560) ได้ระบุว่า นวนิยายเป็นวรรณกรรมบันเทิงคดีในอีกรูปแบบหนึ่งที่ไทยรับมาจากตะวันตก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ระยะเวลาที่

ผ่านมานานทำให้การศึกษานวนิยายนั้นมีพัฒนาการที่เป็นเอกลักษณ์อันประกอบไปด้วยพัฒนาการทางด้านความคิดของสังคม ค่านิยม และจิตใจของคนในสังคม

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า นวนิยาย หมายถึง บันเทิงคดีร้อยแก้วขนาดยาวรูปแบบหนึ่งหรือเรื่องเล่าแบบใหม่ มีตัวละคร โครงเรื่อง เหตุการณ์ในเรื่อง และสถานที่ ที่ทำให้เนื้อเรื่องมีความสมจริง อันประกอบไปด้วยพัฒนาการทางด้านความคิดของสังคม ค่านิยม และจิตใจของคนในสังคม

### องค์ประกอบสำคัญของนวนิยาย

วนิดา บำรุงไทย (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของนวนิยายไว้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เนื้อเรื่อง (Story) คือ รายละเอียดของเรื่องราวซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบทั้งหมดทุกด้าน เช่น โครงเรื่อง ตัวละคร ผู้เล่าเรื่อง น้ำเสียงของเรื่อง ฯลฯ

2. กลวิธีเกี่ยวกับโครงเรื่อง (Technique) หมายถึงวิธีที่ผู้แต่งถือใช้ในการสร้างสรรค์บทประพันธ์แต่ละเรื่องเพื่อให้บรรลุผลที่ดีที่สุดในเชิงวรรณศิลป์

3. ตัวละคร (Character) คือบุคคลที่ผู้แต่งกำหนดหรือสมมติขึ้นในวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่า ตัวละครเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับเรื่องเล่าทุกประเภทรวมทั้งนวนิยายเพราะถ้าไม่มีตัวละครก็ไม่มีเรื่อง นอกจากนี้ตัวละครยังมักเป็นจุดดึงดูดความใจ

4. บทสนทนา (Dialogue) หรือบทพูดของตัวละคร โดยทั่วไปผู้ประพันธ์ไม่อาจนำเสนอเรื่องโดยการบรรยายตลอดทั้งเรื่องได้ นอกจากนี้บทสนทนาจะให้ความรู้ลึกว่าตัวละครมีชีวิตชีวา และที่สำคัญคือทำให้ผู้อ่านมีความใกล้ชิดกับตัวละคร โดยได้รับรู้รับการพูดคุยกับตัวละครประหนึ่งว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ของเรื่องด้วย

5. ฉาก (Setting) เป็นส่วนสำคัญในการสร้างหรือเสริมบรรยากาศ

จรรยาบรรณ เทพศรีเมือง (2560) ได้ศึกษาองค์ประกอบของนวนิยายไว้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. โครงเรื่อง (Plot) เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่องที่ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องเป็นเหตุผลต่อกัน โดยมีความ ขัดแย้งที่ก่อให้เกิดการต่อสู้ทำให้เกิดเรื่องดำเนินไปอย่างน่าสนใจ ควรติดตามและเนื่องจากนวนิยายมี ขนาดยาวมากเป็นส่วนใหญ่ การเล่าเรื่องจึงมีเหตุการณ์สลับซับซ้อนด้วยฉะนั้น โครงเรื่องในนวนิยายจึง อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 โครงเรื่องหลัก (Main Plot) หมายถึงการดำเนินเรื่องที่เกี่ยวพันกับปัญหาความ ขัดแย้งซึ่งเป็นจุดสำคัญของเรื่อง

1.2 โครงเรื่องรอง (Sub-Plot) ความขัดแย้งย่อย ๆ ที่แทรกอยู่เป็นตอนๆ ใน โครงเรื่องใหญ่ และมีผลกระทบต่อตัวละครและเนื้อเรื่องสำคัญให้ดำเนินต่อเนื่องไปตามเรื่องใหญ่ที่วางไว้

2. ตัวละคร (characters) นับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งควบคู่ไปกับการดำเนินเรื่องเพราะถ้าไม่มีตัวละครหรือผู้กระทำแล้วการเล่าเรื่องก็เกิดขึ้นไม่ได้ นอกจากตัวละครในนวนิยายจะมีลักษณะโดยกว้างเหมือนกับตัวละครในเรื่องสั้นแล้ว เราอาจแบ่งตัวละครในนวนิยายออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.1 ตัวละครเอก (The major The protagonist) คือตัวละครซึ่งมีบทบาทสำคัญในการดำเนินเรื่องโดยตลอด

2.2 ตัวละครย่อย (The minor The antagonist) หมายถึงตัวละครซึ่งมีบทบาทในฐานะเป็นส่วนประกอบของการดำเนินเรื่องแต่ก็ต้องมีส่วนช่วยเสริมเนื้อเรื่องและตัวละครสำคัญให้เด่นชัดขึ้น

3. ฉาก (Setting) ฉากในนวนิยายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเขียนนวนิยายอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้นวนิยายดำเนินเรื่องไปได้อย่างมีรสชาติเห็นจริงเห็นจัง ฉะนั้นโดยทั่วไปจึงมักเน้นการสร้างฉากให้มี

ความจริงเช่นเดียวกับเรื่องสั้น ที่แตกต่างออกไปบ้างก็เห็นจะได้แก่ความกว้างขวางที่ผู้แต่งจะพรรณนาให้ละเอียดลออเพียงใดก็ได้ซึ่งโดยทั่วไปการบรรยายฉากจะต้องประกอบด้วยรายละเอียด

4. บทสนทนา (Dialogue) ถ้อยคำในการพูดคุยกับระหว่างตัวละครในเรื่องสั้น และนวนิยายซึ่งขาดไม่ได้เพราะบทสนทนาจะมีส่วนทำให้ผู้อ่านได้เข้าใจรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ เกี่ยวกับตัวละครการดำเนินเรื่อง และฉากเป็นอันมาก

จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบสำคัญของนวนิยายประกอบไปด้วย เนื้อเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร ฉาก และ บทสนทนา

#### ประเภทของนวนิยาย

จรรยาบรรณ เทพศรีเมือง (2560) ได้รวบรวมประเภทของนวนิยายไว้ได้ดังนี้

1. นวนิยายอุดมคติ (Idealistic Novel) หมายถึง นวนิยายที่นักเขียนสร้างขึ้น จากอุดมคติอันสูงส่งของนักเขียนแต่ละคนบางครั้งก็เป็นการคาดหวังที่สูงเกินไปจนอาจเป็นความจริงไม่ได้ หรือไม่ก็เป็นเรื่องที่พยายามเรียกร้องความเป็นธรรมในสังคมด้วยการชี้ให้เห็นลักษณะสังคมที่เป็นอยู่ แต่ก็ไม่ได้บอกวิธีแก้ไขว่าควรทำอย่างไรอย่างเด่นชัดนัก นวนิยายแนวนี้อาจเห็นได้ชัดจากเรื่อง ยูโทเปีย ของโทมัสสมอร์ หรือจากบางเรื่องของไทย

2. นวนิยายพาฝัน (Romantic Novel) หมายถึง เรื่องที่เกิดจากจินตนาการของผู้เขียนเป็นส่วนใหญ่ และมักจะไม่ค่อยสมจริงเท่าใดนัก ถ้าเป็นเรื่องเสี่ยวเหลือแสนถ้าเป็นเรื่องรักก็รักอย่างสุดซึ้ง

แต่ถึงขั้นก็ค่อนข้างอาฆาตพยาบาทกันอย่างไม่มีที่สิ้นสุด นวนิยายชนิดนี้เป็นที่นิยมของนักเขียนและนักอ่านชาวไทยเป็นจำนวนมาก

3. นวนิยายสมจริง (Realistic Novel) คือ นวนิยายที่ผู้แต่งพยายามสร้างขึ้นเพื่อเลียนแบบชีวิตจริง และพยายามให้ผู้อ่านเข้าใจว่าเป็นเรื่องจริงจัง ซึ่งจะต้องอาศัยศิลปะและความรอบคอบของผู้แต่งอย่างสูงที่จะสร้างสถานการณ์โดยไม่มีช่องว่างผู้อ่านเห็นว่าเกินความจริงได้ และดูเหมือนว่าเป็นแนวที่นักเขียนนวนิยายไทยกำลังนิยมกันมากขึ้นเป็นลำดับ แต่ก็ยังไม่สามารถจะหานวนิยายสมจริงที่เด่นชัดได้มากนัก

4. นวนิยายสำรวจโลก (The World Survey Novel) นวนิยายแนวนี้เป็นแบบที่เราได้มาจากวรรณกรรมสากล หมายถึงเรื่องที่ทำให้ตัวละครได้ศึกษาชีวิตอย่างกว้างขวาง หรือผ่านการผจญภัยในโลกกว้างมาอย่างโชกโชน ซึ่งในนวนิยายไทยก็ไม่มีใครมีผู้นิยมเขียนกัน

5. นวนิยายประวัติศาสตร์ (Historical Novel) หมายถึง นวนิยายที่อาศัยเหตุการณ์หรือตัวละครในประวัติศาสตร์มาเป็นแกนของเรื่อง แล้วปรุงรสให้ “ศาสตร์” กลายเป็น “ศิลปะ” เปลี่ยนจากความจืดชืดน่าเบื่อหน่ายมาให้อ่านสนุกเพลิดเพลินในรูปของนวนิยาย ฉะนั้นนักเขียนจึงอาจใช้ตัวละครสมมุติ หรือเหตุการณ์สมมุติปะปนกับเรื่องจริงในประวัติศาสตร์บ้างก็ได้

6. นวนิยายการเมือง (Politics Novel) คือ นวนิยายที่มีเนื้อเรื่องอิงไปในทางชี้หรือการแก้ปัญหาทางการเมือง หรือรวมไปถึงปัญหาทางเศรษฐกิจ และสังคมด้วย วิธีเสนอปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่ออกมาในรูปนวนิยาย

7. นวนิยายลูกทุ่ง (Peasant Novel) หมายถึงนวนิยายที่กล่าวถึงสภาพชีวิตของคนในชนบทหรือในท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญออกไป โดยทั่วไปมักเป็นการสะท้อน ภาพของสังคมส่วนหนึ่งที่ซึ่งเร้นแค้นยากไร้ ออกมาโดยเด่นชัด

8. นวนิยายต่างแดน (Exotic Novel) คือนวนิยายที่ใช้ฉากหรือสถานที่ในการดำเนินเรื่องของต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่หรือทั้งเรื่อง นับว่าเป็นนวนิยายแบบหนึ่งที่นิยมกันมาก เพราะจะมีส่วนช่วยเรียกความสนใจของคนอ่านได้มากขึ้น

9. นวนิยายแนวจิตวิทยา (Psychological Novel) คือ นวนิยายที่ผู้แต่งมุ่งอธิบายพฤติกรรมของตัวละครด้วยวิธีวิเคราะห์สภาพจิตใจ เช่นเดียวกับจิตแพทย์ตรวจสอบคนไข้ของเขา เพื่อแสดงให้เห็นว่าตัวละครมีพื้นฐานทางด้านจิตอย่างไร อะไรเป็นมูลเหตุที่ทำให้ปฏิบัติเช่นนั้นในสถานการณ์นั้น ฉะนั้นนักประพันธ์จะต้องมีความรู้ในเรื่องจิตวิทยาเป็นอย่างดี แล้วแทรกเข้าไปในรสแห่งการเขียนนวนิยาย ซึ่งจะมีผลกลายเป็นเรื่องในเชิงจิตวิทยาประยุกต์ที่น่าอ่านมากขึ้น

10. นวนิยายประเภทจดหมาย (Epistolary Novel) ลักษณะสำคัญของนวนิยายประเภทนี้คือการดำเนินเรื่องในรูปของจดหมาย อาจจะเป็นการเขียนจดหมายเล่าเรื่องเหตุการณ์ต่างๆ ของตัว

ละครเอกผู้เดียว หรือการเขียนจดหมายโต้ตอบระหว่างละครด้วยกัน ซึ่งนับว่ามีประโยชน์หลายประการ

11. นวนิยายสังคม (Sociological Novel) คือ นวนิยายที่พยายามจะชี้ให้เห็นปัญหาความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม โดยเสนอให้เห็นบทบาท และผลของสังคมที่มีต่อตัวละครซึ่งดำเนินชีวิตในสังคมนั้นว่าเป็นอย่างไร บางครั้งก็พยายามเรียกร้องความเห็นใจซึ่งกันและกัน และในบางครั้งนักเขียนยังอาจสอดแทรกแนวความคิดของตนเกี่ยวกับทางออกหรือข้อยุติปัญหานั้นลงไปนวนิยายด้วย

12. นวนิยายประเภทนักสืบและอาชญากรรม (Detective and Crime Novel) นวนิยายแนวนี้จะเกี่ยวกับการจารกรรมหรือการสืบสวนสอบสวน เล่าเรื่องมักพลิกกลับซับซ้อน เป็นพิเศษ

13. นวนิยายวิทยาศาสตร์ (Science fiction) คือ นวนิยายที่อาศัยเค้าความจริงหรือความคิดฝันทางวิทยาศาสตร์ซึ่งอาจเป็นไปได้ในอนาคตมาเขียนในรูปของนวนิยาย โดยพยายามสร้างสรรค์ให้ผู้อ่านเกิดความคิดต่อไปในทางวิทยาศาสตร์ แม้ผู้เขียนจะชักนำผู้อ่านให้ออกจากโลกความจริงไปสู่โลกแห่งจินตนาการ แต่ก็จะต้องพยายามสร้างรายละเอียดและให้ข้อมูลต่างๆ ให้สมจริงมากที่สุด

14. นวนิยายหรรษา (Humor Novel) คือ งานเขียนมุ่งให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านเป็นสำคัญ โดยไม่จำเป็นจะต้องมีเนื้อหาสาระ หรือแสดงคุณธรรมอย่างใดแก่ผู้อ่านมากนักนวนิยายในแบบนี้ได้รับความนิยมจากท่านผู้อ่านโดยทั่วไป

15. นวนิยายผจญภัย (Adventure Novel) งานเขียนประเภทนี้ตัวเอกมักเป็นคนกล้าหาญชอบ โลก โผผจญภัยเสี่ยงอันตรายอยู่เสมอ นับเป็นงานเขียนที่นักอ่านไทยนิยมกันมากอีกพวกหนึ่งซึ่งอาจสังเกตเห็นได้ชัดเจนจากรสนิยมในการแปลเรื่องของฝรั่งมาเป็นภาษาไทยระยะแรกๆ

16. นวนิยายมหัศจรรย์ (Fantasy Novel) หมายถึง นวนิยายที่มีโครงเรื่องลึกลับตื่นเต้นมหัศจรรย์เกินความจำเป็นทั้งนี้อาจรวมไปถึงจินตนิยาย

17. นวนิยายชีวประวัติ (Biographical Novel) หรือ นวนิยายอัตชีวประวัติ (Autobiographical Novel) หมายถึง นวนิยายที่สร้างตัวละครโดยดัดแปลงมาจากเรื่องราวของตัวบุคคลที่จริง หรือ พยายามสร้างตัวละครให้มีชีวิตสมจริงในรูปของนวนิยาย โดยมุ่งบันทึกพฤติกรรมของตัวเอกในเรื่องเป็นสำคัญ ในบางครั้งผู้แต่งอาจให้ตัวละครนั้นเป็นผู้เล่าเรื่องของตนเองให้ผู้อ่านฟังด้วย

18. นวนิยายราชสำนัก หมายถึง นวนิยายที่ดำเนินเรื่องเกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ หรือ ขุนนางชั้นสูง ซึ่งมีบางคนเรียกว่า “ชนชั้นศักดินา” นั่นเอง นวนิยายแนวนี้เคยเป็นที่นิยมกันมากในหมู่นักอ่านคนไทยสมัยก่อน

19. นวนิยายอิงศาสนา (Moral Novel) คือ นวนิยายที่มุ่งสร้างศีลธรรมอันดีงามให้แก่ผู้อ่านเป็นสำคัญ แต่มิใช่สั่งสอนศาสนาโดยตรงตามแบบของนักเทศน์ หากแต่พยายามนำหลักธรรมคำสอนมาประยุกต์ไว้ในรูปของนวนิยาย

20. นวนิยายครอบครัว (Family Novel) คือ นวนิยายที่แสดงความเป็นอยู่ในชีวิตครอบครัวเป็นพื้นตัวละครมักเป็นผู้มีบทบาทอยู่ภายในบ้าน

LifestyleGuru (2565) ได้แบ่งประเภทของนวนิยายไว้ได้ดังนี้

1. นวนิยายรัก มีความรักเป็นแก่นสำคัญของเรื่อง เป็นอีกแนวที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัย เพราะความรักเป็นสิ่งสากลในความรู้สึกของผู้คนทุกเพศทุกวัย ไม่ว่าจะใครก็เข้าถึงได้ อาจเคยเพื่อฝันหรือมีประสบการณ์จนอ่านแล้วอินกับเรื่องราวทำให้อ่านสนุกยิ่งขึ้น และหลายครั้งก็ช่วยเติมเต็มจินตนาการหวานๆ เกี่ยวกับความรักด้วย แต่นวนิยายรักแบบไม่สมหวังก็มีเช่นกัน

2. นวนิยายแนวแฟนตาซี นิยายแนวนี้มีอีกชื่อเรียกว่านวนิยายจินตนิมิต หมายถึงนิยายที่พูดถึงสิ่งที่ไม่ได้อยู่จริงเป็นธีมหลักหรือแก่นหลักของนิยาย เช่น แดนนรก แดนสวรรค์ การใช้เวทย์มนต์ ปีศาจ สัตว์ในตำนาน ยกตัวอย่างนิยายคือ The Lord of the ring, Game of Thrones เป็นต้น

3. นวนิยายสยองขวัญ มักเกี่ยวข้องกับความลึกลับ เล่นกับเรื่องราวเหนือธรรมชาติที่หาคำตอบทางวิทยาศาสตร์ไม่ได้ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนเกิดความกลัว บรรยากาศภายในเรื่องมักหดหู่ มีดมน ลึกลับ และตัวละครมักต้องเผชิญกับหายนะบางอย่าง

4. นวนิยายนักสืบหรือสืบสวนสอบสวนอาจเรียกอีกชื่อว่าอาชญานิยาย มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับการฆาตกรรม คดีอาชญากรรม เนื้อเรื่องเป็นการดำเนินเรื่องเพื่อคลี่คลายคดี หาตัวคนร้าย

5. นวนิยายวิทยาศาสตร์ เป็นนิยายที่ดำเนินเรื่องอยู่บนสมมติฐานทางวิทยาศาสตร์ โดยวิทยาศาสตร์มักสร้างผลกระทบต่อมนุษยชาติในเรื่อง

6. นวนิยายผจญภัย มีแก่นเรื่องเกี่ยวกับการเดินทางต่อสู้กับอุปสรรคต่างๆ จนกว่าจะบรรลุตามเป้าหมาย

7. นวนิยายจิตวิทยา มีเนื้อหาพูดถึงจิตใจ และอารมณ์ของตัวละครเป็นหลัก

8. นวนิยายกึ่งอัตชีวประวัติ คือเรื่องราวกึ่งชีวิตที่เจ้าของประวัติเขียนเอง

9. นวนิยายกำลังภายใน เป็นนวนิยายจีนที่มีการต่อสู้ด้วยวิทยายุทธ์ต่างๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

10. นวนิยาย Boy love หรือที่เรียกว่า Yaoi เป็นนวนิยายรักประเภทหนึ่ง แต่ได้รับการแยกประเภทออกมาเพราะความนิยมที่มากขึ้นและมีผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม แก่นหลักของเรื่องคือความรักของชายรักชาย ปัจจุบันในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันอ่าน-เขียนนวนิยายออนไลน์มักมีการจัดหมวดหมู่สำหรับประเภทนวนิยายนี้แทบทุกแห่ง และยังมีเว็บไซต์สำหรับนวนิยายแนวนี้โดยเฉพาะ



11. นวนิยาย Girl love หรือที่เรียกว่า Yuri มีลักษณะคล้ายกับนวนิยาย Boy love เพียงแต่เปลี่ยนแก่นหลักของเรื่องเป็นความรักของหญิงรักหญิง มีการจัดหมวดหมู่ของนวนิยายประเภทนี้ตามเว็บไซต์และแอปพลิเคชันอ่าน-เขียนนวนิยายออนไลน์เช่นกัน

12. แฟนฟิคชัน สำหรับเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันอ่าน-เขียนนวนิยายออนไลน์ นี้เป็นประเภทที่ขาดไม่ได้เพราะได้รับความนิยมมาก ผู้แต่งจะนำศิลปิน ดาราที่ชื่นชอบ มาใช้เป็นตัวละครในการดำเนินเรื่อง ซึ่งผู้เขียนมักมีความชื่นชอบศิลปินหรือดารานั้นๆ อยู่แล้วและต้องการสร้างเรื่องราวไว้เผยแพร่กับกลุ่มแฟนคลับศิลปินด้วยกัน จึงเป็นประเภทที่มีกลุ่มผู้อ่านเฉพาะตัว แฟนฟิคชันยังรวมถึงการเขียนนวนิยายโดยใช้ตัวละครหรือฉากต่างๆ จากนวนิยายเรื่องอื่นมาต่อยอดตามจินตนาการที่ต้องการ

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัย พบว่านวนิยายมีหลากหลายประเภทขึ้นอยู่กับการต้องการถ่ายทอดเรื่องราวตามรสนิยมของแต่ละบุคคลทั้งผู้อ่านและผู้เขียน

## 2.2 การทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเกี่ยวกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน และพบว่ามิงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตาราง 2.1 ผลสรุปการทบทวนวรรณกรรมการศึกษางานวิจัย

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย	ทฤษฎีและแนวคิด	ผลการวิจัย
1.	Value-based adoption of e-book subscription services: The roles of environmental concerns and reading habits	Kuo-Lun Hsiao and Chia-Chen Chen Ph.D (2017)	Theory of Reasoned Action (TRA); The Concept of Perceived Value	ความกังวลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและนิสัยการอ่านมีอิทธิพลต่อความตั้งใจผ่านทัศนคติ การรับรู้คุณค่าและทัศนคติส่งผลมีผลต่อคุณค่าตามความมุ่งหมายของการใช้บริการสมัครสมาชิกสำหรับ e-book: บทบาทความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมและนิสัยในการอ่าน

2.	A Model of Consumer Perception and Behavioral Intention for E-Reading	Xiao, et al. (2014)	Behavioral Intention (BI); Structural Equation Modeling (SEM); Technology Acceptance Model (TAM); Theory of Planned Behavior (TPB).	การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ e-book
3.	A study of consumer behavioral intention to use e-books: the Technology Acceptance Model perspective	Wen-Chia Tsai (2012)	Technology Acceptance Model (TAM)	ความไว้วางใจในแบรนด์และการบริการมีผลเชิงบวกอย่างมากต่อทัศนคติต่อการใช้อีบุ๊ก การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกอย่างมากต่อทัศนคติต่อการใช้อีบุ๊ก ทัศนคติต่อการใช้อีบุ๊ก มีผลเชิงบวกอย่างมากต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมในการใช้อีบุ๊ก
4.	Information technology adoption for sustainable development: green e-books as an example	Hsu, et al. (2017)	Theory of Planned Behavior (TPB); Technology Acceptance Model (TAM)	การรับรู้ถึงประโยชน์ ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะใช้อีบุ๊ก ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับ

				ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของ e-book ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อ e-book
5.	The Effect of Omni Channel Marketing on the Online Search Behavior of Jakarta Retail Consumers with Theory of Planned Behavior (TPB) Approach	Regina Eka Riantini (2019)	Theory of Planned Behavior (TPB)	พฤติกรรมการซื้อออนไลน์ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งความตั้งใจนี้เกิดจากการมีทัศนคติที่แปรผันต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม
6.	Factors Influencing E-Book Purchase Intention of Thai Internet User: A Case study of Mobile E-Book Company	Natamon Jiramahapoka and Aaron Loh (2018)	Technology Acceptance Model (TAM)	ผลการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทย ตามมาด้วยตัวแปรการรับรู้ความสนุกสนาน อย่างไรก็ตามราคาที่รับรู้มีผลกระทบต่อผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของไทยน้อยกว่าที่คาดไว้
7.	A Study of Influencing Factors of Thai Consumers' E-Book Purchase Intention	Manatsawee Amonsetthakul (2023) TH	Purchase intentions, Personal factors, Perceived usefulness, Perceived ease	ผู้บริโภคโดยทั่วไปยังตระหนักถึงข้อดีของ eBook ในแง่ของความสะดวก ประหยัดพื้นที่ และเนื้อหาที่หลากหลาย และมีทัศนคติเชิงบวกต่อประสบการณ์ของผู้ใช้ eBook ในแง่ของปัจจัยทาง

			of use, Social factors	สังคม ผู้บริโภคมองว่าการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นเทรนด์การอ่านที่ทันสมัยและรับทราบถึงการมีส่วนร่วมของพวกเขาในการสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคแสดงความสนใจในการซื้อ eBook ยินดีจ่ายเงินและแนะนำให้ผู้อื่นอ่าน
8.	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ลินิน จารุเชียร (2559)	ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาและปัจจัยด้านนักเขียน (ผู้แต่ง/ผู้แปล)
9.	ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์	สุนัดดา ประเสริฐ (2556)	Theory of Planned Behavior (TPB); Theory of Attachment; Theory of Mental Accounting; Theory of Diffusion of Innovations	อารมณ์ ความผูกพันต่อหนังสือสิ่งพิมพ์ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านทางทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือนิยาย อิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับความเข้ากันได้กับรูปแบบพฤติกรรมของผู้อ่านที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์
10.	อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและ บทบาทตัวแปรกำกับด้าน	เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และมณีนยา สายสนิท (2564)	ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology	โดยทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลต่อความตั้งใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แต่ใน

	ประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตั้งใจ ซื้อหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคไทย		Acceptance Model:TAM)	การศึกษานี้วิจัยด้าน ประชากรศาสตร์ที่เป็นตัว แปรกำกับ พบว่า ด้านเพศมี ผลต่อการรับรู้ถึงความสนุก ในการอ่านและการรับรู้ด้าน ราคา ด้านอายุมีผลต่อการรับรู้ ถึงความง่ายการใช้งาน, การ รับรู้ถึงความสนุกในการอ่าน และการรับรู้ด้านราคา นอกจากนี้ด้านระดับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการรับรู้ ด้านราคาเท่านั้น ผลการศึกษา สามารถใช้อธิบายปัจจัยการ ยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ ความตั้งใจซื้อหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนากล ยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจ ประเภทหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ประเทศไทย ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น
11.	Connection between Behavioral Intention, Perceived Usefulness, and perceived Ease of Use for Indonesian Gopay E-Wallet Users	Elza Nur Zaskia, Arinal Muna (2024)	Behavioral Intention, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use; Technology Acceptance Model (TAM)	การรับรู้ความง่ายในการใช้ งาน และ BI มีผลเชิงบวกต่อ การรับรู้ถึงประโยชน์ อย่างมี นัยสำคัญ การรับรู้ความง่ายในการใช้ งาน มีผลเชิงบวกต่อ พฤติกรรมความตั้งใจอย่างมี นัยสำคัญ ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน และ

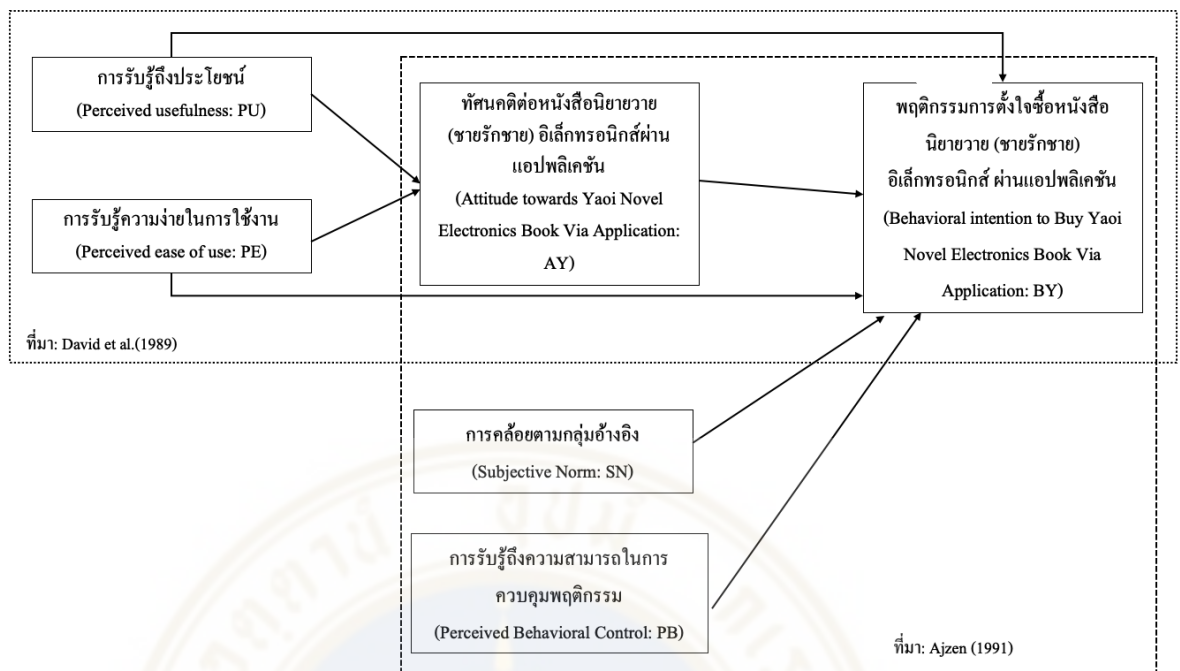
				พฤติกรรมความตั้งใจ เสริมสร้างความสัมพันธ์ ระหว่าง การรับรู้ความง่ายใน การใช้งาน และ การรับรู้ถึง ประโยชน์ ให้แข็งแกร่งขึ้น
12.	การศึกษาปัจจัยที่ ส่งผลต่อความ ตั้งใจในการใช้ E- Book ประกอบการเรียน	กฤษณ์ คง ทวีศักดิ์ (2558)	TRA, TPB, TAM, TAM2, UTAUT	ปัจจัยด้านความคาดหวังใน การใช้งาน ปัจจัยด้านอิทธิพล ทางสังคม และ ปัจจัยด้าน ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความ ตั้งใจในการใช้ E-Book ประกอบการเรียน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลา ดับความสำคัญจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด
13.	การศึกษาปัจจัยที่ มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ หนังสือมังงะ อิเล็กทรอนิกส์(E- Book) ผ่านแอป พลิเคชัน	เจนจิรา กาพนา วงษ์ (2565)		ปัจจัยการต่อต้านนวัตกรรม ปัจจัยความเป็นเจ้าของทาง จิตใจ และปัจจัยด้านคุณค่า ทางด้านอรรถประโยชน์ มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจและ ความตั้งใจซื้อหนังสือมังงะ อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภค อีกทั้งยังพบว่าตัวแปรกำกับ ด้านกระแสรัศมีโลกยังมี อิทธิพลต่อความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยความเป็น เจ้าของทางจิตใจ ความพึง พอใจ และความตั้งใจซื้อ มังงะอิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษางานวิจัยในอดีต (ตามตาราง 2.1) พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หนังสือ และการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยมีการศึกษาในหลายประเทศทั้งได้หวัน จีน อินโดนีเซีย และไทย โดยแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยของงานวิจัยในอดีตนั้นมีความหลากหลายในการเลือกใช้ โดยส่วนใหญ่พบว่าใช้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) และ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ทางผู้วิจัยพบว่างานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่ยังมีช่องว่างเกี่ยวกับหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยจึงคิดว่าควรศึกษาหัวข้อนี้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการทำนียบจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

## 2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการใช้แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) และ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) พบว่าแบบจำลองนี้มีความเหมาะสมในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ทางผู้วิจัยจึงได้สรุปกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework) โดยทำแบบจำลอง Theory of Planned Behavior : TPB และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ดังรูปต่อไปนี้



รูปที่ 2.3 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)

ที่มา : ปรับปรุงจาก ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) (Ajzen (1991))

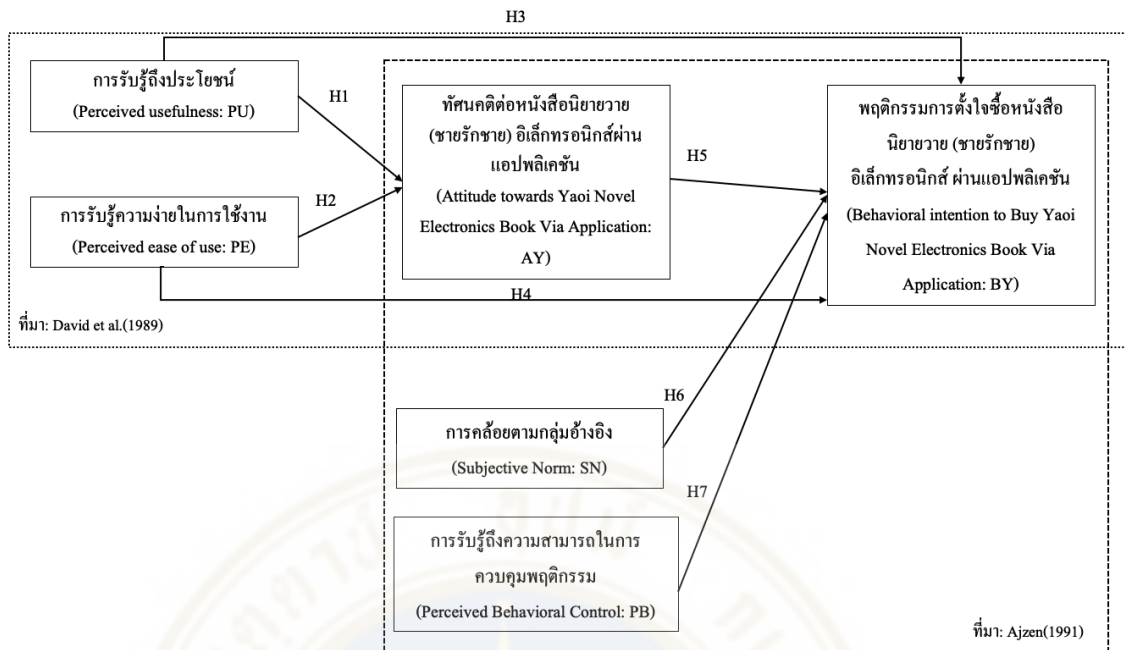
และ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

(David et al.(1989))

## 2.4 สมมติฐานงานวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยทำการประยุกต์ใช้แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยตั้งสมมติฐานของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้





รูปที่ 2.4 แสดงสมมติฐานในการศึกษาวิจัย (Research Assumption)

สมมติฐานที่ 1 (H1) : การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 2 (H2) : การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติ (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 3 (H3): การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 4 (H4): การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 5 (H5) : ทัศนคติ (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 6 (H6) : การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 7 (H7) : การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

## 2.5 บทสรุป

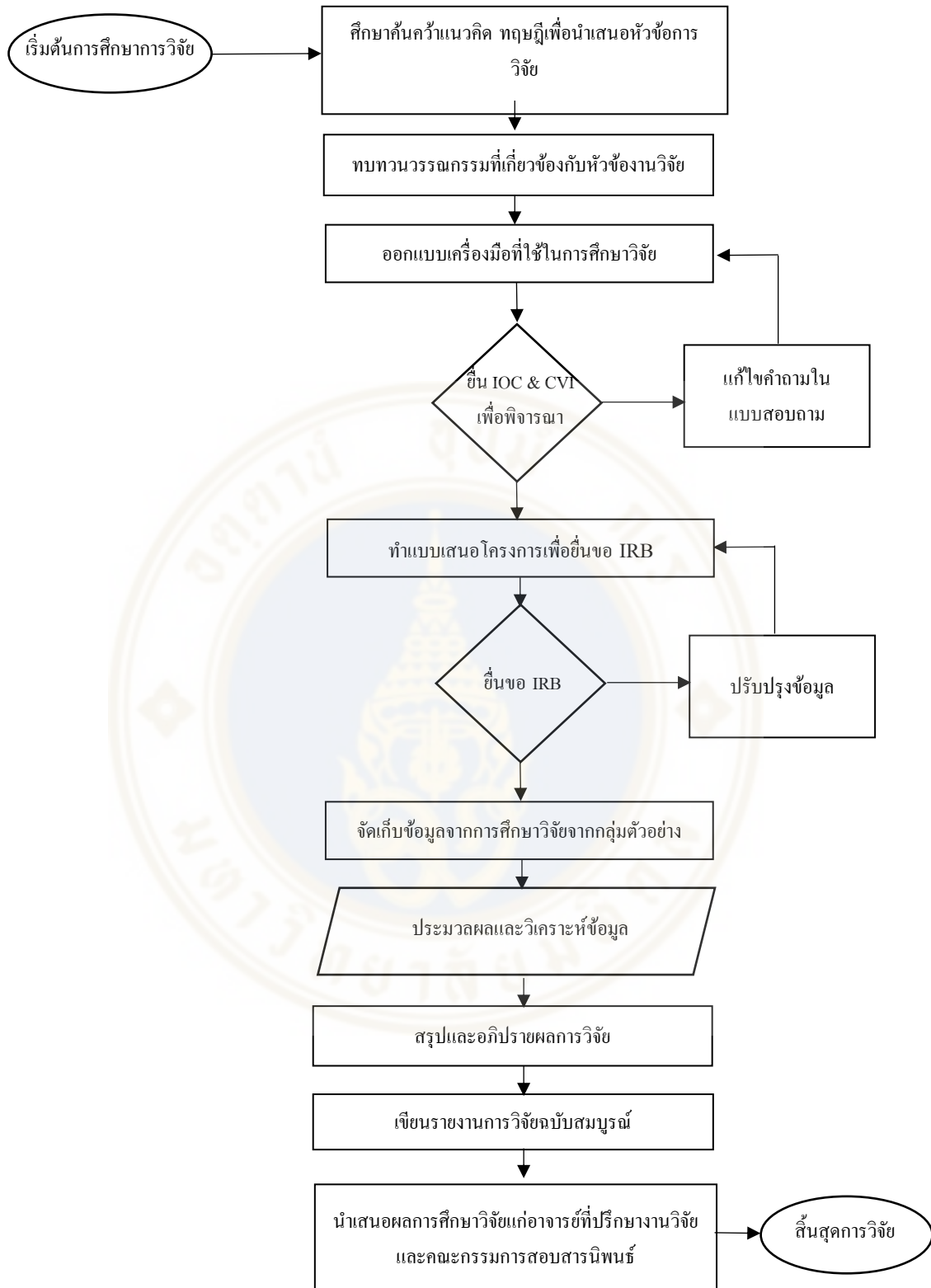
งานวิจัยในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) โดย Ajzen (1991) และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานของงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness: PU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน(Perceived ease of use: PE) ทักษะที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Attitude towards Yaoi Novel Electronics Book Via Application: AYEB) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm: SN) การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral intention to buy Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYEB) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทบทวนวรรณกรรมในอดีตและพบช่องว่างเกี่ยวกับหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ทางผู้วิจัยมองว่างานวิจัยในครั้งนี้เป็นโอกาสอันดีที่จะได้ศึกษาเพิ่มพูนองค์ความรู้เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

### บทที่ 3

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน โดยผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีของนักวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ตลอดจนใช้ในการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานศึกษาวิจัยดังนี้

- 3.1 รูปแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
  - 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
  - 3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)
- 3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย
- 3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนดำเนินงาน โครงการวิจัย
- 3.9 บทสรุป



รูปที่ 3.1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

### 3.1 รูปแบบงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน เป็นการใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งในการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือ “แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire)” โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้การเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

### 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.2.1 การกำหนดกลุ่มประชากร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 54) จึงได้ใช้กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ตามสูตรคำนวณดังนี้

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

- เมื่อ
- n คือ จำนวนตัวอย่างประชากร (หน่วยนับเป็นคน)
  - p คือ สัดส่วนที่ผู้วิจัยกำหนด ในที่นี้กำหนดไว้ที่ 50%
  - Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 1.96
  - e คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5

จากสูตรแทนค่า

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times (1-0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำโดยประมาณเท่ากับ 385 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลและสำรองความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูล จึงจะทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ในการทำแบบสอบถาม

### 3.2.2 เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้การเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

1. ผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป
2. เป็นผู้ที่เคยซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน
3. ผู้เข้าร่วมวิจัยยินยอมเข้าร่วมวิจัย

### 3.2.4 เกณฑ์ในการคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัย (Exclusion Criteria)

1. ผู้เข้าร่วมวิจัยถอนตัวระหว่างการเก็บข้อมูล

## 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) รูปแบบคำถามลักษณะปลายปิด (close-ended questions) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการออกแบบแบบสอบถามนั้นจะมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

ตาราง 3.1 ตารางแสดงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ชนิดของตัวแปร	ชื่อตัวแปร
ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PE) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness: PU) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm: SN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PB)
ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable)	ทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Attitude towards Yaoi Novel Electronics Book Via Application: AY)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	พฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral intention to buy Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BY)
--------------------------------	--

### 3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้รวบรวมจากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามว่าตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยกำหนดไว้หรือไม่

1.1 ท่านเคยซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันหรือไม่

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2.2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

2.3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

2.4 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลข้อคำถามการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จำนวน 8 ข้อ

ตาราง 3.2 ข้อคำถามงานวิจัยส่วนที่ 3

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำถาม	มาตรการวัด	ปรับปรุงจาก
การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness: PU)	PU1	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย)ช่วยให้ท่านสะดวกในการพกพามากขึ้น	วัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale)	เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณีญา สายสนิท (2565)

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำถาม	มาตราการวัด	ปรับปรุงจาก
	PU2	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านค้นหาหนังสือนิยายนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ง่ายและสอดคล้องกับความสนใจของท่าน		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
	PU3	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านประหยัดเวลามากขึ้นในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย)		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
	PU4	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ช่วยให้ท่านประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บมากขึ้น		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PE)	PE1	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)	วัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale)	เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)



ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำถาม	มาตราการวัด	ปรับปรุงจาก
	PE2	ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
	PE3	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
	PE4	ท่านสามารถเริ่มต้นใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ โดยไม่ต้องอ่านคำแนะนำการใช้งาน		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลข้อคำถามปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จำนวน 10 ข้อ

**ตาราง 3.3** ข้อคำถามงานวิจัยส่วนที่ 4

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำถาม	มาตราการวัด	ปรับปรุงจาก
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm: SN)	SN1	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน	วัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale)	กฤษณ์ กงทวีศักดิ์ (2558)

		แอปพลิเคชันเพราะเพื่อนของท่านแนะนำ		
	SN2	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะคนใกล้ชิดของท่านแนะนำ		กฤษฎณ์ คงทวีศักดิ์ (2558)
	SN3	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันโดยพิจารณาจากรีวิวที่ได้อ่าน		กฤษฎณ์ คงทวีศักดิ์ (2558)
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PB)	PB1	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากแอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	วัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale)	เจนจิรา กาพनावงษ์ (2565)
	PB2	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่องทางการชำระเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น		เจนจิรา กาพनावงษ์ (2565)
ทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)	AY1	ท่านรู้สึกดีต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)	วัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale)	ศุภนัฏดา ประเสริฐ (2556)

อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน (Attitude towards Yaoi Novel Electronics Book Via Application: AY)		อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชัน		
	AY2	ท่านเลือกซื้อหนังสือ นิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชันจากปกที่ ท่านสนใจ		ลินิน จารุเชียร (2559)
	AY3	ท่านเลือกซื้อหนังสือ นิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชันจาก นักเขียนที่ท่านชื่นชอบ		ลินิน จารุเชียร (2559)
	AY4	ท่านเลือกซื้อหนังสือ นิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชันจาก สำนักพิมพ์ที่ท่านชื่นชอบ		ลินิน จารุเชียร (2559)
	AY5	เพื่อลดปัญหา สิ่งแวคล้อมท่านจึง เลือกซื้อหนังสือนิยาย วาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชัน		เจนจิรา กาพนา วงษ์ (2565)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลข้อความพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 3 ข้อ

ตาราง 3.4 ข้อคำถามงานวิจัยส่วนที่ 5

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำถาม	มาตราการวัด	ปรับปรุงจาก
พฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	BY1	ท่านสนใจที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	วัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale)	เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral intention to buy Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYEB)	BY2	ท่านไม่ลังเลที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)
	BY3	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ		เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2565)

โดยคำถามในแบบสอบถามจะมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูล ด้านปัจจัยเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ในการซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ด้านพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำถามทั้งหมด 21 ข้อ แต่ละข้อมีเกณฑ์การให้คะแนนทั้งหมด 5 ระดับตามหลักของ Likert's scale (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 3.5 ระดับความพึงพอใจตามหลัก Likert's scale 5 ระดับ

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ใช้เกณฑ์การประเมินผล เพื่อการแปลข้อมูล โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) เพื่อหาค่าดังนี้

$$\text{มาตรฐานประเมินค่า} = \frac{\text{ค่าสูงสุดในช่วงคะแนน} - \text{ค่าต่ำสุดในช่วงคะแนน}}{\text{ช่วงคะแนนที่ต้องการแปลผล}}$$

$$\begin{aligned} \text{มาตรฐานประเมินค่า} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ตาราง 3.6 เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยคะแนน

ระดับคะแนน	การแปลผล
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

### 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อให้มั่นใจได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความเที่ยงตรง และน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ที่นำมาใช้ในแบบสอบถามดังต่อไปนี้

#### 3.5.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ผศ. ดร. กิตติชัย ราชมหา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความสอดคล้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม (Content Validity) และ โครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) รวมถึงได้มีการนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านทำการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Item Objective Congruence; IOC) โดยมีการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence; IOC) และค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index หรือ CVI) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence; IOC)

การวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาทำได้โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อประเมินข้อคำถามที่ใช้ว่ามีความสอดคล้องกับหัวข้อของการศึกษาวิจัยหรือไม่ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ ,2563)

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

โดยที่ IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ซึ่งหลักเกณฑ์ในการตัดสินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ มีดังนี้

ถ้า  $IOC > 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ถ้า  $IOC \leq 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

### 2. ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index หรือ CVI)

ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อประเมินความชัดเจนด้านภาษาที่ใช้ ความสอดคล้องตามหัวข้อที่ต้องการจะศึกษาวิจัย โดยค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยที่ยอมรับได้คือ 0.80 โดยสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (จรวาย สุวรรณบำรุง, 2563)

$$CVI = \frac{\text{จำนวนคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน 3 และ 4 คน}}{\text{จำนวนคำถามทั้งหมด}}$$

### 3.5.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบนำร่องกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำผลที่ได้มาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient:  $\alpha$ ) ซึ่งค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) ที่ได้มากกว่า 0.7 ขึ้นไปถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยได้ (Cronbach, 1984)

## 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จะนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งมีการวิเคราะห์ 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable)

### 3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

3.6.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ว่าตัวแปรใดที่มีความสัมพันธ์ต่อกันและมีความสัมพันธ์ต่อกันมากหรือน้อย เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรและลดจำนวนของตัวแปรลง ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม SPSS มีการพิจารณาองค์ประกอบ ดังนี้

1. ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy) และ Bartlett's Test ใช้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่า KMO ควรมีค่ามากกว่า 0.5 และ ค่า Bartlett's test ต้องมีค่า P (P-Value) น้อยกว่า 0.05 เพื่อปฏิเสธสมมุติฐานศูนย์ (Null Hypothesis)

2. ค่าความร่วมกัน (Communality) ใช้เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรแต่ละตัวนั้นสามารถรวมกลุ่มกันได้หรือไม่ ค่าค่าความร่วมกันควรมีค่ามากกว่า 0.5

3. Eigen Value ใช้เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรที่สามารถรวมกลุ่มกันได้นั้นสามารถรวมกันได้กี่กลุ่ม โดยมีเกณฑ์ว่าค่า Eigen Value ต้องมีค่ามากกว่า 1 จึงจะยอมรับผลการจัดกลุ่มนั้นได้

4. ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) คือค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรที่มีต่อองค์ประกอบนั้น โดยแต่ละตัวแปรควรมีค่า Factor Loading 0.3 ขึ้นไป

5. การหมุนแกน (Factor Rotating) ใช้เมื่อตัวแปรมีการจัดกลุ่มที่ซ้ำซ้อนกัน (Cross Loading) ทำให้ตีความยาก จึงต้องปรับให้จัดกลุ่มง่ายขึ้น ไม่ซ้ำซ้อนและแปลความหมายถูกต้อง สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การหมุนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) คือการหมุนที่ยังให้แกนองค์ประกอบตั้งฉากกันหรือเป็นอิสระต่อกัน และการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) คือการหมุนแกนที่องค์ประกอบไม่ต้องตั้งฉากกันหรือองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน

3.6.2.2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการศึกษาความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 95%

### 3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญในการเก็บรักษาความลับของผู้เข้าร่วมวิจัย โดยทางผู้ทำการวิจัยได้มีมาตรการในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของกลุ่มผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์ซึ่งจะไม่มีเปิดเผยชื่อ-นามสกุล ของผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามงานวิจัย รวมถึงข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สำหรับข้อมูลทั้งหมดจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะถูกใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการองค์กรธุรกิจ ภาคเอกชน ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น นอกจากนี้ทางผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรักษาเอกสาร ไฟล์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่มีการตั้งรหัสผ่านที่จะมีเพียงผู้วิจัยเท่านั้นที่ทราบ เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยและภายหลังการศึกษาวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นระยะเวลา 6 เดือน เพื่อใช้ในกรณีที่มีการแก้ไขหรือทบทวนผลการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งหลังจากสิ้นสุดแล้ว งานวิจัยทั้งหมดจะถูกลบทิ้งเพื่อเป็นการป้องกันความลับของผู้เข้าร่วมวิจัย



### 3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนดำเนินงานโครงการวิจัย

กิจกรรมและแผนการดำเนินงานวิจัย	เดือน (พ.ศ. 2567)									
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง										
นำเสนอหัวข้องานวิจัยกับอาจารย์ที่ปรึกษา										
นำเสนอกรอบงานวิจัยกับอาจารย์ที่ปรึกษา										
ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้องานวิจัย										
สร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย										
ทดสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย										
เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง										
วิเคราะห์ข้อมูล										
เขียนรายงานและจัดทำรูปเล่มฉบับสมบูรณ์										
นำเสนองานวิจัยกับอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบ										

### 3.9 บทสรุป

งานวิจัยในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันนั้นเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วนหลัก ได้แก่ คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม , ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม , ข้อมูลด้านปัจจัยเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน, ข้อมูลด้านการรับรู้ในการซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน และข้อมูลด้านพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งก่อนจะนำเครื่องมือดังกล่าวไปใช้งานจริงต้องมีการพิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามและในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติ 3 ประเภทได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics), การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple

Regression Analysis : MRA) ซึ่งผู้วิจัยมีแผนการดำเนินงานวิจัยโดยมีกรอบเวลาในการศึกษาเป็นระยะเวลา 7 เดือนตั้งแต่ มกราคม พ.ศ.2567 จนถึงตุลาคม พ.ศ.2567 มีการดำเนินมาตรการป้องกันความลับของผู้เข้าร่วมการวิจัยตามหลักที่กำหนดไว้



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) และมีผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 450 คน จากจำนวนดังกล่าวมีผู้ที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองความเหมาะสมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 413 คน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และได้นำข้อมูลมาศึกษาตามระเบียบการวิจัยด้วยการประมวลผลผ่าน Statistical Package for the Social Science หรือ SPSS และ โปรแกรมการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ได้ผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)
  - 4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)
- 4.4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)
  - 4.4.1 การนำเสนอสมการความสัมพันธ์รูปเชิงเส้นตรง
  - 4.4.2 การทดสอบตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)
  - 4.4.3 การทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic)
  - 4.4.4 การทดสอบความเป็นอิสระจากกันของค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error)
  - 4.4.5 การทดสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Multicollinearity)
- 4.5 บทสรุป

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้อธิบายในลักษณะของข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผลการศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 413) ดังนี้

ตาราง 4.1 ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1.หญิง	328	79.42
2.ชาย	25	6.05
3.เพศทางเลือก	60	14.53
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 413 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 79.42 รองลงมาคือเพศทางเลือก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.53 และเพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 ตามลำดับ

ตาราง 4.2 ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. 20-29 ปี	236	57.14
2. 30-39 ปี	158	38.26
3. 40-49 ปี	16	3.87
4. 50-59 ปี	3	0.73
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 38.26 โดยที่อายุระหว่าง 40-49 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.87 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50-59 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.73

**ตาราง 4.3** ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	14.04
2. ปริญญาตรี	296	71.67
3. ปริญญาโท	58	14.04
4. สูงกว่าปริญญาโท	1	0.25
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 71.67 รองลงมามีค่าเท่ากันคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาโท จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.04 และสูงกว่าปริญญาโทมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

**ตาราง 4.4** ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. พนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน	197	47.70
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	90	21.80
3. ธุรกิจส่วนตัว	63	15.25
4. อื่นๆ	63	15.25
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่า อาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 ธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ต่อกลุ่มตัวอย่าง

**ตาราง 4.5** ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	80	19.37
15,001-25,000 บาท	137	33.17
25,001-35,000 บาท	103	24.94
35,001-45,000 บาท	39	9.44
45,001-50,000 บาท	19	4.60
50,001 บาทขึ้นไป	35	8.48
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 33.17 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 29.94 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.37 มีรายได้ระหว่าง 35,001-45,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.44 มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.48 และ มีรายได้ระหว่าง 45,001-50,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 ตามลำดับ

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้หลักเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อใช้ในการจัดระดับของค่าเฉลี่ยที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ที่อ้างอิงในบทที่ 3 (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) โดยจากการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) และค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าข้อคำถามทั้ง 21 ข้อ ผ่านเกณฑ์การประเมินข้างต้นทั้ง 21 ข้อคำถาม และในส่วนของ การแปลความหมายของข้อคำถามในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ถึงประโยชน์

Descriptive Statistics			
คำถาม	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ช่วยให้ท่านสะดวกในการพกพามากขึ้น	4.67	0.53	มากที่สุด
การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านค้นหาหนังสือนิยายนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ง่ายและสอดคล้องกับความสนใจของท่าน	4.48	0.68	มากที่สุด
การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านประหยัดเวลามากขึ้นในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย)	4.17	0.95	มาก
การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ช่วยให้ท่านประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บมากขึ้น	4.46	0.76	มากที่สุด
รวม	4.44	0.56	มากที่สุด

จากตาราง 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของการรับรู้ถึงประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ช่วยให้ท่านสะดวกในการพกพามากขึ้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.538 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อคำถามทั้ง 4 ข้อ

ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

Descriptive Statistics			
คำถาม	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)	4.54	0.63	มากที่สุด
ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)	4.50	0.67	มากที่สุด
เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4.61	0.59	มากที่สุด
ท่านสามารถเริ่มต้นใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้โดยไม่ต้องอ่านคำแนะนำการใช้งาน	4.32	0.79	มากที่สุด
รวม	4.49	0.55	มากที่สุด

จากตาราง 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อคำถามทั้ง 4 ข้อ



ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง

Descriptive Statistics			
คำถาม	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะเพื่อนของท่านแนะนำ	3.38	1.18	ปานกลาง
ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะคนใกล้ชิดของท่านแนะนำ	3.31	1.22	ปานกลาง
ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันโดยพิจารณาจากรีวิวที่ได้อ่าน	4.24	0.86	มากที่สุด
รวม	3.64	0.93	ปานกลาง

จากตาราง 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันโดยพิจารณาจากรีวิวที่ได้อ่านซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

Descriptive Statistics			
คำถาม	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากแอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	4.66	0.60	มากที่สุด
ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่องทางการชำระเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	4.75	0.48	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.70</b>	<b>0.49</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่องทางการชำระเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อคำถามทั้ง 2 ข้อ

**ตาราง 4.10** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

Descriptive Statistics			
คำถาม	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
ท่านรู้สึกดีต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4.34	0.72	มากที่สุด
ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากปกติที่ท่านสนใจ	3.74	1.14	มาก
ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากนักเขียนที่ท่านชื่นชอบ	4.21	0.81	มากที่สุด
ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากสำนักพิมพ์ที่ท่านชื่นชอบ	3.44	1.09	มาก
เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมท่านจึงเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	3.65	1.09	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านรู้สึกดีต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ

**ตาราง 4.11** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

Descriptive Statistics			
คำถาม	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
ท่านสนใจที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4.40	0.70	มากที่สุด
ท่านไม่ลังเลที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4.07	0.92	มาก
ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ	3.89	1.02	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสนใจที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยเพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์ต่อกันมาก โดยเริ่มจากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มา มีความสัมพันธ์กันเพียงพอหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูลด้วยค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test)

##### 4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) เพื่อทำการจัดกลุ่มความสัมพันธ์ใหม่ว่าตัวแปรสังเกตได้ตัวแปรใดบ้างที่ควรจัดอยู่ในปัจจัยเดียวกัน เพื่อให้

ได้ปัจจัยใหม่ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดจากการรวบรวมแบบสอบถาม โดยเริ่มจากการพิจารณา ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test)

ตาราง 4.12 ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.892
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4406.634
	df	210
	Sig.	.000

ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO) มีค่าเท่ากับ 0.892 ซึ่งมากกว่า 0.5 ( $KMO > 0.5$ ) สามารถแปลความหมายได้ว่าเหมาะสมดีมากที่สุดที่จะวิเคราะห์ปัจจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่าค่าสถิติ Chi-Square ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 4406.634 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่า Sig. (P-Value) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ( $P\text{-Value} < 0.05$ ) แสดงว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้

ตาราง 4.13 ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) หลังหมุนแกน Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
BY1	.854			
BY2	.754			
BY3	.677			
AY1	.662			
PU4	.605			
PU2	.600			
PU3	.575			
PU1	.541		.510	
AY5	.468			
SN3	.437	.360	.372	

SN2		.832		
SN1		.819		
AY4		.754		
AY2		.600		
AY3		.596		
PB2			.791	
PB1			.788	
PE4				.738
PE3			.395	.665
PE2			.489	.596
PE1	.360		.426	.540

จากตาราง 4.13 จากการหมุนแกนแบบ Varimax สามารถจัดกลุ่มปัจจัยได้ใหม่ดังนี้

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปรด้านพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (BY1,BY2,BY3) จำนวน 3 ตัวแปร ทักษะคิดที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (AY1,AY5) 2 ตัวแปร การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU4,PU2,PU3,PU1) 4 ตัวแปร และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN3) 1 ตัวแปร ทำให้สามารถจัดกลุ่มและกำหนดชื่อใหม่ให้ปัจจัยกลุ่มที่ 1 คือ พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application)

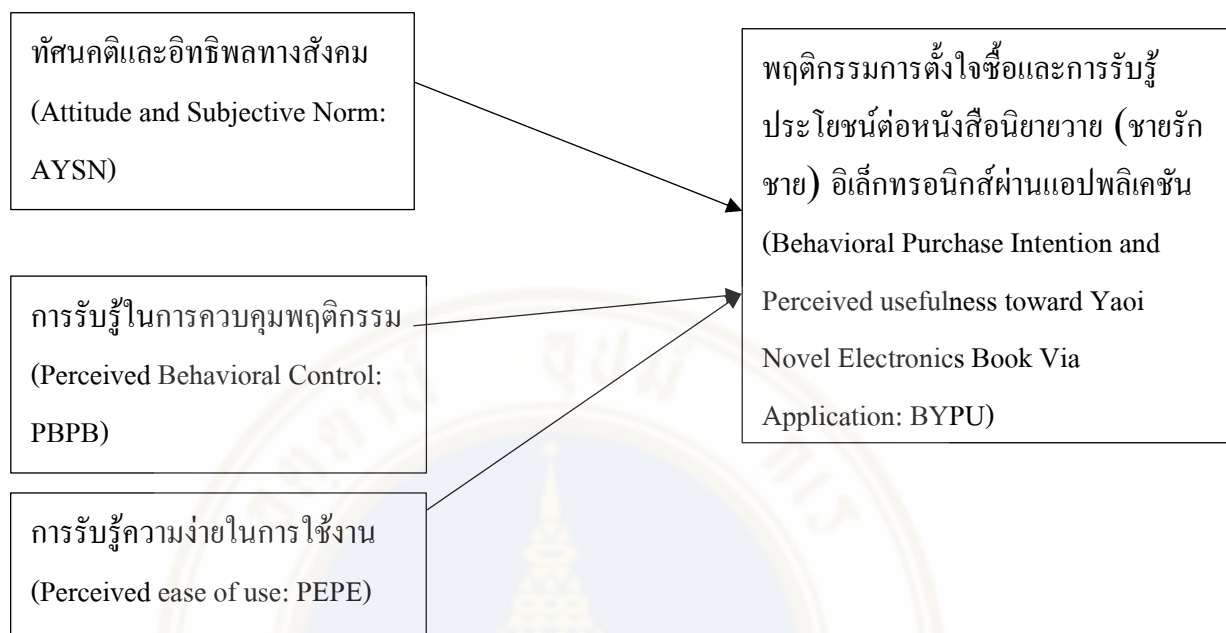
ปัจจัยกลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 2 ตัวแปร (SN2 ,SN1) และทักษะคิดที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (AY4, AY2, AY3) 3 ตัวแปร กำหนดชื่อใหม่ให้ปัจจัยกลุ่มที่ 2 คือ ทักษะคิดและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm)

ปัจจัยกลุ่มที่ 3 ประกอบด้วย การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 2 ตัวแปร (PB2, PB1) กำหนดชื่อใหม่ให้ปัจจัยกลุ่มที่ 3 คือ การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

ปัจจัยกลุ่มที่ 4 ประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 4 ตัวแปร (PE4, PE3, PE2, PE1) กำหนดชื่อใหม่ให้ปัจจัยกลุ่มที่ 4 คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)

หลังจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่าชื่อคำถามที่เป็นตัวแปรได้สามารถจัดกลุ่มความสัมพันธ์ใหม่ ซึ่งไม่ตรงกับกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework) ที่ได้มีการอ้างอิงไว้ในบทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยจึงปรับปรุงและนำเสนอกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยใหม่ (Modified Conceptual Framework) ดังนี้



รูปที่ 4.1 รูปภาพแสดงการปรับปรุงกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework)

จากรูปที่ 4.1 ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยใหม่ตามกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยใหม่ที่ปรับปรุงผลจากการวิเคราะห์ปัจจัย ดังตาราง 4.13

สมมติฐานที่ 1: ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm: AYSN) ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYPU)

H0: ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBPB) ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYPU)

H0: การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 3: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PEPE) ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYPU)

H0: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

#### 4.4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

จากการปรับปรุงกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework) และตั้งสมมติฐานในการวิจัยใหม่จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Analysis: EFA) ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ด้วยวิธี Enter

ซึ่งผู้วิจัยต้องทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และสรุปผลการทดสอบว่าควรมีตัวแปรอิสระใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานผ่านค่าสถิติ F-test และค่า t-test (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2564)

##### 4.4.1 การนำเสนอสมการความสัมพันธ์รูปเชิงเส้นตรง

ตาราง 4.14 แสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.719 <sup>a</sup>	.517	.513	.39179	1.894

a. Predictors: (Constant), PEPE, AYSN, PBPB

b. Dependent Variable: BYPU



จากการวิเคราะห์โดยวิธีการถดถอยเชิงพหุคูณด้วยวิธี Enter พบว่าค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.516 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวมีความแม่นยำในการพยากรณ์ตัวแปรตาม ร้อยละ 51.3

**ตาราง 4.15** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.162	3	22.387	145.848	.000 <sup>b</sup>
	Residual	62.780	409	.153		
	Total	129.942	412			

a. Dependent Variable: BYPU

b. Predictors: (Constant), PEPE, AYSN, PBPB

จากตาราง 4.15 เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวซึ่งสามารถตั้งสมมติฐานรวมของสมการถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

H0: ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: ตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

จากค่า Sig. ของค่าสถิติ F-test เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐาน H0 โดยยอมรับ H1 กล่าวคือ ตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

**ตาราง 4.16** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.555	.208		2.673	.008
	AYSN	.264	.024	.393	11.145	.000
	PBPB	.141	.045	.123	3.162	.002
	PEPE	.460	.040	.452	11.414	.000

a. Dependent Variable: BYPU

จากตาราง 4.16 พิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวได้จากการวิเคราะห์ค่า  
นัยสำคัญทางสถิติสามารถสรุปผลและแปลความหมายจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ได้  
ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ทศนคติและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm: AYSN)  
ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)  
อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward  
Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYPU)

H0: ทศนคติและอิทธิพลทางสังคมไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้  
ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: ทศนคติและอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้  
ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

จากค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  
(H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ทศนคติและอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรม  
การตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control:  
PBPB) ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)

อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYPU)

H0: การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

จากค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 3: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PEPE) ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application: BYPU)

H0: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

H1: การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

จากค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปสมการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในรูปแบบสมการเชิงเส้น โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Standardized Coefficients: Beta) จากตาราง 4.16 ได้ดังนี้

$$Y = 0.26 (AYSN) + 0.14 (PBPB) + 0.46 (PEPE)$$

จากการทดสอบพบว่า มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ทศคติและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm) การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) นั้นมีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention

and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application) นั้นสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ ปัจจัยแต่ละด้านมีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน จึงถือว่าเป็นโมเดลสุดท้าย (Final Model) ของการศึกษาวิจัยนี้

#### 4.4.2 การทดสอบตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)

ตาราง 4.17 การทดสอบค่าโคโมโกรอฟ สเมอ์รโนฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BYPU	AYSN	PBPB	PEPE
N		413	413	413	413
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	4.2390	3.6145	4.7046	4.4933
	Std. Deviation	.56160	.83560	.49010	.55174
Most Extreme Differences	Absolute	.098	.068	.407	.217
	Positive	.088	.068	.273	.179
	Negative	-.098	-.063	-.407	-.217
Test Statistic		.098	.068	.407	.217
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>

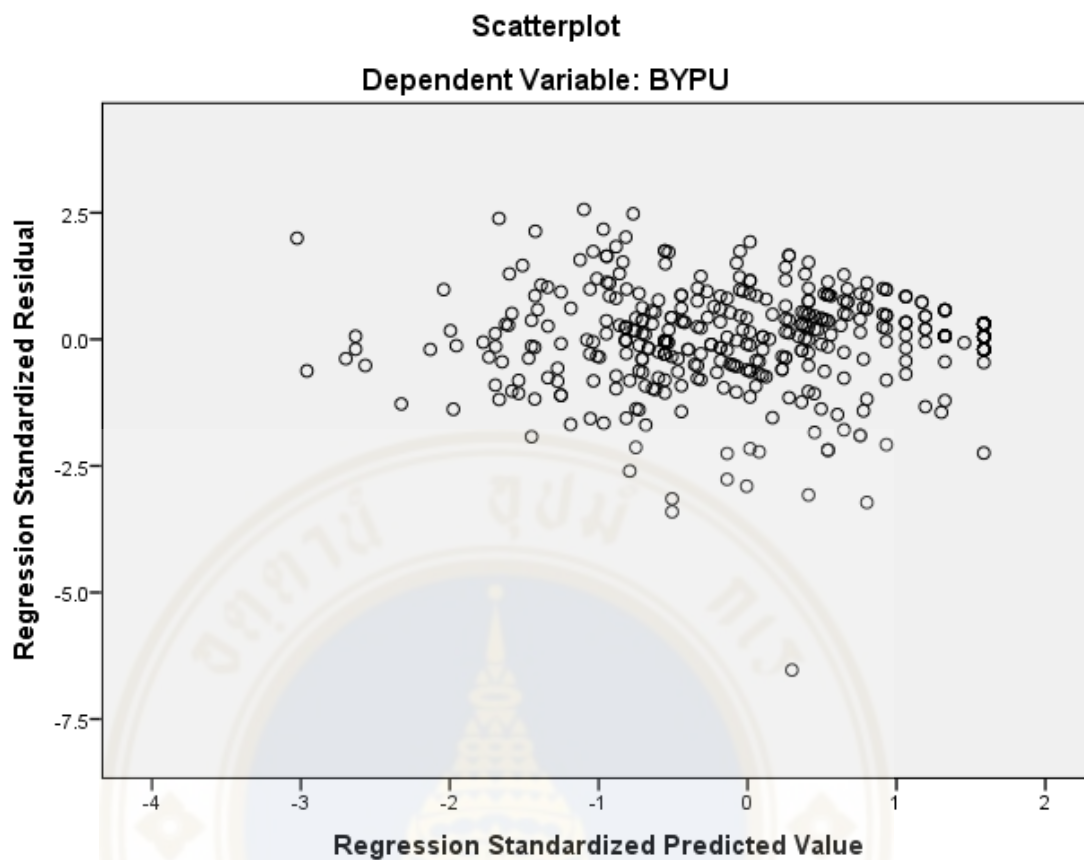
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

จากตาราง 4.17 การทดสอบค่าโคโมโกรอฟ สเมอ์รโนฟใช้เป็นค่าสถิติสำหรับทดสอบการแจกแจงประชากร โดยมีระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลที่ได้คือค่า P-value หรือค่า Sig. ของตัวแปรทุกตัวเท่ากับ 0.00 จึงสามารถสรุปได้ว่าประชากรที่ใช้ในงานวิจัยทั้งหมด 413 ตัวอย่างนั้นไม่มีการแจกแจงแบบปกติ

#### 4.4.3 การทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic)



รูปที่ 4.2 การทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่โดยใช้ Scatterplot

จากรูปที่ 4.2 พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในช่วงระหว่าง  $\pm 2.5$  และมีค่าความกระจายตัวแบบสุ่ม จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่

#### 4.4.4 การทดสอบความเป็นอิสระจากกันของค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error)

ตาราง 4.18 ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.719 <sup>a</sup>	.517	.513	.39179	1.894

a. Predictors: (Constant), PEPE, AYSN, PBPB

b. Dependent Variable: BYPU

จากตาราง 4.18 พบว่า ค่า Durbin-Watson เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร พบว่าค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.894 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก หรือ  $H_0$  คือ มีค่าความคลาดเคลื่อนที่เป็นอิสระต่อกัน และไม่ก่อให้เกิดปัญหา Autocorrelation

#### 4.4.5 การทดสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Multicollinearity)

ตาราง 4.19 การทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	AYSN	950	1.052
	PBPB	778	1.285
	PEPE	755	1.325

a. Dependent Variable: BYPU

จากตาราง 4.19 พบว่าค่า Tolerance ของทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm:AYSN) มีค่าเท่ากับ 0.95 การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBPB) มีค่าเท่ากับ 0.77 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PEPE) มีค่าเท่ากับ 0.75 ซึ่งค่า Tolerance ของทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าเข้าใกล้ 1 หรือมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ และตัวแปรแต่ละตัวไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity สำหรับค่า Variance Inflation Factor ปัจจัยด้านทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm:AYSN) มีค่าเท่ากับ 1.05 การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBPB) มีค่าเท่ากับ 1.28 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PEPE) มีค่าเท่ากับ 1.32 ถือว่ายอมรับได้ โดยทุกตัวแปรมีค่า Variance Inflation Factor น้อยกว่า 0 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกันไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity

#### 4.5 บทสรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือห้างร้านของเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-25,000 บาท การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันและปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การควบคุมพฤติกรรม และทัศนคติ มีค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์มากและมากที่สุด การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) มีการจัดกลุ่มตัวแปรใหม่เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม 2) การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม 3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ 4) พฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (MRA) ผลวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ยังมีการทดสอบค่าต่างๆ เพิ่มเติมเพื่อให้มั่นใจความถูกต้องของการวิเคราะห์ ได้แก่ การทดสอบ Normality, Homoscedasticity และ Multicollinearity

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลอภิปรายการวิจัย และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย

##### 5.1.1 สรุปสรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการศึกษา

#### 5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยและข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

#### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

### 5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย

#### 5.1.1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.1.1 ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 413 คน จำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 79.42 จำแนกตามช่วงอายุส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 จำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 71.67 จำแนกตามอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือห้างร้านของเอกชน จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ ระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 33.17

5.1.1.2 ลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 413 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าการใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรัก



ชาย) ช่วยให้เห็นสะดวกในการพกพามากขึ้น เห็นด้วยมากที่สุดกับการรับรู้ความง่ายการใช้งาน โดยเห็นว่าเป็นเรื่องง่ายที่จะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยเห็นว่าซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยพิจารณาจากรีวิวที่ได้อ่าน กลุ่มตัวอย่างเห็นอย่างมากที่สุดด้วยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยเห็นว่า จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่องทางการชำระเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับเห็นด้วยโดยเห็นว่ารู้สึกดีต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน และกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มอยู่ในระดับมากที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

### 5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ทำให้สามารถจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ซึ่งสามารถตั้งสมมติฐานใหม่ (อ้างอิงจากบทที่ 4) และวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตาม ตาราง 5.1 ดังนี้

**ตาราง 5.1** แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Behavioral Purchase Intention and Perceived usefulness toward Yaoi Novel Electronics Book Via Application)	ผลการทดสอบ
1	ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม (Attitude and Subjective Norm)	ยอมรับสมมติฐาน
2	การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)	ยอมรับสมมติฐาน
3	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PE)	ยอมรับสมมติฐาน

จากตาราง 5.1 สรุปได้ว่าทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

## 5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยและข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

### 5.2.1 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

หลังจากทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 3 ข้อ ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบ โดยเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ซึ่งสามารถแบ่งการอภิปรายผลการศึกษาวิจัยได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้า และผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้า เพื่อทำไปสู่ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการต่อไป

ตาราง 5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 1 ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	ส่งผลบวก อย่างมีนัยสำคัญ	Xiao, et al. (2014), Wen-Chia Tsai (2012), Hsu, et al. (2017), Regina Eka Riantini (2019), Natamon Jiramahapoka and Aaron Loh (2018), Manatsawee Amonsetthakul (2023), สุนัดดา ประเสริฐ (2556), เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ มณียา สายสนิท (2564)	-

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและ การรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอป ฟลิเคชั่น	ส่งผลบวก อย่างมีนัยสำคัญ	Hsu, et al. (2017), Regina Eka Riantini (2019)	-
สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผล ต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรัก ชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปฟลิเคชั่น	ส่งผลบวก อย่างมีนัยสำคัญ	Xiao, et al. (2014), Elza Nur Zaskia, Arinal Muna (2024)	-

จากตาราง 5.2 ผลการศึกษาสมมติฐานที่ 1 พบว่าทัศนคติและอิทธิพลทางสังคมนั้นมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปฟลิเคชั่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าของ Xiao, et al. (2014) ที่ศึกษาศึกษาถึงทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่าส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ e-book Wen-Chia Tsai (2012) ที่ศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกอย่างมากต่อทัศนคติและทัศนคติต่อการใช้อีบุ๊ก มีผลเชิงบวกอย่างมากต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมในการใช้อีบุ๊กงานวิจัยของ Hsu, et al. (2017) การรับรู้ถึงประโยชน์ ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะซื้อ e-book งานวิจัยของ Regina Eka Riantini (2019) ศึกษาพฤติกรรมซื้อออนไลน์ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งความตั้งใจนี้เกิดจากการมีทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง งานวิจัยของ Natamon Jiramahapoka and Aaron Loh (2018) ทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทยในการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยของ Manatsawee Amonsetthakul (2023) พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวก รับรู้ข้อดีในแง่ของความสะดวก ประหยัดพื้นที่และปัจจัยทางสังคมส่งผลให้ผู้บริโภคแสดงความสนใจในการซื้อ eBook งานวิจัยของ สุนัดดา ประเสริฐ (2556) พบว่าทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยของ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และมณียา สายสนิท (2564) พบว่าทัศนคติที่ดีมีต่อการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลต่อความตั้งใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวได้ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีและมีการรับรู้ว่าคุณ

รอบข้างสนับสนุนหรือแนะนำให้ซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

ผลการศึกษาสम्मติฐานที่ 2 พบว่าการรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยก่อนหน้าของ Hsu, et al. (2017) พบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะซื้อ e-book และงานวิจัยของ Regina Eka Riantini (2019) พบว่าพฤติกรรมการซื้อออนไลน์ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งความตั้งใจนี้เกิดจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวได้กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภครับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีความมั่นใจในการเลือกซื้อผ่านทางที่น่าเชื่อถือมีแนวโน้มจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

ผลการศึกษาสम्मติฐานที่ 3 พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยก่อนหน้าของ Xiao, et al. (2014) ที่พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ e-book และการศึกษาของ Elza Nur Zaskia, Arinal Muna (2024) พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจมีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญ โดยผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวได้ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภครับรู้ความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชันมีแนวโน้มจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

### 5.2.2 ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงได้ตั้งสมมติฐานในการทำการวิจัย ซึ่งผลการวิจัยของการศึกษาปัจจุบันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันมีข้อค้นพบใหม่ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงถึงความสำคัญของความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันและช่องทางการชำระเงิน เป็นปัจจัยที่มีผลอย่างมากของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มสูงมากที่จะตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากรีวิว และมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันของนักเขียนที่ตนชื่นชอบ แม้งานวิจัยในอดีตจะมีการศึกษาเรื่องความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความตั้งใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แต่

ปัจจัยนี้ไม่ได้มีอิทธิพลมากนักกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยในครั้งนี้แม้ว่าจะมีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่เห็นด้วยก็ตาม

### 5.3 ข้อเสนอแนะและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษาอื่นๆเพิ่มเติมเช่นการใช้ Influencer ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

การศึกษารูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างในอีกด้านหนึ่ง

#### 5.3.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยคาดหวังจะเป็นแนวทางให้ผู้บริหารธุรกิจ นักเขียน นักพัฒนาแพลตฟอร์มได้พิจารณาตัดสินใจใช้ข้อมูลกำหนดกลยุทธ์ที่สนับสนุนให้การตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวายได้มากขึ้น รวมถึงเป็นแนวทางให้ผู้บริหารธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ การผลิตตำรา ประเภทอื่น ได้ทราบความคิดเห็นของผู้อ่านหรือผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบการปรับเปลี่ยนการนำเสนอผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ผ่านการเลือกซื้อบนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

### 5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งอาจไม่ได้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดที่อ่านนิยายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน และเนื่องจากข้อคำถามในแต่ละส่วนอาจมีไม่เพียงพอ ไม่ใช่คำถามเชิงลึก และคำศัพท์ในข้อคำถามเฉพาะทางเกินไปทำให้กลุ่มตัวอย่างอาจเข้าใจได้ไม่ชัดเจน ทำให้หลังจากทำการวิเคราะห์เชิงสำรวจแล้วมีตัวแปรที่น่าสนใจหลายตัวหลายตัวส่งผลให้การสรุปผลอาจไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกเท่าที่ควร

## 5.5 บทสรุป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 413 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ทักษะคิดและอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน การรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อและการรับรู้ประโยชน์ต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต รวมถึงยังมีข้อเสนอแนะสำหรับภาคธุรกิจโดยสามารถนำข้อมูลกำหนดกลยุทธ์ที่สนับสนุนให้การตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน ได้มากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ.(2566) งานสัปดาห์หนังสือ2566ยอดขายทะลุ 351 ล้าน หนังสือหมวดไหน...ขายดี  
ที่สุด ? สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2567, จาก  
<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/entertainment/1063646>
- กฤษณ์ คงทวีศักดิ์.(2558).การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ E-Book ประกอบการเรียน.  
(การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต). วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี  
สารสนเทศ และการจัดการ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กองบรรณาธิการไทยรัฐพลัส. (2565) พัฒนาการนิยายวายไทยปี 2022 กับความเปลี่ยนแปลงสุดท้า  
ยที่ต้องเผชิญ. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567,  
จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/subculture/101770>
- กุสาวดี หัสแดง. (2555) ก้าวใหม่ของ e-book ในยุคศตวรรษที่ 21. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2567,  
จาก<https://www.gotoknow.org/posts/492822>
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และมณีนยา สายสนิท (2564). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและบทบาทตัว  
แปรกำกับด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของ  
ผู้บริโภคไทย. วารสารปาริชาติ ปีที่ 35ฉบับที่ 2 (2022): เมษายน - มิถุนายน 2565.130-  
147
- จารุวรรณ จุบรรจง.(2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book). (การ  
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เจนจิรา กาพนวงษ์. (2565). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือมังงะอิเล็กทรอนิกส์(E-  
Book) ผ่านแอปพลิเคชัน. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ.  
มหาวิทยาลัยมหิดล
- ไทยรัฐพลัส. (2565) เรียนรู้โลกหลากหลายผ่าน 'นิยายวาย' ไปกับ พญ.อิสริย์ ศิริวรรณกุลธร เจ้าของ  
นามปากกา Sammon ที่รักการเล่าเรื่องสุดระทึก. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก  
<https://plus.thairath.co.th/topic/subculture/101777>
- ชูพร มีโพธิ์. (2565) การเดินทางของ นิยายวาย จากวรรณกรรมใต้ดินสู่หนังสือยอดนิยม. สืบค้น  
เมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://porcupinebook.com/fan-fiction-novel-y/>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2566) *e-book* แรงต่อเนื่อง นักอ่านชาวไทย 42% ย้ายสู่ดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2567, จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-1250974>
- พงศ์ศรีณย์ วงศ์ชนเดช, และคณะ.(2566).อิทธิพลของความพึงพอใจทางดิจิทัล และบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (*e-book*) ผ่านช่องทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Business Administration and Languages (JBAL)*
- ลงทุนแมน. (2566) *E-Book* ยังขายได้เฉพาะกลุ่ม และไม่ได้มาทดแทนหนังสือ. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.longtunman.com/43968>
- ลินิน จารุเชียร.(2559).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวัฒน์ ชนะคุณ. (2560). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2567, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/บทที่-2-แนวคิด-ทฤษฎี-และงา/>
- ศุภาวรรณ คงสุวรรณ. (2561) นิยายวาย : กระแสนิยมและกระแสสะท้อนสังคมที่ "ไร้เดียงสาทางเพศ".สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.the101.world/what-yaoi-tell-us/>
- สมฤดี เอื้อสถาพรกิจ.(2556). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือนวนิยายของวัยรุ่นในจังหวัดสมุทรสาคร. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). สาขาวิชาการตลาด.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สาวิตรี รินวงษ์.(2566) *สมาคมPUBAT* พึ่งคนดังดึงนักอ่าน โจทย์ท้าทายปลุกตลาดหนังสือพื้นตัว. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1058168?anm=>
- สิริพร เกียรติเจริญศิริ.(2562).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (*E-book*) นิยายและวรรณกรรมของบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุนัดดา ประเสริฐ.(2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหนังสือนิยายอิเล็กทรอนิกส์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อลิษา มิตรานนท์.(2556). *ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา นักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย). คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อิสราภรณ์ งามจิรวัดน์.(2563). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือนวนิยายขายของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*.(สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล
- เอกทัศน์ พานิชรักษาพงศ์.(2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อหนังสือผ่านช่องทางกรจำหน่ายหนังสือออนไลน์ของร้านหนังสือนายอินทร์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Elza Nur Zaskia, Arinal Muna.(2024). *Connection between Behavioral Intention, perceived Usefulness, and perceived Ease of Use for Indonesian GoPay E- Wallet Users*. Journals of Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science, 2024 Volume 04 Issue 03
- Hsu, et al.(2017). *Information technology adoption for sustainable development: green e-books as an example*. Journals of Information Technology for Development, 2017 VOL. 23, NO. 2, 261–280.
- Kuo-Lun Hsiao and Chia-Chen Chen Ph.D.(2017) *Value-based adoption of e-book subscription services: The roles of environmental concerns and reading habits*. Journals of Telematics and Informatics, Volume 34, Issue 5, August 2017, Pages 434-448.
- Manatsawee Amonsetthakul (2023). *A Study of Influencing Factors of Thai Consumers' E-Book Purchase Intention*. Journals of ASEAN International Sandbox Conference. Page 207-220.
- Natamon Jiramahapoka and Aaron Loh (2018). *Factors Influencing E-Book Purchase Intention of Thai Internet User: A Case study of Mobile E-Book Company*. Journals of Panyapiwat Journal Vol.11 No.1 January – April 2019, 183-193.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Pear. (2565) จากนิยาย Y ที่ต้องแอบอ่านสู่ Soft Power ไทย คุยกับ “Mame” นักเขียนผู้จัดสาย Y. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://feedforfuture.co/feed-read/8309/>
- Qazi Mahdia Ghyas, Hirotaka Sugiura, Fumiyo N. Kondo. (2012). *Examining User Intention Behaviour towards e-Readers in Japan Using the Decomposed Theory of Planned Behaviour*. Journal of MOBILITY 2012 : The Second International Conference on Mobile Services, Resources, and Users. Page 38-45.
- Rebecca Sansom.(2024). *Theory of Planned Behavior*. Accessed : March 23, 2024, From [https://ascnhighered.org/ASCN/change\\_theories/collection/planned\\_behavior.html](https://ascnhighered.org/ASCN/change_theories/collection/planned_behavior.html)
- Regina Eka Riantini (2019). *The Effect of Omni Channel Marketing on the Online Search Behavior of Jakarta Retail Consumers with Theory of Planned Behavior (TPB) Approach*. Journals of 2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech), 284-289.
- Swil. (2563) นิยายวายคืออะไร. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://entertainment.trueid.net/detail/reVkB8rj1GE>
- Wayne W. LaMorte, MD, PhD, MPH. (2022). *The theory of planned behavior*. (n.d.) Accessed: March 23, 2024, From <https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- Wen-Chia Tsai (2012). *A study of consumer behavioral intention to use e-books: the Technology Acceptance Model perspective*. Journals of Innovative Marketing, Volume 8, Issue 4, 2012, Page 55-66.
- Xiao, et al. (2014). *A Model of Consumer Perception and Behavioral Intention for E-Reading*. The Standard International Journals (The SIJ), Page 290-295.



ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสอบถามการวิจัย**

**ส่วนที่ 1:** คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัย

**คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่เป็นคำตอบตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านเป็นผู้ที่เคยซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน ใช่หรือไม่
- ใช่  ไม่ใช่

**ส่วนที่ 2:** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่เป็นคำตอบตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย  หญิง  เพศทางเลือก

2. อายุ

- 20-29 ปี  30-39 ปี  40-49 ปี  50-59 ปี

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  สูงกว่า

ปริญญาโท

4. อาชีพ

- พนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน  ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว  อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท  15,001-25,000 บาท
- 25,001-35,000 บาท  35,001-45,000 บาท
- 45,001-50,000 บาท  50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลข้อคำถามการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้						
คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : กรุณาทำเครื่องหมาย <input checked="" type="checkbox"/> ลงใน <input type="checkbox"/> ที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด						
ข้อ	คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
1	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ช่วยให้ท่านสะดวกในการพกพามากขึ้น					
2	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านค้นหาหนังสือนิยายนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ง่ายและสอดคล้องกับความสนใจของท่าน					
3	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านประหยัดเวลามากขึ้นในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)					
4	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)ช่วยให้ท่านประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บมากขึ้น					
5	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)					
6	ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)					

7	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน					
8	ท่านสามารถเริ่มต้นใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ โดยไม่ต้องอ่านคำแนะนำการใช้งาน					
<b>ส่วนที่ 4</b> ข้อมูลข้อความปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม <b>คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม :</b> กรุณาทำเครื่องหมาย <input checked="" type="checkbox"/> ลงใน <input type="checkbox"/> ที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด						
ข้อ	คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
9	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะเพื่อนของท่านแนะนำ					
10	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะคนใกล้ชิดของท่านแนะนำ					
11	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันโดยพิจารณาจากรีวิวที่ได้อ่าน					
12	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันจากแอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือเท่านั้น					
13	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่องทางทางการเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น					

14	ท่านรู้สึกดีต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยาย วาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอป พลิเคชั่น					
15	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรัก ชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่นจาก ปกที่ท่านสนใจ					
16	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรัก ชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่นจาก นักเขียนที่ท่านชื่นชอบ					
17	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรัก ชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่นจาก สำนักพิมพ์ที่ท่านชื่นชอบ					
18	เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมท่านจึงเลือกซื้อ หนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่น					
<b>ส่วนที่ 4</b> ข้อมูลข้อความพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่น						
คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : กรุณาทำเครื่องหมาย <input checked="" type="checkbox"/> ลงใน <input type="checkbox"/> ที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด						
ข้อ	คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
19	ท่านสนใจที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชาย รักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่น					
20	ท่านไม่ลังเลที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอป พลิเคชั่น					
21	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชั่นเป็น ประจำ					

## ภาคผนวก ข

## แบบประเมินดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

## (Content Validity Index : CVI)

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย)

อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ๖ ลงใน .. ที่เป็นคำตอบกับความเป็นจริง

หลักเกณฑ์การให้คะแนนค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) เป็นดังนี้

ระดับที่ 4 คะแนน หมายถึง สอดคล้องอย่างยิ่ง

ระดับที่ 3 คะแนน หมายถึง สอดคล้องมาก

ระดับที่ 2 คะแนน หมายถึง ไม่สอดคล้อง

ระดับที่ 1 คะแนน หมายถึง ไม่สอดคล้องอย่างยิ่ง

ข้อ	แบบคำถาม	คะแนน CVI จากผู้เชี่ยวชาญ			CVI
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
<b>ส่วนที่ 3: ข้อมูลข้อคำถามการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน</b>					
การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU)					
1	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)ช่วยให้ท่านสะดวกในการพกพามากขึ้น	4	4	4	1
2	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านค้นหาหนังสือนิยายนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ง่ายและสอดคล้องกับความสนใจของท่าน	4	4	4	1
3	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านประหยัดเวลามากขึ้นในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)	4	4	3	1



4	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)ช่วยให้ท่านประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บมากขึ้น	2	4	4	0
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)					
5	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)	4	4	4	1
6	ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)	4	4	4	1
7	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4	4	4	1
8	ท่านสามารถเริ่มต้นใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย) ได้ โดยไม่ต้องอ่านคำแนะนำการใช้งาน	4	4	4	1
<b>ส่วนที่ 4: ข้อมูลข้อคำถามปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม</b>					
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)					
9	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะเพื่อนของท่านแนะนำ	4	4	3	1
10	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะคนใกล้ชิดของท่านแนะนำ	4	4	3	1
11	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันโดยพิจารณาจากรีวิวที่ได้อ่าน	4	4	4	1
การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC)					

12	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจาก แอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	4	4	4	1
13	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่อง ทางการชำระเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	4	4	4	1
ปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชัน (AYEB)					
14	ท่านรู้สึกคิดต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4	4	4	1
15	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากปกที่ท่าน สนใจ	4	4	4	1
16	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากนักเขียน ที่ท่านชื่นชอบ	4	4	4	1
17	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจาก สำนักพิมพ์ที่ท่านชื่นชอบ	4	4	4	1
18	เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมท่านจึงเลือกซื้อ หนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน แอปพลิเคชัน	4	3	3	1
<b>ส่วนที่ 5: ข้อมูลข้อคำถามพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน (BYEB)</b>					
19	ท่านสนใจที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรัก ชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4	4	4	1
20	ท่านไม่ลังเลที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรัก ชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	4	4	4	1

21	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ	4	4	4	1
----	--	---	---	---	---

ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อประเมินความชัดเจนด้านภาษาที่ใช้ความสอดคล้องตามหัวข้อที่ต้องการวิจัย โดยค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยที่ยอมรับได้คือ 0.80 โดยสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (จรวง สุวรรณบำรุง, 2563)

เมื่อพิจารณาจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จะได้ว่า

$$CVI = \frac{20}{21} = 0.95$$

จากการคำนวณสมการข้างต้นจะได้ค่า CVI = 0.95 โดยคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้ 2 คือข้อคำถามที่ 18 ซึ่งค่า CVI ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีค่ามากกว่าค่าที่สามารถยอมรับได้ที่ 0.8 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงของเนื้อหาและสอดคล้องกับหัวข้อที่ต้องการจะศึกษาวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ทำการประเมินแบบสอบถาม

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 อาจารย์ ศราวุทธิ์ ทัดศรี (อาจารย์พิเศษภายนอกด้านการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ)

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 คุณรัตพร ทิพยะวัฒน์ ตำแหน่ง บรรณาธิการ (บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน))

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 คุณชยุตรา บุญทัพ ตำแหน่ง บรรณาธิการ (บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน))

**ภาคผนวก ก**  
**แบบประเมินดัชนีสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย**  
**(Item Objective Congruence: IOC)**

**งานวิจัยเรื่อง** การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ü ลงใน “” ที่เป็นคำตอบกับความเป็นจริง

หลักเกณฑ์การให้คะแนนค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Item Objective Congruence : IOC)

ให้ 1 คะแนน หมายถึง ท่านแน่ใจว่าข้อคำถามมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

ให้ 0 คะแนน หมายถึง ท่านไม่แน่ใจว่าข้อความมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

ให้ -1 คะแนน หมายถึง ท่านแน่ใจว่าข้อคำถามมีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

ข้อ	แบบคำถาม	คะแนน IOC จากผู้เชี่ยวชาญ			IOC
		ท่านที่1	ท่านที่2	ท่านที่3	
<b>ส่วนที่ 3: ข้อมูลข้อคำถามการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน</b>					
การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU)					
1	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)ช่วยให้ท่านสะดวกในการพกพามากขึ้น	1	1	1	1
2	การใช้แอปพลิเคชันหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านค้นหาหนังสือนิยายนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ง่ายและสอดคล้องกับความสนใจของท่าน	1	1	1	1

3	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ท่านประหยัดเวลามากขึ้นในการอ่าน นิยายวาย(ชายรักชาย)	1	1	1	1
4	การใช้แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ใน การอ่านนิยายวาย(ชายรักชาย)ช่วยให้ท่าน ประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บมากขึ้น	0	1	1	0.67
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)					
5	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชัน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่านหนังสือ นิยายวาย(ชายรักชาย)	1	1	1	1
6	ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการใช้ แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่ออ่าน หนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย)	1	1	1	1
7	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเข้าถึงหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	1	1	1	1
8	ท่านสามารถเริ่มต้นใช้แอปพลิเคชันหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านนิยายวาย (ชายรักชาย) ได้ โดยไม่ต้องอ่านคำแนะนำ การใช้งาน	1	1	1	1
<b>ส่วนที่ 4: ข้อมูลข้อคำถามปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน แอปพลิเคชันและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม</b>					
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)					
9	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะเพื่อน ของท่านแนะนำ	1	1	1	1
10	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเพราะคน ใกล้ชิดของท่านแนะนำ	1	1	1	1

11	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยพิจารณา จากรีวิวที่ได้อ่าน	1	1	1	1
การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC)					
12	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจาก แอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	1	1	1	1
13	ท่านจะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันผ่านช่อง ทางการชำระเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น	1	1	1	1
ปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชัน (AYEB)					
14	ท่านรู้สึกดีต่อการเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	1	1	1	1
15	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากปกที่ท่าน สนใจ	1	1	1	1
16	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจากนักเขียน ที่ท่านชื่นชอบ	1	1	1	1
17	ท่านเลือกซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันจาก สำนักพิมพ์ที่ท่านชื่นชอบ	1	1	1	1
18	เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมท่านจึงเลือกซื้อ หนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน แอปพลิเคชัน	1	1	1	1
ส่วนที่ 5: ข้อมูลข้อคำถามพฤติกรรมการตั้งใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน (BYEB)					

19	ท่านสนใจที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	1	1	1	1
20	ท่านไม่ลังเลที่จะซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน	1	1	1	1
21	ท่านซื้อหนังสือนิยายวาย(ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ	1	1	1	1

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence; IOC) การวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาทำได้โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อประเมินข้อคำถามที่ใช้ว่ามีความสอดคล้องกับหัวข้อของการศึกษาวิจัยหรือไม่ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ , 2563)

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

โดยที่ ICO คือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

$n$  คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ซึ่งหลักเกณฑ์ในการตัดสินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ มีดังนี้

ถ้า  $IOC > 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ถ้า  $IOC \leq 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้น ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยจากการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จะได้ว่าแบบสอบถามทั้ง 21 ข้อ มีจำนวนคำถาม 20 ข้อ ได้ค่า  $IOC = 1$  และมีคำถามจำนวน 1 ข้อ ได้ค่า  $IOC = 0.67$  ได้แก่คำถามข้อที่ 18 ซึ่งเป็นข้อที่มีผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ให้ 0 คะแนน หรือก็คือไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย แต่เมื่อพิจารณาที่ค่า IOC ของแบบสอบถามทั้ง 21 ข้อ ถือว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากแบบสอบถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.5

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ทำการประเมินแบบสอบถาม

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 อาจารย์ ศราวุทธิ์ ทัดศรี (อาจารย์พิเศษภายนอกด้านการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ)

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 คุณรติพร ทิพย์วัฒน์ ตำแหน่ง บรรณาธิการ (บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน))

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 คุณชยุตรา บุญทัพ ตำแหน่ง บรรณาธิการ (บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน))





**ภาคผนวก ง**  
**เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย**



สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุกกลาง  
อาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล  
โทร. ๐-๒๘๔๙-๖๒๒๔-๕

ที่ อว ๗๘.๐๑๓๐/๒๘๕๓  
วันที่ ๒๘ ตุลาคม ๒๕๖๗  
เรื่อง นำส่งเอกสารรับรองโครงการวิจัย  
เรียน นางสาวชวัลนุช ชูมณี  
สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารรับรองโครงการวิจัย

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยายวาย (ชายรักชาย) อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน (A Study of Factors Influencing Intention to Buy YAOI Novel Electronics Book Via Application)” รหัสโครงการ MU-CIRB 2024/383.0210 มาเพื่อขอรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุกกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล นั้น

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุกกลางฯ พิจารณาแล้วมีความเห็นว่าโครงการนี้เป็นการศึกษาที่มีความเสี่ยงน้อยมาก และได้ให้การพิจารณาแบบ Exemption Review ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งต้องมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ ข้อมูลที่เก็บไม่สามารถระบุตัวตนของเจ้าของข้อมูลได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม การเปิดเผยข้อมูลการวิจัยสู่ภายนอกจะไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อเจ้าของข้อมูลในแง่อาชญากรรม การถูกฟ้องร้อง การเงิน การจ้างงาน โอกาสในการเข้าศึกษาต่อ และชื่อเสียงของเจ้าของข้อมูล

ท่านสามารถเริ่มดำเนินการวิจัยได้หลังได้รับหนังสือฉบับนี้ (ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์) คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุกกลางฯ จะส่งเอกสารรับรองฉบับลงนามจริงให้ท่านต่อไป

คณะกรรมการฯ ขอเรียนระเบียบของคณะกรรมการจริยธรรมฯ และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงการ ระหว่างนักวิจัยและคณะกรรมการจริยธรรมฯ ดังนี้

- ๑) ขอให้ท่านนำเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย โดยได้รับการบอกกล่าวและเต็มใจ ที่มีตราประทับรับรอง จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยมหิดล ไปสำเนาให้กับผู้เข้าร่วมการวิจัยเท่านั้น
- ๒) กรณีท่านต้องการปรับเปลี่ยนรายละเอียดบางส่วน of โครงการวิจัย ขอให้ท่านแจ้งมายังคณะกรรมการฯ โดยกรอกแบบฟอร์มการขอปรับเปลี่ยนโครงร่างวิจัย (Protocol Amendment) เพื่อขอรับการพิจารณารับรองก่อนเริ่มดำเนินการทุกกรณี

๒

- ๓) การดำเนินการวิจัยจะต้องเป็นไปตามที่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมฯ เท่านั้น หากเกิดเหตุการณ์เบี่ยงเบนจากโครงร่างวิจัยที่ได้รับการรับรอง จะต้องรายงานมายังคณะกรรมการฯ ภายใน ๒ สัปดาห์ โดยกรอกแบบฟอร์ม “รายงานการเบี่ยงเบนจากโครงการวิจัย (Protocol Deviation Report)” พร้อมเหตุผลที่ไม่สามารถขอรับการพิจารณาการปรับเปลี่ยนโครงร่างวิจัยก่อนการดำเนินการได้ และมาตรการที่จะป้องกันมิให้เกิดเหตุการณ์นั้นซ้ำอีก เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณารับรองโครงการให้ดำเนินการรวมทั้งพิจารณามาตรการอื่น ๆ ที่เหมาะสมในการกำกับดูแลสิทธิและสวัสดิภาพของผู้เข้าร่วมวิจัย
- ๔) การไม่แจ้งการปรับเปลี่ยนโครงร่างวิจัยก่อนเริ่มดำเนินการกับผู้เข้าร่วมวิจัย แต่แจ้งมาเมื่อดำเนินการวิจัยไปจนแล้วเสร็จ จะจัดเป็นการฝ่าฝืนโครงร่างวิจัย (Protocol violation) ซึ่งอาจมีผลต่อการพิจารณาขอเขตการรับรองการดำเนินการโครงการวิจัยของท่าน
- ๕) หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์อย่างร้ายแรง รวมทั้งเหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดเดาได้ล่วงหน้ามาก่อนเกิดขึ้นกับผู้เข้าร่วมการวิจัย ขอให้ท่านรายงานมายังคณะกรรมการฯ โดยกรอกแบบฟอร์ม “รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์” หรือส่งสำเนาการรายงานที่ส่งไปยังผู้ให้ทุนมาให้คณะกรรมการฯ ด้วย เมื่อคณะกรรมการฯ พิจารณารายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์แล้วจะมีหนังสือแจ้งไปยังท่าน โดยระบุวันที่พิจารณา
- ๖) เมื่อท่านดำเนินการวิจัยแล้วเสร็จ ขอให้ส่งรายงานแจ้งปิดโครงการวิจัยมายังคณะกรรมการจริยธรรมฯ โดยขอให้ดาวน์โหลดแบบสรุปผลโครงการวิจัยและแจ้งปิดโครงการวิจัยได้ที่ <https://sp.mahidol.ac.th/th/ethics-human/form.html> หลังจากได้รับรายงานแล้ว คณะกรรมการฯ จะมีหนังสือตอบรับการแจ้งปิดโครงการมายังท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญจันทร์ ประดับมุข เซอร์เรอร์)  
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง  
มหาวิทยาลัยมหิดล

สำเนาเรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา



COE No. MU-CIRB 2024/149.2810

Mahidol University Central Institutional Review Board (MU-CIRB)
Certificate of Exemption

Protocol No.: MU-CIRB 2024/383.0210

Title of Project: A Study of Factors Influencing Intention to Buy YAQI Novel Electronics Book Via Application

The criteria of Exemption: Research involving the use of survey procedures:

- Recorded information CANNOT readily identify the subject (directly or indirectly/linked) OR
- Any disclosure of responses outside of the research would NOT place subject at risk (criminal, civil liability, financial, employability, educational advancement, reputation)

Approval Includes:

- 1) Principal Investigator: Miss Chawalnuch Chumanee
Affiliation: College of Management, Mahidol University
Research Site: College of Management, Mahidol University
2) Submission Form Version Date 28 October 2024
3) Protocol Version Date 22 October 2024
4) Participant Information Sheet for Answering the Questionnaire Version Date 19 October 2024
5) Questionnaire Version Date 2 October 2024

MU-CIRB is in full compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

Date of Approval: 28 October 2024

Signature of Chairperson: [Handwritten Signature]

(Associate Professor Dr. Penchan Pradubmook Sherer)

MU-CIRB Chair

\* See list of Co-Investigators at the back page

**List of Co – Investigators**

1. Asst. Prof. Kittichai Rajchamaha

**All MU-CIRB Approved Investigators must comply with the Following:**

1. Conduct the research according to the approved protocol.
2. Conduct the informed consent process without coercion or undue influence, and provide the potential subjects sufficient time to consider whether or not to participate.
3. Use only the Consent Form bearing the MU-CIRB Approval stamp.
4. Obtain approval of any changes in research activity before commencing and informed research participants about the changes for their consideration in pursuing the research.
5. Timely report of serious adverse events to MU-CIRB and any new information that may adversely affect the safety of the subjects or the conduct of the trial.
6. Provide MU-CIRB the progress reports at least annually as requested.
7. Provide MU-CIRB the final reports when completed the study procedures.

---

**MU-CIRB Address:** Office of the President, Mahidol University, 4th Floor, Room Number 411

999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhonpathom 73170, Thailand

Tel: 66 (0) 2849 6224, 6225 Fax: 66 (0) 2849 6224

E-mail: mucirb@gmail.com

Website: <http://www.sp.mahidol.ac.th>