



บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษาของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ Factors Affecting in Choosing Online Media on Youtube in Thailand A Case Study of Game Casters and V-Tubers

ชิตชนก สิทธิคงศักดิ์¹ เพชรนัดดา ชัยมงคล¹ จิระศักดิ์ มงคลเคหา^{1,*}

¹ภาควิชาวิทยาการคำนวณและเทคโนโลยีดิจิทัล คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม รหัสไปรษณีย์ 73140

Chidchanok Sittikongsak¹ Petchnadda Chaimongkol¹ Chirasak Mongkolkeha^{1,*}

¹Department of Computational science and digital technology, Faculty of Liberal Arts and Sciences, Kasetsart University, Kamphaeng-Saen Campus, Nakhonpathom 73140, Thailand

*Corresponding author: faascsm@ku.ac.th

Received: 04/03/2024; Revised: 08/03/2024; Accepted: 05/04/2024

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทยใน กรณีศึกษา ของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษาของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ประชากรที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและ วีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มฟอรัมเฟซบุ๊ก ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 300,000 คน โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บ รวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก จำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การทดสอบที (T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One-way ANOVA) จากการศึกษาพบว่า

- 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป โดยจะรับชมสื่อออนไลน์ บนแพลตฟอร์มยูทูปทุกวัน และช่วงเวลาที่ได้รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปมากที่สุด คือ ช่วงเวลาก่อนเข้านอน
- 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทยมากที่สุด คือ ช่วงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยสนับสนุนสองปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการ ตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: การเลือกรับชมสื่อออนไลน์; พฤติกรรมการใช้สื่อ; แพลตฟอร์มยูทูป นักแคสเกม; วีทูปเบอร์

Abstract

This project aims to study the online social media behavior on the YouTube platform in Thailand. A case study of game casters and V-Tubers. We also study factors affecting the online media selection on



the YouTube platform in Thailand in a case study of game casters and V-Tubers. The research population includes 300,000 people who are the game casters or V-Tubers on the Facebook simple random, aged 15 years and over. We used questionnaires to collect data. The sample of 400 people is selected from the population. The statistics in this research include percentage (%), mean (\bar{X}), standard deviation (SD), t-test (T-Test) and one-way analysis of variance (One-way ANOVA) From this study we find

- 1) Most of the people use mobile phones to watch online media on the YouTube platform. In addition, they watch the media on the YouTube platform every day. The most popular time to watch the media on the YouTube is a time before bed.
- 2) The personal factor that has the greatest effect on choosing to watch online media selection on the YouTube platform in Thailand is the age factor with the significance level of 0.05.
- 3) Marketing mix factor and social factor are the two supporting factors that are related to the online media selection on the YouTube platform in Thailand with the significance level of 0.05.

Keywords: Choosing Online Media; Behavior of using online media; Game casters; V-Tubers

บทนำ

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยี ด้วยสังคมไทยได้มีวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีมาอย่างต่อเนื่อง คนไทยก้าวสู่ยุคดิจิทัล โดยผู้คนมักจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันกันอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการติดตามข่าวสาร สืบค้นข้อมูล การเข้าชมสื่อทางการบันเทิง เช่น คลิปวีดีทัศน์ ละคร ภาพยนตร์ เกม จากภาพรวมสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกในปี 2565 พบว่าประชากรโลกในปัจจุบันอยู่ที่ 7.91 พันล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 1% และมากกว่า 57% อาศัยอยู่ในเขตเมืองและมากกว่า 2 ใน 3 นั้นใช้โทรศัพท์มือถือ (Zortout, 2566) สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2565 พบว่าเมื่อต้นปีมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 4.95 พันล้านคน โดยมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต อยู่ที่ 62.5% ของประชากรทั้งหมดทั่วโลก และข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นถึง 192 ล้านคน (+4%) ในปีที่ผ่านมา อ้างอิงผลการสำรวจรวมของคนไทยจากเว็บไซต์ Thailand media landscape (2021-2022) มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 4 นาที โดยผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ ใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดถึง 10 ชั่วโมง 5 นาที ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและเหนือจะใช้เวลาไปกับอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกันมาก โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 6 ชั่วโมง 59 นาที, 6 ชั่วโมง 45 นาที และ 6 ชั่วโมง 17 นาที ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ นั้น ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยสุดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 5 ชั่วโมง 35 นาที และจากรายงาน Global Digital Report (2021) โดย Hootsuite และ We are Social พบว่ายูทูปเป็นแพลตฟอร์มที่คนไทยใช้งานมากที่สุดมาเป็นอันดับ 1 ที่ระดับ 94.2% รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก ซึ่งมียอดการใช้งานอยู่ที่ 93.3% ซึ่งตัวเลขนี้สะท้อนถึงความนิยมของ ยูทูปและสอดคล้องกับพฤติกรรมการเล่นคอนเทนต์ออนไลน์ของคนไทยโดยผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะให้ความสนใจกับการรับชมวิดีโอออนไลน์มาเป็นอันดับ 1 (Datataget, 2565) ซึ่งนักแคสเกมเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่คนไทยคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ทำหน้าที่ทดลองเกมผ่านการสตรีมมีแหล่งรายได้มาจากค่าสมาชิก, สปอนเซอร์, โฆษณา เป็นต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 - 500,000 บาท ปัจจัยสำคัญใน



การกำหนดรายได้คือจำนวน Subscribers และสไตร์อันเป็นเอกลักษณ์ (Garena Academy, ม. ป. ป.) วิทูเบอร์ (V-tuber) หรือ Virtual YouTuber คือ โลโก้สไตร์เมอร์หรือ ยูทูเบอร์ที่ใช้ตัวละครการ์ตูนอวตารเป็นหน้าเป็นตาของสไตร์เมอร์ แทนที่จะใช้หน้าตาจริงของตนเอง โดยตัวละครสามารถเคลื่อนไหวและทำสีหน้าท่าทางต่าง ๆ ได้ผ่านอุปกรณ์ หรือ App Motion Capture และ Live 2D Animation ของตัวละคร วิทูเบอร์เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากประเทศญี่ปุ่นแต่ได้รับความนิยมสูงจนเป็นที่นิยมในทั้งในฝั่งตะวันตกและภูมิภาคอาเซียน วิทูเบอร์เปรียบเทียบบนเหมือนกับการแสดงมวยปล้ำด้วยการทำให้ผู้ชมเชื่อว่าตัวละครนั้นรู้สึก เป็นจริง หรือ Make-Believe แต่วิทูเบอร์มีข้อได้เปรียบ เพราะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมได้ใกล้ชิดและมีความถี่มากกว่าในฐานะเป็นตัวละคร เพราะวิทูเบอร์ต้องสวมบทบาททั้งในสไตร์และโซเชียลมีเดีย ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์แบบต่อเนื่องระหว่างผู้ชมกับวิทูเบอร์ (วิกิพีเดีย, 2556)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย ในกรณีศึกษาของ นักแคสเกมและวิทูเบอร์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย ในกรณีศึกษาของ นักแคสเกมและวิทูเบอร์ โดยขอบเขตในการศึกษาแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด) ปัจจัยด้านสังคม (ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม) และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (ช่องทางในการรับชม ความถี่ในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้คือสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวิทูเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 300,000 คน และใช้ประชากรในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย และดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2566 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566

ระเบียบวิธีวิจัย

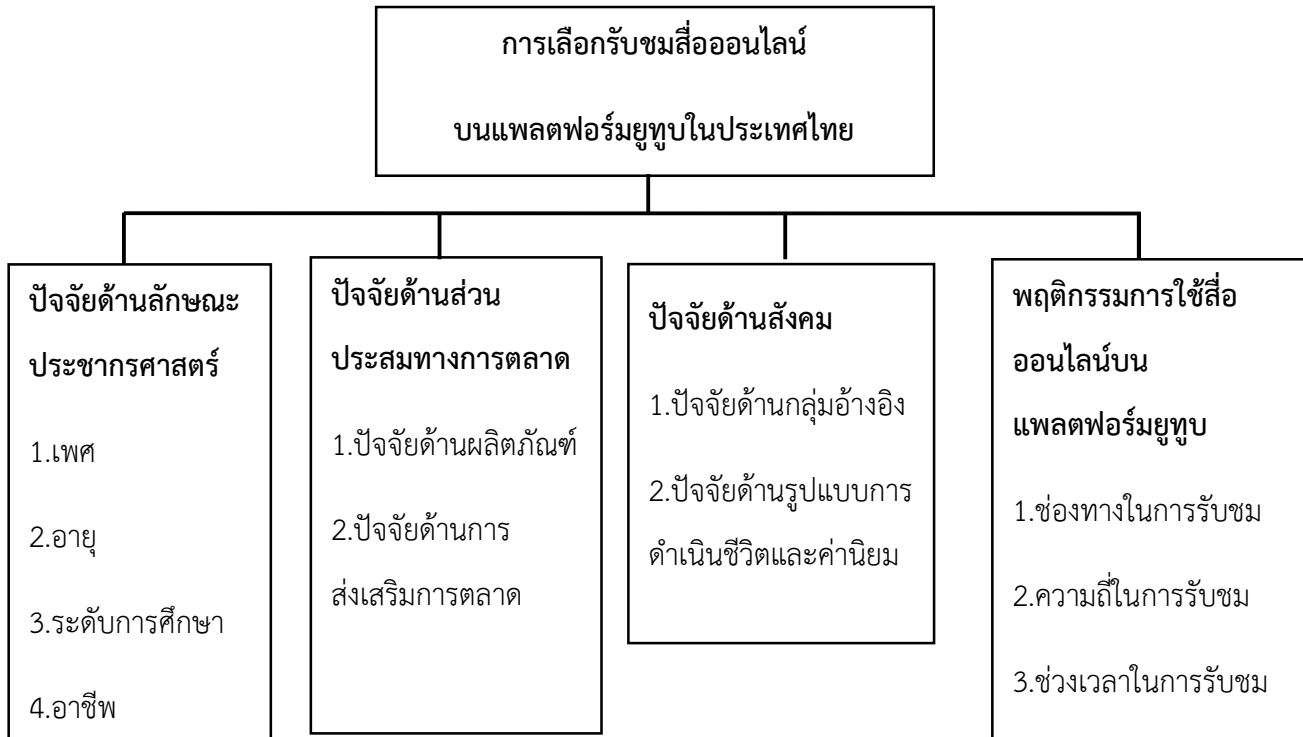
การทำงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบเพื่อรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวิทูเบอร์ในประเทศไทย 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบของนักแคสเกมและวิทูเบอร์ในประเทศไทย 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบของนักแคสเกมและวิทูเบอร์ในประเทศไทย ทั้งนี้ได้นำเสนอระเบียบวิธีการดำเนินโครงการเป็นการรวบรวมเชิงปริมาณ ดังนี้

1. กรอบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินโครงการ
4. สมมติฐานในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการดำเนินโครงการ



กรอบการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ดังนี้



ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 300,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และได้ใช้ตารางสำเร็จของเครซีและมอร์แกนแสดงจำนวนตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% ต่อความเชื่อมั่น 95% และสามารถแสดงสูตรคำนวณได้ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{X^2 N p (1 - p)}{e^2 (N - 1) + X^2 p (1 - p)}$$

เมื่อ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทนขนาดของประชากร

e แทนระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

X^2 แทนค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% โดยที่ $X^2 = 3.841$

p แทนสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กรณีไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)



ประชากรที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก จำนวน 300,000 คน ความคลาดเคลื่อน $5\% = 0.05$

$$\text{แทนค่าสูตร} \quad n = \frac{3.841 \times 300000 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (300000 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 383.6101$$

จากการแทนค่าในสูตรพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 384 คน โดยผู้วิจัยจึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินโครงการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำโครงการครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน จำแนกได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปเพื่อรับชมวิดีโอ ของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ประกอบด้วย ช่องทางในการรับชม ความถี่ในการรับชมและช่วงเวลาในการรับชม จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านสังคมประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยอ้างอิง และปัจจัยด้านการดำเนินชีวิต จำนวน 4 ข้อ ลักษณะของคำถามอยู่ในรูปแบบของ Likert scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 5 ระดับความคิดเห็นด้วยอย่างมาก, 4 ระดับความคิดเห็นด้วยมาก, 3 ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง, 2 ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย และ 1 ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยมาก ตามลำดับ

เกณฑ์การประเมินผู้วิจัยจะใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น โดยจะแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดเป็น 5 ระดับจากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนที่ต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน การหาถึงกลางพิสัย จะหาได้จากสูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ดังนั้นช่วงระยะจะเท่ากับ 0.8 จึงมีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของลักษณะที่ตรงกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้รับชมเห็นด้วยกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกรับชม สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับน้อยมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้รับชมเห็นด้วยกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกรับชม สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้รับชมเห็นด้วยกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกรับชม สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้รับชมเห็นด้วยกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกรับชม สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับมาก



คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้รับชมเห็นด้วยกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชม สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับมากที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการทำโครงการงาน
3. นำแบบสอบถามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการงานเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตามวัตถุประสงค์ของโครงการงาน
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อตรวจสอบและแก้ไขต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปของผู้ชม
3. ปัจจัยด้านสังคม ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ส่งผลต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปของผู้ชม
4. พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป ซึ่งประกอบด้วย ช่องทางในการรับชม ความถี่ในการรับชม และช่วงเวลาในการรับชม ส่งผลต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปของผู้ชม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการดำเนินโครงการงาน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแล้วจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะนำข้อมูลมาจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินโครงการงานและนำมาตรวจสอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยแบบสอบถามจะจัดจำแนกออกเป็น ส่วน ๆ ตามประเภทของแบบสอบถามและทำการประมวลผล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป จัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการงานตามที่ได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการใช้อธิบายผลการดำเนินโครงการงานหาค่าสถิติพรรณนา และสถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปเพื่อรับชมวิดีโอ ของนักแคสเกมและวิทูปเบอร์ ประกอบด้วย ช่องทางในการรับชม ความถี่ในการรับชมและช่วงเวลาในการรับชม
3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านสังคมประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยอ้างอิง และปัจจัยด้านการดำเนินชีวิต



สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะอธิบายและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ระดับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะอธิบายและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ระดับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่จะทำการศึกษา การวิเคราะห์องค์ประกอบหรือการวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นเทคนิคในการค้นหาตัวประกอบต่าง ๆ ที่ตัวแปรในกลุ่มนั้นชุดนั้นมีองค์ประกอบร่วมกันหรือสัมพันธ์กัน ทำให้ทราบว่าตัวประกอบอะไรบ้างที่กลุ่มตัวแปรเหล่านั้นวัดร่วมกัน

2.2 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression)

เพื่อใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ได้จากการทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์การถดถอยเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทราบค่า เรียกว่าตัวแปรอิสระ แทนด้วยสัญลักษณ์ x ซึ่งสามารถนำมาประมาณค่าของตัวแปรอีกหนึ่งตัวที่เรียกว่า ตัวแปรตาม แทนด้วยสัญลักษณ์ y การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่สามารถบอกได้ว่าตัวแปรใดเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรใดเป็นตัวแปรตาม

2.3 การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test และ One-way ANOVA

เพื่อใช้ทดสอบว่าระดับของการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูปนั้นจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยบุคคลหรือไม่ การทดสอบที (T-Test) เป็นเทคนิควิธีการทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างหนึ่งกลุ่มกับประชากรหรือเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่อาจมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นอิสระต่อกันก็ได้ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องสุ่มมาจากประชากรที่มีการแจกแจงปกติและทราบค่าความแปรปรวนของประชากร งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test (เปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม) Compare means ด้วย Independent T-Test เป็นการทดสอบที่ sample แต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน เป็นการทดสอบข้อมูล 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ทดสอบว่า mean ต่างกันหรือไม่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เป็นวิธีการสมมติฐานทางสถิติเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ทดสอบเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นโดยตัวแปรต้นอาจมีลักษณะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่จำแนกออกเป็นระดับหรือประเภทต่าง ๆ กับตัวแปรตามเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ



ผลการวิจัย

การวิจัยโครงการเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษานักแคสเกมและวีทูปเบอร์ หลังจากเก็บข้อมูลจริงโดยใช้แบบสอบถามกับสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก จำนวน 400 ชุด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS ซึ่งในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

Table 1: ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	63	15.75
หญิง	337	87.25
2. อายุ		
15-20 ปี	199	49.80
21-25 ปี	144	36.00
26-30 ปี	42	10.50
31-35 ปี	9	2.20
36-40 ปี	4	1.00
41 ปีขึ้นไป	2	0.50
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	48	12.00
มัธยมปลาย/ปวช.	100	25.00
ปริญญาตรี	229	57.25
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.75
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	274	68.50
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	0.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23	5.75
พนักงานหรือเอกชน	51	12.75
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	13	3.25
อื่นๆ	36	9.00



Table 1: (ต่อ) ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ย		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	227	56.80
10,000 – 15,000 บาท	69	17.30
15,001 – 20,000 บาท	47	11.70
20,001 – 25,000 บาท	24	6.00
25,001 – 30,000 บาท	21	5.20
มากกว่า 30,000 บาท	12	3.00

จาก Table 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกในกลุ่มนักแคสเกมและวิทูบเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก มีดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.25 และเป็นเพศชายจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 15 – 20 ปี ซึ่งมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมาคืออายุตั้งแต่ 21 – 25 ปี มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 อายุตั้งแต่ 26 - 30 ปี มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 อายุตั้งแต่ 31 – 35 ปี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 อายุตั้งแต่ 36 – 40 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมาคือมีการศึกษาในระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีการศึกษาในระดับมัธยมต้นหรือต่ำกว่า มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และมีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาทมีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,000-15,000 บาท มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,001-25,000 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 25,001-30,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ



ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปเพื่อรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์

Table 2: ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปเพื่อรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ช่องทางในการรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป		
โน้ตบุ๊ก (Note book)	62	15.50
iPad/แท็บเล็ต (Tablet)	137	34.25
โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)	153	38.25
คอมพิวเตอร์/PC	46	11.50
อื่นๆ	2	0.50
2. ความถี่ในการรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป		
1 วัน/สัปดาห์	17	4.25
2-3 วัน/สัปดาห์	46	11.50
4-5 วัน/สัปดาห์	40	10.00
6 วัน/สัปดาห์	11	2.75
ทุกวัน	286	71.50
3. ช่วงเวลาที่รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปมากที่สุด		
ช่วงเวลาเรียนหนังสือ/ทำงาน	40	10.00
ช่วงเวลาบนท้องถนน	4	1.00
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	129	32.25
ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	3	0.75
ช่วงเวลาก่อนเข้านอน	164	41.00
ช่วงเวลาอื่นๆ	60	15.00

จาก Table 2 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปของสมาชิกในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก มีดังนี้

ช่องทางในการรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมสื่อออนไลน์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือรับชมสื่อออนไลน์ผ่านทางช่องทาง iPad/แท็บเล็ต มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รับชมสื่อออนไลน์ผ่านทางโน้ตบุ๊ก มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 รับชมสื่อออนไลน์ผ่านทางช่องทางคอมพิวเตอร์/PC มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และรับชมสื่อออนไลน์ผ่านทางช่องทางอื่นๆ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ



ความถี่ในการรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมสื่อออนไลน์ทุกวัน ซึ่งมีจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาคือรับชมสื่อออนไลน์ 2-3 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รับชมสื่อออนไลน์ 4-5 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รับชม สื่อออนไลน์ 1 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และรับชมสื่อออนไลน์ 6 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่ได้รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมสื่อออนไลน์ในช่วงเวลาก่อนเข้านอน ซึ่งมีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือรับชมสื่อออนไลน์ในช่วงเวลารับประทานอาหาร มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รับชมสื่อออนไลน์ในช่วงเวลาอื่นๆ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รับชมสื่อออนไลน์ในช่วงเวลาเรียนหนังสือ/ทำงาน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รับชมสื่อออนไลน์ในช่วงเวลาบนท้องถนนมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และรับชมสื่อออนไลน์ในช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ข้อมูลที่ได้จากผลสำรวจทั้งหมดสามารถสรุปคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ดังที่แสดงต่อไปนี้ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ 2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสรุปผลจากตาราง ได้ดังนี้

Table 3: ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$)	การแปลค่า
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 เนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ สนุก และเพลิดเพลิน	4.70	0.54	มากที่สุด
1.2 มีเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ	4.79	0.54	มากที่สุด
1.3 รูปแบบการดำเนินรายการมีความน่าสนใจ	4.57	0.48	มากที่สุด
1.4 คลิปมีคุณภาพ เช่น ภาพและเสียงคมชัดไม่กระตุก	4.44	0.73	มากที่สุด
1.5 มีโฆษณาคั่นรายการไม่มาก	4.06	1.07	มาก
ผลเฉลี่ยรวม	4.46	0.60	มากที่สุด



Table 3: (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$)	การแปลค่า
2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
2.1 มีการประชาสัมพันธ์โฆษณาบนแอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จักบนโซเชียลมีเดียอย่างทั่วถึง	4.02	1.02	มาก
2.2 ช่องหรือรายการมีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.41	0.76	มากที่สุด
2.3 ความถี่ในการอัปเดตคลิปวิดีโอใหม่มีส่วนทำให้เลือกติดตามรับชมมากยิ่งขึ้น	4.20	0.87	มาก
2.4 เห็นคลิปวิดีโอที่เคยรับชมแล้วในสื่อที่แตกต่าง เช่น Facebook ,Twitter, Tiktok ฯลฯ ทำให้สนใจรับชมและติดตามมากยิ่งขึ้น	4.09	1.08	มาก
ผลรวมเฉลี่ย	4.18	0.80	มาก

จาก Table 3 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 รองลงมา มีความคิดเห็นว่ามีเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ สนุก และเพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ย 4.70 มีความคิดเห็นว่ารูปแบบการดำเนินรายการมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.57 มีความคิดเห็นว่าคลิปมีคุณภาพ เช่น ภาพและเสียงคมชัดไม่กระตุก มีค่าเฉลี่ย 4.44 และมีความคิดเห็นว่ามีโฆษณาคั่นรายการไม่มาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ โดยรวมแล้วปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับค่าเฉลี่ย 4.51 (มากที่สุด) ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีช่องหรือรายการมีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมา มีความคิดเห็นถึงความถี่ในการอัปเดตคลิปวิดีโอใหม่มีส่วนทำให้ผู้รับชมเลือกติดตามรับชมมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.20 การเห็นคลิปวิดีโอที่เคยรับชมแล้วในสื่อที่แตกต่าง เช่น Facebook, Twitter, Tiktok ฯลฯ ทำให้สนใจรับชมและติดตามมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ โดยรวมแล้วปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (มาก)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ข้อมูลที่ได้จากผลสำรวจทั้งหมดสามารถสรุปคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ดังที่แสดงต่อไปนี้ 1. ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง และ 2. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม



Table 4: ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคม

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน($S. D.$)	การแปลค่า
1. ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง			
1.1 บุคคลใกล้ชิดทำให้ท่านอยากรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์	3.85	1.16	มาก
1.2 บุคคลในสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว จึงทำให้ท่านสนใจที่จะเข้าไปรับชมคลิปวิดีโอ	4.01	1.10	มาก
ผลรวมเฉลี่ย	3.93	1.04	มาก
2. ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยม			
2.1 การรับชมสื่อออนไลน์ทำให้ท่านรู้สึกทันสมัย	3.88	1.10	มาก
2.2 ท่านสามารถนำเรื่องราวที่รับชมไปใช้เป็นหัวข้อสนทนากับคนในกลุ่มนั้นๆได้	4.31	0.92	มากที่สุด
2.3 การรับชมคลิปวิดีโอของนักแคสเกมและทำให้ท่านรู้สึกว่าคุณอยู่ในกระแสสังคม	3.71	1.18	มาก
ผลรวมเฉลี่ย	3.65	0.94	มาก

จาก Table 4 วิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูป ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าคุณค่าในสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว จึงทำให้ท่านสนใจที่จะเข้าไปรับชมคลิปวิดีโอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และมีความคิดเห็นว่าคุณค่าในสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ โดยรวมแล้วปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับค่าเฉลี่ย 3.93 (มาก) ส่วนปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าคุณค่าในสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปสามารถนำมาใช้เป็นหัวข้อสนทนากับคนในกลุ่มนั้นๆได้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมามีความคิดเห็นว่าการรับชมสื่อออนไลน์ทำให้รู้สึกทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีความคิดเห็นว่าการรับชมคลิปวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ทำให้รู้สึกว่าคุณอยู่ในกระแสสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ โดยรวมแล้วปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยมมีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในระดับค่าเฉลี่ย 3.65 (มาก)

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ การศึกษาทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์แตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test ซึ่งทำการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่าง



กัน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ย

Table 5: แสดงผลการวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig
ชาย	63	4.21	0.413	.808	.369
หญิง	337	4.14	0.449		
Total	400	4.17	0.431		

จาก Table 5 พบว่าการทดสอบเพศกับระดับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ด้วยการวิเคราะห์ Independent Sample T-Test พบว่าค่า F = 0.808 และค่า sig เท่ากับ 0.369 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการคำนวณระดับความเชื่อมั่น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ $100*(1 - \alpha)\%$ หรือ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นแสดงว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

Table 6: แสดงผลการวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig
15-20 ปี	199	4.18	0.417	2.835	.016
21-25 ปี	144	4.16	0.417		
26-30 ปี	42	3.93	0.552		
31-35 ปี	9	4.23	0.409		
36-40 ปี	4	4.12	0.946		
41 ปีขึ้นไป	2	4.59	0.097		
Total	400	4.15	0.444		

จาก Table 6 พบว่าการทดสอบอายุกับระดับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าค่า F = 2.835 และค่า sig เท่ากับ 0.016 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการคำนวณระดับความเชื่อมั่น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ $100*(1 - \alpha)\%$ หรือ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นแสดงว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า การที่กลุ่มตัวอย่างมีอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษานักแคสเกมและวีทูปเบอร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมีการทำการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ยูทูประหว่างช่วงอายุต่างๆ โดยการทำให้ post hoc test และได้ผลการทดลอง ดังตารางต่อไปนี้



Table 7: ตารางเปรียบเทียบระดับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษานักแคสเกมและวีทูปเบอร์ แบบ post hoc test ของช่วงอายุต่าง ๆ

อายุ	Mean Difference	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
				Lower Bound	Upper Bound	
15-20 ปี	26-30 ปี	.25346*	.07451	.001	.1070	.4000
21-25 ปี	26-30 ปี	.23390*	.07695	.003	.0826	.3852
	15-20 ปี	-.25346*	.07451	.001	-.4000	-.1070
26-30 ปี	21-25 ปี	-.23390*	.07695	.003	-.3852	-.0826
	41 ปีขึ้นไป	-.65873*	.31759	.039	-1.2831	-.0344

จาก Table 7 พบว่าเมื่อนำมาเทียบตารางแบบ post hoc test พบว่าช่วงอายุที่ต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ที่ต่างกัน โดยที่ช่วงอายุ 15-20 ปี เทียบกับ 26-30 ปี มีค่า Sig = 0.001 ช่วงอายุ 21-25 ปี เทียบกับ 26-30 ปี มีค่า Sig = 0.003 และช่วงอายุ 26-30 ปี เทียบกับ 41 ปีขึ้นไป มีค่า Sig = 0.0039 เป็นช่วงอายุที่ค่อนข้างมาก และเป็นวัยที่ไม่ค่อยคล้อยตามการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย

Table 8: แสดงผลการวิเคราะห์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	48	4.18	0.333	1.156	.326
มัธยมปลาย/ปวช.	100	4.16	0.476		
ปริญญาตรี	229	3.93	0.446		
สูงกว่าปริญญาตรี	23	4.23	0.474		
Total	400	4.15	0.444		

จาก Table 8 พบว่าการทดสอบระดับการศึกษา กับระดับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าค่า F = 1.156 และค่า sig เท่ากับ 0.326 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการคำนวณระดับความเชื่อมั่น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ $100 \times (1 - \alpha) \%$ หรือ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นแสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์



Table 9: แสดงผลการวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย
กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	274	4.17	0.420	.385	.859
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	4.17	0.383		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23	4.13	0.595		
พนักงานหรือเอกชน	51	4.08	0.440		
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	13	4.10	0.392		
อื่นๆ	36	4.16	0.545		
Total	400	4.15	0.444		

จาก Table 9 พบว่าการทดสอบอาชีพกับระดับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าค่า $F = 0.385$ และค่า sig เท่ากับ 0.859 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการคำนวณระดับความเชื่อมั่น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ $100*(1 - \alpha)\%$ หรือ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นแสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

Table 10: แสดงผลการวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย
กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

รายได้	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	227	4.15	0.429	.686	.602
10,000 – 15,000 บาท	69	4.17	0.416		
15,001 – 20,000 บาท	71	4.20	0.461		
25,001 – 30,000 บาท	12	4.10	0.420		
มากกว่า 30,000 บาท	21	4.03	0.629		
Total	400	4.15	0.444		

จาก Table 10 พบว่าการทดสอบรายได้กับระดับปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าค่า $F = 0.686$ และค่า sig เท่ากับ 0.602 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการคำนวณระดับความเชื่อมั่น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ $100*(1 - \alpha)\%$ หรือ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นแสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์



การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์และในกรณีนี้เป็นการวิเคราะห์สมการถดถอยที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวแปร (Multiple Regression) จึงเลือกใช้วิธี Enter Method ซึ่งเป็นการนำตัวแปรทั้งหมดเข้ามาวิเคราะห์ในสมการพร้อมกัน โดยข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์เป็นข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม ซึ่งมีการตรวจสอบความสมบูรณ์และความครบถ้วนของข้อมูลแล้ว จำนวน 400 ชุด และทางผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ไว้ดังนี้

Table 11: ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	19.177	4	4.794	25.778	.000
Residual	73.463	395	.186		
Total	92.640	399			

Table 12: ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 ^a	.207	.199	.431

จากการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่ากลุ่มปัจจัยจากการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ จากผลการทดสอบดังตารางพบว่า มีกลุ่มปัจจัยอย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ มีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 25.778$, $Sig. < 0.05$) โดยสมการที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยของกลุ่มปัจจัยทั้ง 4 กลุ่มนั้น สามารถนำไปอธิบายความแปรปรวนของผลที่มีต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ได้ร้อยละ 20.7 ($R \text{ Square} = 0.207$)



Table 13: ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ของตัวแปรแต่ละกลุ่มปัจจัยจากการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.681	.241		11.126	.000
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.281	.044	.285	6.318	.000
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.289	.043	.345	6.713	.000
ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง	-.005	.039	-.007	-.130	.896
ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยม	-.063	.029	-.112	-2.140	.033

จาก Table 13 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยม โดยทั้ง 3 ปัจจัยมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก และยอมรับสมมติฐานรอง แสดงว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยมมีผลต่อตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Beta Coefficient พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่า Beta = 0.345) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่า Beta = 0.285) และปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยม (ค่า Beta = -0.112) ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมการเพื่อใช้ในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ได้ดังนี้

$$Y = 2.681 + 0.281 (\text{ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.289 (\text{ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด}) + -0.063 (\text{ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตและค่านิยม})$$

เมื่อ Y = ระดับความพึงพอใจ

บทสรุป วิจารณ์ผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก จำนวน 400 คน



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ยูทูบในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.25 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 15.75 ไม่ว่าจะเป็เพศอะไรก็ตาม ต่างก็ล้วนสนใจในสื่อออนไลน์กันทั้งนั้น ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.80 ซึ่งเป็นอายุที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นที่มีความสนใจในสื่อออนไลน์เป็นอย่างมาก ซึ่งต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.50 ซึ่งเป็นวัยที่เริ่มมีอายุมากขึ้น มีความสนใจในสื่อออนไลน์น้อย เพราะคนในวัยนี้จะสนใจในหน้าที่การงานมากกว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.25 ไม่ว่าจะมึระดับการศึกษาอยู่ในระดับใดก็ตาม ต่างก็ล้วนสนใจในสื่อออนไลน์กันทั้งนั้น ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ ไม่ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 68.50 ไม่ว่าจะประกอบอาชีพอะไรก็ตาม ต่างก็ล้วนสนใจในสื่อออนไลน์กันทั้งนั้น ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ย ไม่ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.80 ไม่ว่าจะมึรายได้เฉลี่ยเท่าไรก็ตาม ต่างก็ล้วนสนใจในสื่อออนไลน์กันทั้งนั้น

2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบเพื่อรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 38.25 ส่วนใหญ่รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และส่วนใหญ่รับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในช่วงเวลาก่อนเข้านอน คิดเป็นร้อยละ 41.00

3. ข้อมูลปัจจัยจากการใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

สรุปได้ว่า ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ในประเทศไทย เนื่องจากปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลในเรื่องของการเข้าถึงของผู้รับชม มีช่องทางในการรับชมที่หลากหลาย สะดวกรวดเร็วเข้าถึงได้ทุกที่และสามารถเลือกรับชมคลิปวิดีโอได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้ผู้รับชมเลือกที่จะรับชมคลิปวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ช่องนั้นๆมากขึ้น



สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปด้านสังคม ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

สรุปได้ว่า ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปด้านสังคม ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ในประเทศไทย เนื่องจากปัจจัยด้านสังคมประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม สามารถทำให้เกิดการโน้มน้าวให้ผู้รับชมเลือกรับชมคลิปวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์คล้อยตาม และเลือกรับชมคลิปวิดีโอตามสังคมหรือกลุ่มคนที่ตนเองอยู่ใกล้ชิดได้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปด้านพฤติกรรมการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

สรุปได้ว่า ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปด้านพฤติกรรมการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกรับชมวิดีโอของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์ในประเทศไทย เนื่องจากปัจจัยด้านการใช้งานมีผลในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการรับชมหรือแชร์คลิปวิดีโอให้ผู้อื่นได้รับชมในสิ่งที่ตนเองสนใจและอยากให้ผู้อื่นรับรู้และเกิดความสนใจด้วย อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับความถี่ในการรับชมและช่วงเวลาที่คุณส่วนใหญ่เลือกรับชมคลิปวิดีโอออนไลน์ของนักแคสเกมและวีทูปเบอร์อีกด้วย

กล่าวโดยสรุปจากการวิจัย ปัจจัยจากการใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ มีอิทธิพลมากไปน้อยตามลำดับ คือ 1) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด) ส่งผลในเชิงบวกต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ 2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์) ส่งผลในเชิงบวกต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ 3) ปัจจัยด้านสังคม (ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม) ส่งผลในเชิงบวกต่อระดับการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

พบปัญหาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยต้องโพสต์แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูปในประเทศไทย กรณีศึกษา นักแคสเกมและวีทูปเบอร์ ลงในกลุ่มนักแคสเกมและวีทูปเบอร์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ทำให้สมาชิกในกลุ่มเห็นโพสต์ของแบบสอบถามผ่านๆ ไม่ได้มีความประสงค์ที่จะทำแบบสอบถามสักเท่าไร จึงทำให้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นไปได้ช้า เนื่องจากผู้วิจัยต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 400 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากพอสมควร

เอกสารอ้างอิง

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2565. เวอร์ชวลยูทูปเบอร์. แหล่งที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/เวอร์ชวลยูทูปเบอร์>, 5 มกราคม 2566.

Dataxet. 2565. YouTube แพลตฟอร์มที่คนไทยใช้งานมากที่สุดปี 64. แหล่งที่มา:

<https://www.dataxet.co/media-landscape/2022-th/youtube>, 5 มกราคม 2566.



Garena Academy. ม.ป.ป.. เกมแคสเตอร์ (Game Caster). แหล่งที่มา:

<https://www.garenaacademy.com/job/game-player-caster/game-caster>, 5 มกราคม 2566.

Zortout. 2565. เปิดสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 2565 คนไทยเล่นเน็ตเยอะแค่ไหน. แหล่งที่มา:

<https://zortout.com/blog/statistics-of-internet-users-in-thailand-2022>, 10 มกราคม 2566.