

ปัจจัยคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ
วิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม

Quality Factors and Perceived Benefits Affecting Service Satisfaction
with Video Streaming of Students in Nakhon Pathom Province

สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์¹ อริณชย์ ณ ระนอง² วัชรพล แจ่มนิยม³

Surasit Udomthanavong, Arin Na Ranong, Watcharapon Jamninyom

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาที่ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม จำนวน 430 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติอ้างอิงประเภทการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 อายุ 21-23 ปี มีจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีที่ 4 มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งผ่านอุปกรณ์ Smart Phone ตามลำดับ โดยมีจำนวนการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งทุกวัน มีระยะเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง นาน 2-4 ชั่วโมง ปกติซื้อแพ็คเกจวิดีโอสตรีมมิ่งจากแอปพลิเคชัน Netflix โดยมีระยะเวลาในการรับชม วิดีโอสตรีมมิ่งผ่าน Netflix โดยส่วนจะขึ้นขอบคอนเทนต์วิดีโอประเภทภาพยนตร์ / ซีรีส์แนวรักโรแมนติก ตามลำดับ เหตุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อแพ็คเกจวิดีโอสตรีมมิ่งคือเพื่อน ตามลำดับ ผลการทดสอบพบว่า คุณภาพของระบบ ($\beta = 0.218$) คุณภาพของข้อมูล ($\beta = 0.250$) คุณภาพของเนื้อหา

Received: 2022-09-28 Revised: 2022-11-15 Accepted: 2022-11-25

¹ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น Faculty of Business Administration, Thai-Nichi Institute of Technology. Corresponding Author e-mail: e-mail: surasit@tni.ac.th

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. e-mail: arin.nar@rmutr.ac.th

³ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ Faculty of, Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. e-mail: 1621051041205

($\beta = 0.159$) และการรับรู้ประโยชน์ ($\beta = 0.266$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

คำสำคัญ (Keyword): คุณภาพของระบบ; คุณภาพของข้อมูล; คุณภาพของเนื้อหา; การรับรู้ประโยชน์; ความพึงพอใจของการใช้บริการ; วิดีโอสตรีมมิ่ง

Abstract

The objectives of this research were 1) to investigate the behavior of using video streaming service of students in Nakhon Pathom Province, 2) to study the opinion of quality factors and perceived benefits and satisfaction with the use of video streaming services of students in Nakhon Pathom Province and 3) to study the factors affecting satisfaction with the use of video streaming services of students in Nakhon Pathom Province. This was survey research. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The sample was 430 students who used video streaming service in Nakhon Pathom Province. Data were analyzed using descriptive statistics such as mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the study indicated that most of the respondents were female (230 people, representing 53.5%), aged 21-23 years (300 people, representing 69.8%), graduated with a bachelor's degree at the 4th year (240 people, representing 55.8%) and earned a monthly income between 5,000 - 10,000 baht (166 people, representing 38.5%). In terms of service behavior, it was found that most of the respondents watched video streaming via their smart phone devices. For watching frequency, they watched streaming video every day with a duration of watching during 2-4 hours. Normally, the video streaming package was purchased from the Netflix application with the viewing time of video streaming via Netflix. They preferred watching romantic movie/series video content respectively. A person motivating their decision-making for purchase was their friend. The results of hypothesis testing revealed that system quality ($\beta = 0.218$), data quality ($\beta = 0.250$), content quality ($\beta = 0.159$), and perceived benefit ($\beta = 0.266$) had a positive influence on service satisfaction with video streaming service with a statistical significance level of 0.01.

Keywords: System Quality; Data Quality; Content Quality; Perceived Benefits; Service Satisfaction; Video Streaming

บทนำ (Introduction)

ในสมัยก่อนนั้น “ทีวี” และ “วิทยุ” คือ ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการดูหนัง ละคร ฟังเพลง หรือแม้กระทั่งการดูข่าว จึงเป็นช่องทางหลักของแหล่งข้อมูลที่เราสามารถเชื่อถือและมีอิทธิพลกับเรามากที่สุดใช้ไหมครับ ถือว่าเป็นข้อดีในยุคนั้นเลย ส่วนข้อเสียนั้นก็คือเราไม่สามารถกำหนดสิ่งที่ต้องการดูได้ ทุกอย่างต้องเป็นไปตามเวลาและไม่สามารถเลือกที่จะดูและฟังในสิ่งที่ต้องการได้ ซึ่งมันไม่สามารถตอบโจทย์สำหรับเราในยุคนี้ ยุคที่ข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องที่สามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว มีหลายตัวเลือกให้เลือกเสพจึงเป็นที่มาของการ “Streaming” (วิษุทธิ์ เตชะเกิดกมล, 2561)

สตรีมมิ่ง (Streaming) คือ การรับส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยการใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยให้เข้าถึงยังอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ง่ายดายมากขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางรายได้เพิ่มจำนวนยอดผู้ชมพร้อมสร้างโอกาสทางธุรกิจได้อย่างดี เนื่องจากการรับชมผ่านการ Streaming สามารถรับชมได้อย่างไม่จำกัดไม่ว่าอยู่ตรงไหนของโลกก็สามารถรับชมได้ นอกจากนี้อุปกรณ์ที่ใช้รับชมยังหลากหลายไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์, มือถือ, แท็บเล็ต หรือแม้แต่สมาร์ตทีวี ด้วยการที่ Streaming มีระบบเชื่อมต่อออนไลน์เข้ามาเกี่ยวข้องยังทำให้สามารถสร้างจุดเด่นเกี่ยวกับการพูดคุยกับคนดูหรือการสื่อสารระหว่างกันได้ง่ายขึ้นด้วยประเภทถามตอบหรือหากต้องการเปลี่ยนมุมมองและสร้างสรรค์ฟังก์ชันดี ๆ ก็สามารถทำได้อีกเยอะ ส่งผลให้การรับชมของคนดูแทบไม่ได้ต่างจากการดูผ่านทีวีเฉลอ ๆ ยังมีอะไรให้ทำมากกว่าการดูผ่านทีวีด้วยซ้ำ นับได้ว่าเป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดใหม่ ๆ Streaming ถือเป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดออนไลน์รูปแบบใหม่ที่สามารถเลือกใช้ในวงการออนไลน์ได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นเกมงานอีเวนต์, รายการ และอื่น ๆ (วิษุทธิ์ เตชะเกิดกมล, 2561)

ในประเทศไทยช่วงแรกการให้บริการ OTT และสภาพตลาดในช่วงก่อนปี 2556 ยังถือว่าไม่ขยายตัวรวดเร็วมากนัก เนื่องจากบริการ OTT จำเป็นต้องอิงอยู่กับบริการอินเทอร์เน็ตเป็น ช่องทางสำคัญในการส่งเนื้อหาไปยังผู้ชม ดังนั้นการที่โครงข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วถึงทั้งประเทศเป็นอุปสรรคสำคัญทำให้บริการ OTT มีข้อจำกัดอยู่ จนกระทั่งต่อมาประเทศไทยได้นำเอาเทคโนโลยีบรอดแบนด์ หรือการส่งข้อมูลความเร็วสูงมาพัฒนาในการให้บริการ อินเทอร์เน็ตทั้งแบบไร้สายและใช้สาย และด้วยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปี 2556 ได้มีการเปิด ให้บริการ 3G ในทำให้สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความเร็วและเสถียรมากขึ้นประกอบกับอุปกรณ์การรับชมอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตได้มีการพัฒนารองรับการรับชมบริการภาพและเสียง ที่คมชัดในราคาที่ถูกลงด้วยเช่นกัน (รมิดา จรินทิพย์พิทักษ์, 2561) ผลการสำรวจของ We are social และ Hootsuite (2561) ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions ได้เก็บสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนทั่วโลกและประเทศไทย เผยจากผลสำรวจ "Global Digital 2019" พบว่าคนไทยทั่วประเทศที่มีอยู่ราว 70 ล้านคน สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ 57 ล้านคน โดยมีถึง 90% ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (71%) ผ่านคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก (25%) และแท็บเล็ต (12%) ขณะที่ระยะเวลาการ

ใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 9 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน (นับรวมทุกอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์), โดยใช้เวลาดู Online Streaming หรือ Video On Demand 3 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน (มาร์เกตออนไลน์ 2019 : ออนไลน์)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจเลือกศึกษาปัจจัยคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม ขึ้นมาเพื่อให้ทราบตัวแปร คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของเนื้อหา การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมที่ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง เพื่อทางคณะผู้จัดจะได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์การใช้บริการบริการวิดีโอสตรีมมิ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

- สมมติฐานที่ 1 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการ
- สมมติฐานที่ 2 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการ
- สมมติฐานที่ 3 คุณภาพของเนื้อหา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการ
- สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการศึกษา โดยมีรายละเอียดในเรื่องของประชากรกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ในจังหวัดนครปฐม อายุระหว่าง 18-26 ปี เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ (Cochran. 1974) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (สุณิสสา ตรงจิตร. 2559) ได้จำนวน 385 คน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 430 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 8 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม จำนวน 7 ข้อ และตอนที่ 3-7 เพื่อศึกษาความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของตัวแปร ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของเนื้อหา การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้บริโภค จำนวน 19 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด ระดับที่ 2 เห็นด้วยน้อย ระดับที่ 3 เห็นด้วยปานกลาง ระดับที่ 4 เห็นด้วยมาก และระดับที่ 5 เห็นด้วยมากที่สุด

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มนักศึกษาที่ใช้บริการวิดิโอสตรีมมิ่งที่มีอายุ 18-26 ปี ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ตรวจสอบความเป็นปรนัย และความสมบูรณ์ของข้อความ เพื่อความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการหาความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach's Alpha Coefficient Cronbach (1974) ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.942 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ของ Cronbach ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น และเชื่อถือได้

4. เก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามสำหรับกลุ่มนักศึกษาที่ใช้บริการวิดิโอสตรีมมิ่งมีอายุตั้งแต่ 18-26 ปี ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งออกเป็น 8 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มของนักศึกษาที่ใช้บริการวิดิโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการวิดิโอสตรีมมิ่ง ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการวิดิโอสตรีมมิ่งของกลุ่มของนักศึกษาที่ใช้บริการวิดิโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของคุณภาพของระบบ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ระดับความสำคัญของคุณภาพของข้อมูล ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ระดับความสำคัญของคุณภาพของเนื้อหา ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 6 ระดับความสำคัญของการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 7 ระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลที่ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้แบบสอบถาม ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาผลปัจจัยที่ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร และ 3) สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อหาความสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องของข้อมูล พบว่าจำนวนที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 430 ชุด และนำผลลัพธ์ที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผล โดยแบ่งการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 อายุ 21-23 ปี มีจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีที่ 4 มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

2. ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งผ่านอุปกรณ์ Smart Phone มากที่สุด มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งทุกวันมากที่สุด มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ซื้อแพ็คเกจวิดีโอสตรีมมิ่งจาก Netflix มากที่สุด มีจำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 ชื่นชอบคอนเทนต์วิดีโอประเภทภาพยนตร์/ซีรีส์แนวโรแมนติก มีจำนวน 97 คิดเป็นร้อยละ 22.6 และส่วนใหญ่มักเลือกซื้อแพ็คเกจวิดีโอสตรีมมิ่งคือเพื่อนมากที่สุด มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวแปรคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสรุปรสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวแปรคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการ

ตัวแปร พยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	SE _B	β		
(ค่าคงที่)	0.443	0.154		2.872	0.004**
X ₁	0.117	0.048	0.218	4.718	0.000**
X ₂	0.228	0.048	0.250	5.119	0.000**
X ₃	0.163	0.058	0.159	2.805	0.005**
X ₄	0.275	0.054	0.266	2.805	0.000**
R = 0.797 R ² = 0.636 F = 185.277					

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (β) ของตัวแปร 1 คุณภาพและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริการพบว่า Sig. (2-tailed) ของทุกตัวแปรพยากรณ์มีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) สรุปได้ว่า คุณภาพของระบบ (X1) คุณภาพของข้อมูล (X2) คุณภาพของเนื้อหา (X3) และการรับรู้ประโยชน์ (X4) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ทั้งนี้สามารถพบการค้นพบความพึงพอใจในการใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของเนื้อหา และการรับรู้ประโยชน์สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1) คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของระบบส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเพราะผู้ที่เข้ามาชมแอปพลิเคชันต่างๆของวิดีโอสตรีมมิ่งที่จะมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันไปซึ่งความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันก็จะแตกต่างกันออกไปสอดคล้องกับการศึกษาของ อิศรา มธุรสพรวัฒนา (2561)

ที่ว่า ทักษะและปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Netflix

2) คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของข้อมูล ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานรวมถึงคุณภาพของข้อมูลของผู้บริโภค โดยศึกษาจากแอปพลิเคชันสตรีมมิ่งของผู้บริโภคเพราะข้อมูลมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Netflix เนื่องจากข้อมูลเป็นปัจจัยหลักสำคัญทางด้านการรับรู้ที่จะสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภค จากพฤติกรรมการใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ของ ภิรดา มธูสรพัฒนา (2561) ที่ว่า ทักษะและปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Netflix

3) คุณภาพของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของข้อมูล ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเพราะผู้ใช้งานส่วนใหญ่พบสื่อโฆษณาของแอปพลิเคชัน Netflix จาก สื่อโฆษณาออนไลน์เป็นหลัก เหตุผลที่ทำให้รู้สึกอยากทดลองใช้ บริการแอปพลิเคชัน Netflix และเพราะว่าแอปพลิเคชัน Netflix มีเนื้อหาน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่แล้ว ก็ใช้ บริการแอปพลิเคชัน Netflix เป็นเวลา 3 เดือนขึ้นไป และเนื้อหาที่ประกอบไปด้วยความหลากหลายของรูปแบบรายการบันเทิง เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกรับชมรายการจากผู้ให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ อดิษฐ์วรรณ ทรงพรพาณิชย์ (2563) ที่ว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการภาพยนตร์ผ่านวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ของผู้บริโภคเจนเอ็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร

4) การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานว่าเป็นไปตามที่คาดหวัง ทั้งในด้านความสามารถในการค้นหารายการ ประหยัดเวลาในการค้นหา การเข้าถึงรายการที่หลากหลาย และเพิ่มความสะดวกสบายในการรับชม สอดคล้องกับการศึกษาของ อดิษฐ์วรรณ ทรงพรพาณิชย์ (2563) ที่ว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการภาพยนตร์ผ่านวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ของผู้บริโภคเจนเอ็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestion)

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งของนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม

1.1 จากการศึกษาจะพบว่า การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งซึ่งจะเห็นว่ามีลำดับความสำคัญแรก โดยการรับรู้ประโยชน์ควรความสามารถในการค้นหารายการ เพื่อประหยัดเวลาในการค้นหามากที่สุด การเข้าถึงรายการที่หลากหลาย และเพิ่มความสะดวกสบายในการรับชม

1.2 จากการศึกษาจะพบว่า คุณภาพของข้อมูลส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งซึ่งจะเห็นว่าเป็นลำดับที่สอง ดังนั้นความสำคัญคุณภาพของข้อมูลควรเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการรับชม ผ่านการได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายการอย่างถูกต้องครบถ้วนและชัดเจนที่ได้รับมีมากที่สุด รวมถึงการนำเสนอและแนะนำรายการที่เกี่ยวข้องตรงตามความชอบของผู้บริโภค

1.3 จากการศึกษาจะพบว่า คุณภาพของเนื้อหาส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งซึ่งจะเห็นว่าเป็นลำดับที่สาม ดังนั้นความสำคัญคุณภาพของเนื้อหา ควรมีเนื้อหารายการที่มีเอกลักษณ์บทร่าย และมีความหลากหลายจำนวนมากเพียงพอให้ผู้บริโภคได้เลือกรับชมมากที่สุด เป็นสิ่งที่พิจารณาถึงประโยชน์จากการรับชม ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพสูงมีความสำคัญต่อการเพิ่มการรับรู้ประโยชน์มากขึ้น

1.4 จากผลการศึกษาจะพบว่า คุณภาพของระบบส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ดังนั้นคุณภาพของระบบในเรื่องของการใช้งานรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งควรมีระบบที่มีความง่ายต่อการใช้อย่างมากที่สุด หากต้องการให้ผู้ที่เคยใช้บริการหรือผู้ที่มีความสนใจใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ควรจะมีการพัฒนาคุณภาพระบบและแพลตฟอร์มอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรับชมและนำไปสู่การรับรู้ประโยชน์หลังการใช้งาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 สํารวจในบริบทรูปแบบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งในเชิงลึกของนักศึกษาจังหวัดอื่นเพื่อที่จะได้จำนวนข้อมูลที่กว้างขึ้น

2.2 เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีเวลาจำกัด จึงศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในจังหวัดนครปฐมเพียงอย่างเดียวทำให้ข้อมูลที่ได้อาจจะกระจายได้ไม่ทั่วถึงในอนาคตอาจมีศึกษาในกลุ่มนักศึกษาในจังหวัดหรือภูมิภาคอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาระบบวิดีโอสตรีมมิ่งต่อไป

2.3 การวิจัยครั้งนี้สามารถพยากรณ์ตัวแปรคือ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของเนื้อหา และการรับรู้ประโยชน์ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการวิดีโอสตรีมมิ่ง นอกเหนือจากตัวแปรที่ได้ผ่านการศึกษาจากวิจัยนี้

2.4 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา เชิงปริมาณเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งจึงควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพ เพิ่มเติมเช่นมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

กัมยธร รื่นพันกุล. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการNetflix ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ชาลี ยั่งยืน. (2560). การใช้และความพึงพอใจต่อการใช้บริการภาพยนตร์ผ่านแพลตฟอร์ม Netflix ของกลุ่ม Gen Y. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์และสารมวลช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐฐา ถิรโสภี และชัยวัฒน์ อุตตมากร. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ เชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีเว็บไซต์ของการเรียนการสอนในระบบเปิด. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 39(5), 98.
- ณัฐสิมา สงคง. (2562). มุมมอง พฤติกรรม และผลจากการใช้บริการธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งในประเทศไทย: กรณีศึกษา Netflix. การประชุมวิชาการระดับชาติ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ประจำปี 2562 วันที่ 26 มิถุนายน 2562.
- ธิดา มธรสพรวัฒนา. (2561). ทศคติและปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ Netflix ในแต่ละ Generation. การค้นคว้าอิสระ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีรพงศ์ วีระวุฒิ. (2661). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชันNetflix ของ
ผู้ใช้งาน Netflix ในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- มาร์เกตออนไลน์. (2562). ตลาดวิดีโอสตรีมมิ่ง ยังร้อนแรง. สืบค้น 30 มิถุนายน 2565, จาก
<https://marketeeronline.com>.
- รมิดา จรินทร์พิทักษ์. (2561). บริการ OTT: ความท้าทายต่อสื่อเก่าและการกำกับดูแล. กรุงเทพฯ:
ม.ป.พ.
- วิษุทธิ์ เตชะเกิดกมล. (2021). Streaming (สตรีมมิ่ง) คืออะไร. สืบค้น 27 มิถุนายน 2565, จาก
<https://www.liveforsound.com>.
- สรารุณี. ทองศรีคำ. (2561). Video Streaming: บริบทของภาพยนตร์ออนไลน์ในวัฒนธรรม
(ดิจิทัล)ศึกษา, การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุนิสา ตรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลาง
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หิฎพัชร์ เคนพะนาน และสุรัชดา เชิดบุญเมือง. (2563). พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้
บริการ Video Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- อณัฏฐวรรณ ทรงพรวาณิชย์. (2563). ความพึงพอใจต่อการใช้บริการภาพยนตร์ผ่านวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์
ของผู้บริโภคเจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรุโณทัย พยัคฆพงษ์. (2560). แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในการแข่งขันทางการตลาด,
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 11(25),130-132.

- อุบลวรรณ ดานันท์สุข. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้บริการสตรีมมิงวิดีโอในกรุงเทพมหานคร, *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 7(2), 218.
- จันทร์พิมล สุริยา. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน, *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ*. 2(2), 30-33.
- ณัฐวดี จอกเล็ก และไพบลีย์ อาหารุ่งโรจน์. (มกราคม - เมษายน 2564). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจในการรับชม Vdo Streaming Netflix ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 15(1), 13.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, Lee Joseph. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York: Harper and Row.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*. 19(4), 9-30.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1998). The measurement of end-user computing satisfaction. *MIS Quarterly*. 12(2), 259-274.
- Dong, T. P., Cheng, N. C., & Wu, Y. C. J. (2014). A study of the social networking website service in digital content industries: The Facebook case in Taiwan. *Computers in Human Behavior*. 30, 708-714.
- Floropoulos, J., Spathis, C., Halvatzis, D. & Tsipouridou, M. (2010) Measuring the success of the Greek Taxation Information System. *International Journal of Information Management*. 30, 47-56.
- Likert, Rensis. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.