

การศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต

A Study of Netflix Application Usage Behavior of Phuket Rajabhat University Students

นัศรี ขาดีไทย^{*1} กานต์ธิดา บุตรเทล์¹ วรรัตน์ จงไกรจักร² และ ภาวิกา ขุนจันทร์²

Natsari Chatthai^{*1} Kanthida Butle¹ Worrarat Jongkaijak² and Pawika Kunjan²

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต^{*1}

Undergraduate Student, Business Computer Program, Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University^{*1}

อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Lecturer, Department of Business Computing, Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University²

*Corresponding author, email: pawika.k@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2) ความพึงพอใจต่อการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และ 3) ความคาดหวังในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample t-test, One way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตส่วนใหญ่ ใช้ความถี่ในการเข้าชม เน็ตฟลิกซ์ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการดู 00:00 - 05:00 น. ระยะเวลาในการเข้าใช้ 1 - 3 ชั่วโมง อุปกรณ์ที่ใช้ในการดู คือ โทรศัพท์มือถือ และนิยมรับชมประเภทเนื้อหาซีรีส์ไทย โดยการรับชมคนเดียว ส่วนใหญ่รู้จักจากโฆษณา Youtube, Website และมีบัญชีผู้ใช้ จำนวน 2 บัญชี โดยระดับความพึงพอใจในการเข้าใช้เน็ตฟลิกซ์ มีความพึงพอใจด้านความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านรูปแบบการใช้งาน และด้านความคุ้มค่า มีความคาดหวังในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ด้านความเพลิดเพลินมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้และด้านคุณลักษณะของสื่อ โดยนักศึกษาที่มี อายุ ชั้นปีที่ศึกษา คณะที่ศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์สามารถนำผลวิจัยไปปรับปรุงแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเข้าใช้เน็ตฟลิกซ์ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง

Abstract

This research was designed with purposes to study 1) the behavior of Netflix Application using of Phuket Rajabhat University students, 2) the satisfaction of Netflix Application of Phuket Rajabhat University students and 3) the expectation of Netflix Application of Phuket Rajabhat University students. The sampling group consists of the current 400 students from Phuket Rajabhat University students by using the stratified sampling and convenience sampling. The research was conducted via questionnaire to data collection. It was analyzed by descriptive statistics and the hypothesis was tested by Independent Sample t-test, One way ANOVA.

The research findings have revealed that most Phuket Rajabhat University students are frequency to use the Netflix Application 3-4 times per week, spending their time during 00.00 - 05.00 AM, the amount of time 1 - 3 hours. The equipment for watching is mobile phone. They prefer to see Thai series and watch them alone. The providing sources are from the advertisement from Youtube, Website which are composed

of two accounts. The satisfactory level of Netflix Application is on entertainment with the highest scale, followed by the patterns and worthiness of Netflix Application usage. The expectation of Netflix Application using is for enjoyment at the highest level, followed by perception and media features. The difference of age, years of studying, faculty, average monthly income and GPA (grade point average) have affected on the level of satisfaction to use Netflix Application differently at the statistically significant level at .05. The Netflix providing business can bring this research findings to improve the Netflix application for better to meet the client's requirement.

Keywords: Netflix Bbehavior, Satisfaction, Expectation

บทนำ

เน็ตฟลิกซ์ เริ่มต้นธุรกิจในปี 1997 โดยคอนเซปต์ คือ ร้านดีวีดีให้เช่า ในช่วงนั้นมีบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Blockbuster เป็นเจ้าตลาดในอเมริกา คอนเซปต์ของ Blockbuster คือเช่าวีดีโอของร้าน เมื่อถึงระยะเวลาก็นำไปคืน โดย Netflix พบปัญหาจากการเช่าหนังแผ่น คือ การลืมนำไปคืนและทำให้เสียค่าปรับมาก โดยเน็ตฟลิกซ์คิดวิธีให้เช่าโดยไม่เสียค่าปรับ คือ การเช่าแบบเหมาจ่ายรายเดือนและเช่ากี่แผ่นก็ได้

ในเวลานั้น เน็ตฟลิกซ์ ตั้งอยู่แล้วในอเมริกา วันหนึ่งต้องการขยายฐานสมาชิกในเอเชีย สิ่งที่เขาทำ คือ ประกาศในงาน CES (The Consumer Electronics Show) ซึ่งจัดในลาสเวกัสทุกปี ว่าจากวันนี้เขาจะขยายฐานไปที่เอเชีย และคนในเอเชียสามารถเข้าเว็บไซต์ เน็ตฟลิกซ์ และจ่ายเงินในสกุลเงินของประเทศตัวเองได้ หลังจากการประกาศก็เป็นข่าวใหญ่ในเอเชียแน่นอนว่าตอนนั้นก็คู่แข่งมากมาย เช่น influx สิ่งที่น่าสนใจ คือ เน็ตฟลิกซ์ มีบริษัทอยู่ในแคลิฟอร์เนีย แต่สามารถขยายออกไปทั่วโลก และมีมูลค่าบริษัท (Valuation) ในปัจจุบันอยู่ที่ 6 หมื่นล้านเหรียญ มีพนักงาน 3,700 คน ทั่วโลก และที่สำคัญ คือ มีจำนวนสมาชิก (Subscribers) เดิมโตกว่า 130 ล้านคน ขยายไปทั้งหมด 130 ประเทศทั่วโลก โดย Fast Company จัดให้เน็ตฟลิกซ์ เป็น Top 50 The Most Innovative Company หรือบริษัทที่มีนวัตกรรมที่ยอดเยี่ยม

ดังนั้นในตอนนั้น เน็ตฟลิกซ์ มีทั้งกลยุทธ์การตลาดที่น่าสนใจ การซื้อลิขสิทธิ์และสร้างคอนเทนต์ รวมถึงปรับ Interface ดึงดูดคน และย่อขนาดไฟล์เพื่อทำให้คนเสฟได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วยในก้าวต่อไปของ เน็ตฟลิกซ์ มีความท้าทายว่า ในปีหน้า Disney จะเข้าสู่การทำ Streaming Service ที่เข้ามาสู้กับ เน็ตฟลิกซ์ นั่นเอง ประเด็น คือ Disney เป็นเจ้าของคอนเทนต์มากมาย ทั้ง Marvel, Star Wars, Thor และอื่น ๆ แน่นอนว่าถ้าเข้ามาทำ Streaming Services หนึ่งเหล่านี้จะเข้าไปอยู่ใน Disney ทั้งหมดเลย แต่จะขายลิขสิทธิ์ให้ เน็ตฟลิกซ์ หรือไม่ หรือจะปล่อยในราคาที่แพงขึ้น อันนี้เป็นหน้าที่ของ เน็ตฟลิกซ์ ที่ต้องคิดต่อไปว่าจะต้องพึ่งพาคอนเทนต์จาก Disney หรือไม่ หรือต้องสร้างคอนเทนต์ที่สนุก มีคุณภาพเทียบเท่าหรือมากกว่า Disney ซึ่งปัจจุบันคนที่ติดตาม เน็ตฟลิกซ์ Original จะพบว่า หนึ่งที่ออกมามีคุณภาพสูสี Disney เลยทีเดียว (สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม, 2565)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เพื่อได้ทราบถึงพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษา ซึ่งคาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะได้นำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุง และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สมมติฐานในการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ที่แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

1. ประชากรในการวิจัย

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่ใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตร Cochran (1997) คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยขอปรับเป็นจำนวนเต็ม 400 คน

3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิตามจำนวนนักศึกษาแต่ละชั้นปีในมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และเลือกสุ่มแบบตามสะดวก

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะ	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
ครุศาสตร์	1,598	78
วิทยาศาสตร์	989	48
เทคโนโลยีการเกษตร	182	9
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2,478	120
วิทยาการจัดการ	2,981	145
รวม	8,228	400

ข้อมูล : สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (2565)

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2. พฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ ตอนที่ 3. ข้อมูลความพึงพอใจ และ ตอนที่ 4. ข้อมูลความคาดหวัง

5. การตรวจสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ ผู้มีประสบการณ์พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวน ภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์

2. การหาค่าความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้เกณฑ์ว่าแบบสอบถามควรมี ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.7 ขึ้นไป (Cortina, 1993; Schmitt, 1996) โดยได้ความเชื่อมั่น 0.82

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การแปลความหมายข้อมูล (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Research) อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยอธิบายและนำเสนอในรูปตารางเป็นร้อยละ

วิเคราะห์โดยใช้สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวัดระดับความสำคัญที่มีผลของแต่ละปัจจัยจะใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) และมีเกณฑ์การในการแปลผลข้อมูลด้านความสำคัญดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แสดงถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แสดงถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แสดงถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แสดงถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แสดงถึง ระดับน้อยที่สุด

วิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่า t (Independent sample t-test) และความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย การศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สรุปผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 18 - 20 ปี กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท/เดือน ความถี่ในการเข้าชม เน็ตฟลิกซ์ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการดู 00:00 - 05:00 น. ระยะเวลาในการเข้าใช้ 1 - 3 ชั่วโมง อุปกรณ์ที่ใช้ในการดู คือ มือถือ และนิยมรับชมประเภทเนื้อหาซีรีส์ไทย โดยการรับชมคนเดียว ส่วนใหญ่รู้จักจากโฆษณา Youtube, Website และมีบัญชีผู้ใช้ จำนวน 2 บัญชี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับพึงพอใจ
ความพึงพอใจด้านเนื้อหาข่าวสาร	3.75	0.492	มาก
ความพึงพอใจด้านความบันเทิง	4.16	0.585	มาก
ความพึงพอใจด้านรูปแบบการใช้งาน	3.98	0.520	มาก
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่า	3.80	0.566	มาก
เฉลี่ย	3.92	0.437	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านความบันเทิงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา คือ ด้านรูปแบบการใช้งาน และด้านความคุ้มค่า

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ความคาดหวังในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคาดหวัง
ความคาดหวังด้านการรับรู้	3.98	0.523	มาก
ความคาดหวังด้านความเพลิดเพลิน	4.26	0.613	มากที่สุด
ความคาดหวังด้านคุณลักษณะของสื่อ	3.97	0.527	มาก
เฉลี่ย	4.07	0.473	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ความคาดหวังในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังด้านความเพลิดเพลิน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือ ความคาดหวังด้านการรับรู้ และความคาดหวังด้านคุณลักษณะของสื่อ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ที่แตกต่างกัน

นักศึกษาที่เข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ที่มีอายุ ชั้นปีที่ศึกษา คณะที่ศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเข้าใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลจากการวิจัย ดังนี้

1. นักศึกษามีความพึงพอใจด้านความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ พึงพอใจด้านรูปแบบการใช้งาน และพึงพอใจด้านความคุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการความบันเทิง/พักผ่อน/คลายเครียด ร้อยละ 96.60 รองลงมา คือ ติดตามข่าวสาร และนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่น ร้อยละ 35.28 และร้อยละ 25.55 ตามลำดับ อีกทั้งยังตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อออนไลน์ด้วยตนเอง จำนวน 324 คน

ร้อยละ 78.90 บุคคลที่มีผลต่อการเลือกรับชมรายการรองลงมา คือ เพื่อนจำนวน 51 คน ร้อยละ 12.40 และครอบครัวจำนวน 21 คน ร้อยละ 5 (อัจฉริยา ทุงแจ่ม, 2560)

2. นักศึกษาส่วนใหญ่รับชมเน็ตฟลิกซ์ ผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด รองลงมา คือ Computer และ Apple TV ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชัน เน็ตฟลิกซ์ ของผู้ใช้งาน เน็ตฟลิกซ์ ในประเทศไทย พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่พบสื่อโฆษณาของแอปพลิเคชัน เน็ตฟลิกซ์ จากสื่อโฆษณาเป็นหลัก เหตุผลที่ทำให้อยากลองใช้บริการแอปพลิเคชัน เพราะหา น่าสนใจ โดยส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน เน็ตฟลิกซ์ เป็นเวลา 3 เดือนขึ้นไป มีจำนวนผู้ใช้งาน 3 - 4 คนต่อ 1 บัญชี ใช้งานแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด เป็นจำนวน 2 - 3 Episodes ต่อวัน ใช้เวลารับชมเป็น 2 - 3 ชั่วโมง รับชมในช่วงเวลา 20.01 - 24.00น. และกลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับชมในหมวดรายการภาพยนตร์ชุด (TV Series) (พีระพงศ์ วีระวุฒิ, 2561)

3. นักศึกษาส่วนใหญ่รับชม เน็ตฟลิกซ์ คนเดียวมกที่สุด รองลงมา คือ รับชมกับเพื่อน และครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย การศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมสื่อบนดิจิทัลของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์คนเดียวทุกวัน ในช่วงเวลา 17.00 - 22.00น. ประเภทรายการที่รับชมเป็นประจำคือประเภทข่าวสาร แต่วัตถุประสงค์หลักในการรับชมโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ คือ เพื่อความสนุกสนาน ความบันเทิงและการพักผ่อน พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของผู้สูงอายุในวันธรรมดากับเสาร์-อาทิตย์แตกต่างกัน ไม่มีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรับชมโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ (ศวิตา มูลศาสตร์, 2562)

4. นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าชมเน็ตฟลิกซ์ 1 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมงมากที่สุด รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 3 ชั่วโมง - 5 ชั่วโมง และเข้าใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อรับชมภาพยนตร์ผ่าน เน็ตฟลิกซ์ กรณีศึกษาของนักศึกษาและบุคลากร ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้หญิงเลือกรับชมแอปพลิเคชัน เน็ตฟลิกซ์ โดยมีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 10,000 บาท ความถี่ในการรับชม 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ เฉลี่ย 1 - 3 ชั่วโมงมากที่สุด (อรณี พลเกษตร นันธิยา ลูกหยี บุศรินทร์ นันทเขต, 2562)

5. นักศึกษาส่วนใหญ่รับชมชมเน็ตฟลิกซ์ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด รองลงมา คือ รับชม 5 - 6 ครั้ง/สัปดาห์ และรับชมทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 35ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน รับชมรายการประเภท sitcom และซีรีส์ เฉพาะช่วงเวลาที่มียุทธการที่ชอบ รับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ผ่านโทรทัศน์โดยรับชมเพื่อความสนุกสนานบันเทิง มีการรับชมเพียงคนเดียว และเลือกรับชมช่อง 3HD:ช่อง 33 ระดับความสำคัญด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการรับชม และด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมาก ปัจจัยทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค รายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล (วลัญช์ลักษณ์ ถาวรศักดิ์สุธี และ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร, 2562)

สรุป

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตส่วนใหญ่ ใช้ความถี่ในการเข้าชมเน็ตฟลิกซ์ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการดู 00:00 - 05:00 น. ระยะเวลาในการเข้าใช้ 1 - 3 ชั่วโมง อุปกรณ์ที่ใช้ในการดู คือโทรศัพท์มือถือ และนิยมรับชมประเภทเนื้อหาซีรีส์ไทย โดยการรับชมคนเดียว ส่วนใหญ่รู้จักจากโฆษณา Youtube, Website และมีบัญชีผู้ใช้ จำนวน 2 บัญชี โดยระดับความพึงพอใจในการเข้าใช้เน็ตฟลิกซ์ มีความพึงพอใจด้านความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านรูปแบบการใช้งาน และด้านความคุ้มค่า มีความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ ด้านความเพลิดเพลินมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ และด้านคุณลักษณะของสื่อ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์ควรเพิ่มความถี่ในเนื้อหาที่มีประโยชน์ให้มาก ๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอย่างถูกต้อง
2. ผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์ควรเพิ่มเนื้อหาเรื่องราวสนุก ๆ ที่น่าตื่นเต้น ให้ต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น เพื่อที่จะสามารถดึงดูดผู้เข้าชมในการเข้าใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น

3. ผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชัน ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน เพื่อประสิทธิภาพที่ดีของแอปพลิเคชัน

4. ผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์ควรพัฒนาเนื้อหาใหม่ ๆ และเพิ่มภาพยนตร์ของเน็ตฟลิกซ์เอง เพื่อให้เกิดความสนุก เพลิดเพลิน และเกิดความประทับใจต่อผู้คนที่เข้ามาชมในแอปพลิเคชัน

5. ผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์ควรตั้งราคาที่เหมาะสมให้มีความคุ้มค่ากับเนื้อหาในแอปพลิเคชันที่รับชม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ รวมทั้งยังเป็นผลทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรมีการศึกษาวิจัยตามแนวทางต่อไปนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จึงไม่ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิจัยเชิงคุณภาพมาเสริม โดยการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาพฤติกรรมให้เจาะลึกมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ เพื่อนำไปใช้ในพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ เฉพาะกลุ่มนักศึกษา ควรมีการศึกษากับกลุ่มวัยทำงาน กลุ่มนักเรียน กลุ่มบุคคลทั่วไป เพื่อจะได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

พีระพงษ์ วีระวุฒิ. (2561). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชัน Netflix ของผู้ใช้งาน Netflix ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.

วลัญช์ลักษณ์ ถาวรศักดิ์สุธี และ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง/ คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วารสารการบริหารและการจัดการ, 9(1), 43-57.

ศวิตา มูลศาสตร์. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ที่วิถีชีวิตของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร/ มหาวิทยาลัยมหิดล (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (2565). สืบค้นจาก

<https://reg.pkru.ac.th/registrar/student.asp?avs86929396=5&avs86929396=5>

สิทธิพงศ์ ศิริมาตเกษม. (2565). Netflix ในมุมมองที่คนอาจยังไม่รู้จัก. สืบค้นวันที่ 13 ธันวาคม 2565, จาก <https://creativetalklive.com/netflix/>

อัจฉริยา พุ่งแจ้ง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ (ปริญญา

นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สืบค้นจาก

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031797_7356_6047.pdf

อรณี พลเกษตร, นันธียา ลูกหยี, บุศรินทร์ นันทะเขต. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อรับชมภาพยนตร์ผ่าน Netflix กรณีศึกษาของนักศึกษาและบุคลากร ณ มหาวิทยาลัยวลัญช์ลักษณ์. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ “สารสนเทศศาสตร์วิชาการ 2019” วันที่ 25-26 มิถุนายน 2562.

Cochran, W.G. (1997). *Sampling Techniques* (3rd Ed). John Wiley & Sons, New York.

Cortina, J.M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78 (1), 98-104.

Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha, *Psychological Assessment*, 8(4), 350-353.