

พฤติกรรมของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง
Behavior of Generation X and Y in Chiang Mai Province Towards Viewing
Video Streaming

ไอยวริญ ยาปะนะ* และนิตยา เจริญประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง” เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบออฟไลน์และออนไลน์จำนวน 385 ชุดกับเจนเนอเรชันเอ็กซ์จำนวน 177 ชุดและเจนเนอเรชันวายจำนวน 208 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วยเพียร์สันไคสแควร์และสถิติทดสอบที

ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่มีความสัมพันธ์กับเจนเนอเรชันหรือขึ้นอยู่กับเจนเนอเรชัน ประกอบด้วยผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งและผู้สมัครสมาชิกวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์มีครอบครัวและญาติพี่น้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและสมัครสมาชิกให้ เจนเนอเรชันวายจะตัดสินใจและสมัครสมาชิกด้วยตนเอง ช่วงเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์รับชมประมาณ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนเจนเนอเรชันวายรับชมประมาณ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ความถี่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งต่อสัปดาห์ โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์รับชมประมาณ 2 ต่อสัปดาห์ ส่วนเจนเนอเรชันวายรับชมมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์ใช้สมาร์ตทีวีในการรับชม ส่วนเจนเนอเรชันวายใช้สมาร์ตโฟนในการรับชมและช่องทางในการค้นหาและติดตามข่าวสาร โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์ใช้วิธีการบอกต่อปากต่อปาก ส่วนเจนเนอเรชันวายใช้แอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งเป็นช่องทางการค้นหาและติดตามข่าวสาร

นอกจากนี้พบว่าพฤติกรรมในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งทุกด้านมีความสัมพันธ์กับเจนเนอเรชันหรือขึ้นอยู่กับเจนเนอเรชันประกอบด้วยประเภทของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งหลากหลายประเภท ส่วนเจนเนอเรชันวายรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งประเภทซีรีส์ รูปแบบของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งรูปแบบแนวตลกเฮฮา ส่วนเจนเนอเรชันวายรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งหลากหลายรูปแบบประเภทที่มาของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งจากประเทศไทย ส่วนเจนเนอเรชันวายรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งจากประเทศเกาหลี เสียงภาษาและซับไตเติลที่ใช้ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยเสียงภาษาไทยและไม่ใช้ซับไตเติล ส่วนเจนเนอเรชันวายรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยเสียงต้นฉบับและใช้ซับไตเติลภาษาไทย

Abstract

The topic of the study is “Behavior of Generation X and Generation Y towards Viewing Video Streaming in Chiangmai”. The research was a quantitative study. 385 sets of offline and online questionnaires were collected as the collecting data tool. The whole 385 sets of questionnaires were

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

divided into 177 sets for Generation X samples and 208 sets for Generation Y samples. The data of the research were analyzed by the descriptive statistics: the frequency, percentage, and mean, the inferential statistics: pearson chi- square and t-test statistics.

The result from the research revealed that the behavior of viewing the video streaming related with generation consists of video streaming members and other participants who could make a decision in choosing the video streaming. The results also found that Generation X mostly made the decision with their families and relatives to view and subscribe to the video streaming; on the other hand, Generation Y made the decision and registered to view the video streaming by themselves. The duration of viewing the video streaming of Generation X was 1-2 hours per time. However, the duration of viewing the video streaming of Generation Y was 2-3 hours per time. The frequency of viewing the video streaming of Generation X was 2 times per week, whereas the frequency of viewing the video streaming of Generation Y was more than 3 times per week. Moreover, the results of the study showed that the use of equipment to access the information by both Generation X and Generation Y was different. The equipment of Generation X was smart tv, whereas the equipment of Generation Y was a smart phone to view the video streaming and search channels and to follow the news. Generation X used the word-of-mouth way to receive the news; however, Generation Y chose to use video streaming applications to search the information and receive the news.

Furthermore, the result of the research demonstrated that all aspects of viewing video streaming depend on the generation and the contents of the video streaming. Generation X preferred viewing various types of video streaming content. Nevertheless, Generation Y preferred viewing the video streaming type of series. The most famous video streaming of Generation X is comedy. In contrast, the viewing of video streaming of Generation Y is varied types. The majority of the video streaming viewed Generation X is from Thailand; however, most of the video streaming viewed Generation Y are from Korea. Based on the soundtrack and subtitles used in viewing video streaming contents, Generation X viewed the video streaming contents by using a soundtrack without subtitles. However, Generation Y viewed the video streaming content by using original sounds with Thai subtitles.

บทนำ

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน มีเวลาน้อยและไม่แน่นอน ซึ่งหลายธุรกิจได้รับอิทธิพลและผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค จึงทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ธุรกิจผลิตสื่ออย่างภาพยนตร์และละครเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากการรับชมภาพยนตร์และละครมีเวลาการฉายที่ชัดเจน จึงไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมของคนในยุคปัจจุบัน ทำให้คนหันไปรับชมสื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น จึงเกิดเป็นธุรกิจ “วิดีโอสตรีมมิ่ง” ซึ่งนอกจากจะสามารถรับชมได้ทุกที่ ทุกเวลาผ่านอินเทอร์เน็ต ยังมีความสะดวก รวดเร็วและไม่มีโฆษณาแทรกระหว่างการรับชม โดยธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2561 มีผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบลงทะเบียนเป็นสมาชิกจำนวน 1.09 ล้านคน ปี พ.ศ. 2562 มีผู้ใช้บริการวิดีโอ

สตรีมมิ่งแบบลงทะเบียนเป็นสมาชิกจำนวน 1.3 ล้านคนหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.80 และคาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2566 จะมีผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบลงทะเบียนเป็นสมาชิกจำนวน 2.1 ล้านคน (บางกอกแบงก์ เอสเอ็มอี โซเชียล แพลนเน็ต, 2563)

เจเนอเรชันวายคือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 ถึง 2540 มีจำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันสูงที่สุด รองลงมาคือเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 ถึง 2522 (สุรางคณา วายุภาพ, 2561) แม้ว่าในภาพรวมจำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันไม่แตกต่างกันมาก แต่พฤติกรรมการรับชมสื่อบนเทจออนไลน์อาจมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง เพื่อได้ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแก่ผู้ประกอบการธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งและเป็นแนวทางในการสร้างเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งแก่ผู้ผลิตเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งให้ตรงกับพฤติกรรมในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง
4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่าหลักเกณฑ์การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ “6Ws1H” ได้แก่ ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who is target market?) ซื้ออะไร (What does the consumer buy?) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?) ซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) ซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) และซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

2. แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่มูลค่าของบริการวิดีโอสตรีมมิ่ง

ภัสรา ปิตยนนท์ (2560) กล่าวว่าห่วงโซ่มูลค่าของบริการวิดีโอสตรีมมิ่งประกอบด้วย 5 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1. สื่อหรือเนื้อหา (Content) 2. ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่ง (Service Platform) 3. อุปกรณ์ที่รองรับการให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง (Device) 4. ผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง (End User) และ 5. ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Delivery Network)

3. แนวคิดการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง

ภัสรา ปิตยนนท์ (2560) กล่าวว่า การประเมินความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. คุณภาพของระบบวิดีโอสตรีมมิ่ง (Quality of video streaming system) 2. ราคาของวิดีโอของสตรีมมิ่ง (Price of video streaming) 3. ฟังก์ชันแนะนำ (Recommendation function)

ส่วนการประเมินความพึงใจต่อเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ 1.คุณภาพของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง (Quality of video streaming content) 2. รูปแบบของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง (Relevant of video streaming content) 3. ประโยชน์ของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง (Available of video streaming content)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งและพฤติกรรมของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง ภายใต้กรอบแนวคิด 6Ws1H รวมทั้งการประเมินทางเลือกการเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่ง ตามกรอบแนวคิดการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ประกอบไปด้วย คุณภาพของระบบวิดีโอสตรีมมิ่ง ราคาและฟังก์ชันแนะนำ และการประเมินทางเลือกในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง ตามกรอบแนวคิดการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ประกอบไปด้วย คุณภาพของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง รูปแบบของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งและประโยชน์ของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง

ขอบเขตประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่เจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีประสบการณ์รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งแบบเสียค่าบริการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ “Cochran” (กัลยา วาณิชยปัญญาและจิตตา วาณิชยปัญญา, 2561) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน โดยแบ่งเป็นเจนเนอเรชันเอ็กซ์ 177 คน และเจนเนอเรชันวาย 208 คน ตามสัดส่วนจำนวนประชากรเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2561 (ณชชา อินปัญญา, 2562)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วน ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง ส่วนที่ 4 ส่วนการประเมินทางเลือกในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งจะประเมินใช้แนวคิดการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ส่วนที่ 5 พฤติกรรมของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง และส่วนที่ 6 ส่วนการประเมินทางเลือกในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งจะประเมินใช้แนวคิดการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย เพียร์สันไคสแควร์ (Chi-square Test) และสถิติทดสอบที (Independent Sample t-test)

ผลการศึกษา

1. เจเนอเรชันเอ็กซ์

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่าเจนเนอเรชันเอ็กซ์เป็นเพศหญิงมากที่สุด ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 49 – 55 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชนและรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือพนักงานรัฐมากที่สุดจำนวนเท่ากันและส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป

พฤติกรรมในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของเจนเนอเรชันเอ็กซ์ พบว่ามีประสบการณ์ใช้วิดีโอสตรีมมิ่งแบบเสียค่าบริการได้แก่ เน็ตฟลิกซ์มากที่สุด โดยมีวิดีโอสตรีมมิ่งที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ (1) เน็ตฟลิกซ์ (2) วิดีโอสตรีมมิ่งอื่น ๆ ได้แก่ ยูทูบพรีเมียม แอปเปิลทีวี ไอฟลิกซ์ วี ทีวีและไลน์ทีวี (3) เอไอเอส เพลย์ และ ทู โอดีจำนวนเท่ากัน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของผู้อื่น โดยมีครอบครัวหรือญาติพี่น้องเป็นผู้สมัครสมาชิกและผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งได้แก่ครอบครัวและญาติพี่น้อง สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่ง 3 ลำดับแรกได้แก่ (1) ไม่มีโฆษณาขึ้นระหว่างการรับชม (2) สามารถรับชมเวลาใดก็ได้ตามต้องการ (3) ภาพของวิดีโอสตรีมมิ่งมีคุณภาพ

มากกว่าการรับชมผ่านเว็บเถื่อน นอกจากนี้พบว่าส่วนใหญ่รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่บ้านหรือที่พักของตนเอง ไม่มีช่วงเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่แน่นอน ระยะเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งต่อครั้งประมาณ 2 ชั่วโมงและมีความถี่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด ใช้สมาร์ตทีวีเป็นอุปกรณ์ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งมากที่สุด มีช่องทางการค้นหาและติดตามข่าวสารโดยการบอกต่อแบบปากต่อปากมากที่สุด ไม่มีรูปแบบในการตัดสินใจในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตที่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์มากที่สุด ในภาพรวมมีความพึงพอใจวิดีโอสตรีมมิ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่เลือกชมวิดีโอสตรีมมิ่งต่อแน่นอนในอนาคต โดยรับชมจากค่ายเดิมและเลือกแนะนำวิดีโอสตรีมมิ่งแก่ผู้อื่นอย่างแน่นอนและมีข้อเสนอแนะให้ควรปรับปรุงเกี่ยวกับวิดีโอสตรีมมิ่ง 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) วิดีโอสตรีมมิ่งเป็นแพลตฟอร์มใช้งานค่อนข้างยาก ไม่เหมาะสำหรับผู้ไม่เชี่ยวชาญเทคโนโลยี (2) วิดีโอสตรีมมิ่งอัปเดตช้า (3) ไม่มีความหลากหลายของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง

พฤติกรรมในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งของเจนเนอเรชันเอ็กซ์ พบว่า รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งที่หลากหลายประเภทได้แก่ ซีรีส์ ภาพยนตร์ ละครและวาไรตี้ โดยรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งแนวตลก เฮฮาและรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งจากประเทศไทยมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้เสียงภาษาไทยและไม่ใช้ซับไตเติลในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งและมีวัตถุประสงค์ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งเพื่อความบันเทิง คลายเครียดและตัดสินใจเลือกชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยตนเอง

2. เจเนอเรชันวาย

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่าเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชนมากที่สุดและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาทมากที่สุด

พฤติกรรมในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของเจเนอเรชันวาย พบว่ามีประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ตแบบเสียค่าบริการได้แก่ เน็ตฟลิกซ์มากที่สุด โดยมีวิดีโอสตรีมมิ่งที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ (1) เน็ตฟลิกซ์ (2) วิว (3) วี ทีวี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของผู้อื่น สมัครสมาชิกวิดีโอสตรีมมิ่งและตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ต 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) คุณภาพของภาพวิดีโอสตรีมมิ่งมีคุณภาพมากกว่าการรับชมผ่านเว็บเถื่อน (2) ไม่มีโฆษณาขึ้นระหว่างรับชม (3) คุณภาพของเสียงวิดีโอสตรีมมิ่งมีคุณภาพมากกว่าการรับชมผ่านเว็บเถื่อน นอกจากนี้พบว่าส่วนใหญ่รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่บ้านหรือที่พักของตนเอง ไม่มีช่วงเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่แน่นอน มีระยะเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งต่อครั้งประมาณ 2 ชั่วโมงและความถี่ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งมากที่สุด ใช้แอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งเป็นช่องทางการค้นหาและติดตามข่าวสารมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ไม่มีรูปแบบในการตัดสินใจในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตที่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจวิดีโอสตรีมมิ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่เลือกชมวิดีโอสตรีมมิ่งต่อแน่นอนในอนาคตและรับชมจากค่ายเดิม เลือกแนะนำวิดีโอสตรีมมิ่งแก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน มีข้อเสนอแนะให้ควรปรับปรุงเกี่ยวกับวิดีโอสตรีมมิ่ง 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) วิดีโอสตรีมมิ่งส่วนใหญ่อัปเดตช้าเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บเถื่อน (2) ราคาค่าบริการไม่เหมาะสมหรือมีค่าบริการแพงเกินไป (3) ปัญหาซับไตเติลไม่ตรงกับต้นฉบับ ทำให้เสียรรถรสในการรับชม

พฤติกรรมในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งของเจเนอเรชันวาย พบว่า ส่วนใหญ่รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งประเภทซีรีส์ โดยรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งหลากหลายรูปแบบได้แก่ แนวรักโรแมนติก แนวแอคชั่นและแนวสืบสวน สอบสวน รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งจากประเทศเกาหลีมากที่สุด ส่วนใหญ่รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยเสียงต้นฉบับและใช้ซับไตเติลภาษาในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งและส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งเพื่อความบันเทิง คลายเครียดและตัดสินใจเลือกชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยตนเอง

3. ความแตกต่างของเจเนอเรชันต่อการประเมินทางเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่ง

จากผลการศึกษาพบว่า การประเมินทางเลือกด้านคุณภาพของระบบวิดีโอสตรีมมิ่งและด้านราคาของวิดีโอสตรีมมิ่งมีผลต่อการเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งไม่มีความแตกต่างของเจเนอเรชันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนการประเมินทางเลือกด้านฟังก์ชันแนะนำมีผลต่อการเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งมีความแตกต่างของเจเนอเรชันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ส่วนการประเมินทางเลือกในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง พบว่าการประเมินทางเลือกด้านคุณภาพของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งมีผลต่อการเลือกรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งที่ไม่แตกต่างกันของเจเนอเรชันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนการประเมินทางเลือกด้านรูปแบบของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งและประโยชน์ของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งมีผลต่อการเลือกรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งที่ต่างกันของเจเนอเรชันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การอภิปรายผลการศึกษา

1. เจเนอเรชันเอ็กซ์

1.1 การรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของเจเนอเรชันเอ็กซ์

เจเนอเรชันเอ็กซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งเนื่องจากไม่มีโฆษณาตามคั่นระหว่าง การรับชมและคุณภาพของภาพวิดีโอสตรีมมิ่งมีคุณภาพมากกว่าการรับชมผ่านเว็บเถื่อนสอดคล้องกับณัฐสิมา สงคคง ดวงเทพิน กะตะโทและศิริพร เผือกม่วง (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องมุมมอง พฤติกรรม และผลจากการใช้บริการธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งในประเทศไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านมุมมองของผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ว่าเน็ตฟลิกซ์เป็นผู้ให้บริการในธุรกิจที่มีความทันสมัยสำหรับยุคปัจจุบัน มีซีรีส์ที่ผลิตขึ้นมาเองเป็นออริจินัล ภาพมีความคมชัดสูง มีระบบที่ใช้งานได้ง่าย และไม่มีโฆษณาตามคั่น รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่บ้านหรือที่พักของตนเองสอดคล้องกับณรงค์ ทมเจริญ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ชมสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ภายในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ที่บ้านของตนเอง และมีระยะเวลาในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งประมาณ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง สอดคล้องกับเกตุวดี สมบูรณ์ ญัฐชุกฤษณ์ ทิพย์ภักดีและสุนิสา อภิพงษ์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกชมซีรีส์เกาหลีของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการรับชมซีรีส์เกาหลีต่อครั้งประมาณ 2 ชั่วโมง

1.2 การรับเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งของเจเนอเรชันเอ็กซ์

เจเนอเรชันเอ็กซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ชื่นชอบการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งประเภทซีรีส์มากที่สุด สอดคล้องกับณรงค์ ทมเจริญ (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ โดยชื่นชอบซีรีส์มากที่สุดและมีวัตถุประสงค์ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งเพื่อความบันเทิงและคลายเครียด สอดคล้องกับณัฐสิมา สงคคง ดวงเทพิน กะตะโทและศิริพร เผือกม่วง (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายจากการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์

2. เจเนอเรชันวาย

2.1 การรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งของเจเนอเรชันวาย

เจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งด้วยตนเอง สอดคล้องกับวนิษา แสไพศาล (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกชมเน็ตฟลิกซ์ของกลุ่มเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งมากที่สุดได้แก่ ตนเอง มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งเนื่องจากสามารถรับชมเวลาใดก็ได้ตามความเหมาะสมของผู้บริโภค สอดคล้องกับชาติ ยั่งยืน (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้และความพึงพอใจการใช้บริการ

ชมภาพยนตร์ผ่านแพลตฟอร์มเน็ตฟลิกซ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเรื่องสามารถรับชมได้ต่อเนื่อง เล่นหยุดชั่วคราวและรับชมต่อจากที่ค้างไว้ได้มากที่สุดและและสามารถรับชมได้ทุกเวลา ตามลำดับ รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งที่บ้าน หรือที่พักของตนเอง สอดคล้องกับณรงค์ ทมเจริญ (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมรับชมที่บ้านของตนเอง รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งประมาณ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง สอดคล้องกับพีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ในประเทศไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการรับชม แอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ 2-3 ชั่วโมงต่อวันและสอดคล้องกับเกตุวดี สมบูรณ์ ณิชฐ์ชุกฤษดิ์ ทิพย์ภักดีและสุนิสา อภิพงษ์ (2557) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมซีรีส์เกาหลีผ่านช่องทางออนไลน์ต่อครั้งประมาณ 2 ชั่วโมง รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด สอดคล้องกับลิขिता โรจนทัพบะและแอนนา จุมพลเสถียร (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความ คาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน AIS PLAY พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมแอปพลิเคชัน AIS PLAY เฉลี่ย 4 ครั้งต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับพีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ 4 วันต่อสัปดาห์และสอดคล้องกับณรงค์ ทมเจริญ (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดชลบุรีรับชมสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ 4 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้สมาร์ตโฟนในการรับชมมากที่สุด สอดคล้องกับพีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ผ่านทางสมาร์ตโฟนมากที่สุด และสอดคล้องกับวนิษา แสไพศาล (2562) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจนเนอร์เรชันวายในจังหวัดกรุงเทพมหานครใช้สมาร์ตโฟนในการรับชมเน็ตฟลิกซ์มากที่สุด ใช้แอปพลิเคชัน ของวิดีโอสตรีมมิ่งเป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลและติดตามข่าวสารสอดคล้องกับ พีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นสื่อโฆษณาของแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์จากสื่อออนไลน์เป็นหลัก สอดคล้องกับวนิษา แสไพศาล (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีช่องทางที่ทำให้รู้จักเน็ตฟลิกซ์ส่วนใหญ่ได้แก่ช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือสื่อโซเชียลและ สอดคล้องกับเกตุวดี สมบูรณ์ ณิชฐ์ชุกฤษดิ์ ทิพย์ภักดีและสุนิสา อภิพงษ์ (2557) ที่พบว่าผู้ตอบแบบรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ซีรีส์เกาหลีผ่านทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะสิ่งที่ควรปรับปรุงเกี่ยวกับวิดีโอสตรีมมิ่ง เรื่องวิดีโอสตรีมมิ่งส่วนใหญ่ อัปเดตช้าและราคาค่าบริการไม่เหมาะสมหรือมีค่าบริการแพงจนเกินไปสอดคล้องกับพีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจยกเลิกการใช้บริการแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์เนื่องจาก ซีรีส์หรือภาพยนตร์ไม่อัปเดต ค่าใช้จ่ายสูง และรู้สึกไม่คุ้มค่า ตามลำดับ

2.2 การรับเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งของเจนเนอร์เรชันวาย

เจนเนอร์เรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ชื่นชอบวิดีโอสตรีมมิ่งประเภทซีรีส์สอดคล้องกับพีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) สอดคล้องกับณรงค์ ทมเจริญ (2562) และสอดคล้องกับเกตุวดี สมบูรณ์ ณิชฐ์ชุกฤษดิ์ ทิพย์ภักดีและสุนิสา อภิพงษ์ (2557) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบซีรีส์มากที่สุด ชื่นชอบเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งรูปแบบแนวรักโรแมนติก จากประเทศเกาหลีมากที่สุด สอดคล้องกับเกตุวดี สมบูรณ์ ณิชฐ์ชุกฤษดิ์ ทิพย์ภักดีและสุนิสา อภิพงษ์ (2557) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมรับชมเนื้อหาซีรีส์เกาหลีแนวรักโรแมนติกมากที่สุดและมีวัตถุประสงค์ในการรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งได้แก่เพื่อความบันเทิงและคลายเครียด สอดคล้องกับกุลธิดา ศรีสินสมุทร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังต่อ พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อแอปพลิเคชันมือถือไลน์ทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการรับชมแอปพลิเคชันไลน์ทีวีด้านความบันเทิงคือเพื่อคลายความเหงาและเพื่อได้รับความเพลิดเพลิน สอดคล้องกับพีระพงศ์ วีระวุฒิ (2561) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการรับชมแอปพลิเคชัน เน็ตฟลิกซ์ โดยมีวัตถุประสงค์รับชมเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายและสอดคล้องกับณัฐสิมา สงคง ดวงเทพิน กะตะโท และศิริพร เผือกผ่อง (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายจากการใช้ วิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่ง

1.1 ข้อเสนอแนะในภาพรวม

ควรพัฒนาระบบวิดีโอสตรีมมิ่งให้มีคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น โดยระบบต้องมีความเสถียร รวดเร็วในการใช้งานและไม่ติดขัดหรือสะดุด เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการใช้งานบนแพลตฟอร์ม เนื่องจากเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายประเมินให้เรื่องความเสถียรของระบบวิดีโอสตรีมมิ่งมีผลต่อการเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งด้านคุณภาพมากที่สุดเป็นลำดับแรก

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจเนอเรชันเอ็กซ์

ปรับปรุงแพลตฟอร์มให้มีความง่ายในการใช้งานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการสมัครสมาชิกและการชำระค่าบริการที่ต้องบอกขั้นตอนอย่างชัดเจน มีทั้งรูปภาพและตัวอักษร เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนสำหรับผู้ไม่เชี่ยวชาญเทคโนโลยี เนื่องจากเจเนอเรชันเอ็กซ์ประเมินให้ความง่ายในการใช้งานของวิดีโอสตรีมมิ่งมีผลต่อการเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งระดับมากที่สุดและประเมินให้ความง่ายในการสมัครสมาชิกและชำระค่าบริการมีผลต่อการเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่งระดับมากที่สุดและมากกว่าเจเนอเรชันวาย นอกจากนี้เจเนอเรชันเอ็กซ์ยังเสนอแนะข้อควรปรับปรุงในเรื่องแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งที่ใช้งานค่อนข้างยาก ไม่เหมาะสำหรับผู้ไม่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี

1.3 ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจเนอเรชันวาย

มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ บนช่องทางออนไลน์เป็นหลัก อาทิ บนแอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งและเฟซบุ๊ก เป็นต้น เนื่องจากเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ตัดสินใจและสมัครสมาชิกวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยตนเอง โดยไม่มีรูปแบบในการตัดสินใจที่ชัดเจนขึ้นอยู่กับสถานการณ์และตัดสินใจเลือกใช้วิดีโอสตรีมมิ่ง หลังจากทำการหาข้อมูลเพิ่มเติม ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่มีช่องทางการค้นหาและติดตามข่าวสารทางออนไลน์ อาทิ บนแอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งและเฟซบุ๊ก เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบธุรกิจผลิตเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง

2.1 ข้อเสนอแนะในภาพรวม

ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความคมชัดของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งให้มีความคมชัดในระดับ 4K ฉะนั้นจำเป็นที่จะต้องมียูปรกรณ์ที่ดีในการถ่ายทำ มีบุคลากรที่มีความชำนาญด้านการถ่ายทำเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง เนื่องจากเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ประเมินคุณภาพของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยให้คุณภาพของสีและความคมชัดของภาพมีผลต่อการเลือกรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งในระดับมากที่สุด

2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจเนอเรชันเอ็กซ์

มุ่งเน้นผลิตเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งหลากหลายประเภท ทั้งซีรีส์ ภาพยนตร์และรายการอื่น ๆ ในรูปแบบแนวตลกและแนวแอคชั่น อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความเหมาะสมของเนื้อหา ทั้งคำพูดของตัวละคร การใช้ภาษาและการแต่งกาย เป็นต้น เนื่องจากเจเนอเรชันเอ็กซ์มีพฤติกรรมมารับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งหลากหลายประเภท โดยนิยมรับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งรูปแบบแนวตลกและแนวแอคชั่น นอกจากนี้ยังประเมินให้รูปแบบของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งในเรื่องความน่าสนใจของเนื้อหา ความกระชับของเนื้อหาและความชัดเจนในการถ่ายทอดเนื้อหาที่มีผลในระดับมากที่สุด และประเมินให้ความเหมาะสมของเนื้อหาที่มีผลในระดับมากที่สุดและมากกว่าเจเนอเรชันวาย

2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจเนอเรชันวาย

มุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งประเภทซีรีส์เป็นหลัก ในหลากหลายรูปแบบทั้งแนวรักโรแมนติก แนวแอคชั่นและแนวสืบสวนสอบสวน โดยต้องให้ความสำคัญในเรื่องความชัดเจนในการถ่ายทอดเนื้อหา การสร้างความน่าสนใจโดยเทคนิคการตัดต่อ ความแปลกใหม่และความทันสมัย เนื่องจากเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งประเภทซีรีส์ แต่รับชมเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งหลากหลายรูปแบบ ได้แก่แนวรักโรแมนติก แนวแอคชั่น แนวสืบสวนสอบสวนและอื่น ๆ นอกจากนี้ยังประเมินทางเลือกให้รูปแบบของเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งมีผลในระดับมากที่สุดและรูปแบบเนื้อหาวิดีโอสตรีมมิ่งเรื่องเทคนิคในการสื่อสารความหมาย โดยใช้แสง สี เสียง การตัดต่อความแปลกใหม่ของเนื้อหาและความทันสมัยของเนื้อหา มีผลมากกว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์

บรรณานุกรม

- กนกรัตน์ จงเรืองทรัพย์. (2558). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกฟังเพลงผ่านโมบายแอปพลิเคชันในกลุ่มวัยรุ่น*. (นิเทศศาสมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา, และจิตตา วาณิชย์ปัญญา. (2561). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- กุลธิดา ศรีสินสมุคร. (2558). *ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแอปพลิเคชันมือถือไลน์ทีวี*. (วารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เกตุวดี สมบูรณ์, ณัฐชุกฤษณ์ ทิพย์ภักดี, และสุนิสา อภิพงษ์. (2557). *พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกชมซีรีส์เกาหลีของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชาติ ยั่งยืน. (2560). *การใช้และความพึงพอใจต่อการใช้บริการชมภาพยนตร์ผ่านแพลตฟอร์มเน็ตฟลิกซ์ของกลุ่มเจเนอเรชันวาย*. (คณะวารสารศาสตร์และ สื่อมวลชน สาขาการบริหารสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ณรงค์ ทมเจริญ (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ชมสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ ภายในจังหวัดชลบุรี. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 7(5), 1130-1139.
- ณัชชา อินปัญญา. (2562). *จำนวนประชากรกลางปี 2546 - 2561 จังหวัดเชียงใหม่*. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.chiangmaihealth.go.th/>
- ณัฐสิมา สงคง, ดวงเทพิน กะตะโท, และศิริพร เผือกม่วง. (2562). *มุมมอง พฤติกรรมและผลจากการใช้บริการธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งในประเทศไทย : กรณีศึกษา Netflix*. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี วิทยาการจัดการ.
- บางกอกแบงค์ เอสเอ็มอี โซเชียล แพลนเน็ต : BangkokBank SME Social Planet. (2563). *เปิดศึกชิงเจ้าแห่งวิดีโอสตรีมมิ่ง*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com>
- พีระพงศ์ วีระวุฒิ. (2561). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ นิเทศศาสมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2562.
- ภัสรา ปิตยพันธ์. (2560). *อนาคตแห่งการรับชมโทรทัศน์*. สืบค้นจาก <https://www.timeconsulting.co.th>-อนาคตแห่งการชมโทรทัศน์
- ลธิตา โรจนทัฬพะ, และแอนนา จุมพลเสถียร. (2560). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน AIS PLAY*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วนิชา แสไพศาล. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกชมเน็ตฟลิกซ์ของกลุ่ม
เจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

สุรางคณา วายุภาพ. (2561). ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 คนไทยใช้เน็ตเพิ่ม 10 ชั่วโมงต่อวัน. สืบค้นจาก
<https://www.etcha.or.th>