

การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ศวันย์ธร ศิริธนากรแก้ว^{*}

สุปรียา พัฒนพงศ์ธร^{**}

ชวิศา อุ่นยนต์^{***}

นาวพร ชัยทรัพย์^{****}

สุทธธัญญ์ บุญเต็ม^{*****}

ศุภดา แสนฉลาด^{*****}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินที่มีต่อทัศนคติในการใช้เน็ตฟลิกซ์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

^{*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: saranthorn41@gmail.com

^{**} นิสิตระดับมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: supriya.pat@hotmail.com

^{***} นิสิตระดับมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: chavisa_ounyon@yahoo.com

^{****} นิสิตระดับมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: i.nava.zm@gmail.com

^{*****} นิสิตระดับมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: ferinsutthayaa@gmail.com

^{*****} นิสิตระดับมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: bom4869@gmail.com

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเน็ตฟลิกซ์ จำนวน 400 คน โดยการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ โดยสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้เน็ตฟลิกซ์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี; เน็ตฟลิกซ์; การรับรู้ประโยชน์; การรับรู้ความง่าย; การรับรู้ความเพลิดเพลิน; ทัศนคติที่มีต่อการใช้; พฤติกรรมการใช้

Acceptance of Netflix and Netflix Consumer Behavior in Bangkok

Saranthorn Sasithanakornkaew^{*}

Supriya Pattanapongtorn^{**}

Chavisa Ounyon^{***}

Navapohn Chaisap^{****}

Sutthaya Boontem^{*****}

Supada Sanchalard^{*****}

Abstract

The purposes of this article were to study the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment on attitude toward Netflix and the effect of attitude toward Netflix on Netflix consumer behavior.

^{*} Assistant Professor, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: saranthorn41@gmail.com

^{**} Master's student, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: supriya.pat@hotmail.com

^{***} Master's student, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: chavisa_ounyon@yahoo.com

^{****} Master's student, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: i.nava.zm@gmail.com

^{*****} Master's student, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: ferinsutthayaa@gmail.com

^{*****} Master's student, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: bom4869@gmail.com

An online questionnaire was used as an instrument for collecting data from 400 Netflix customers in Bangkok. Convenience sampling was used in data collection, and both descriptive statistics and inferential statistics were used in data analysis. The inferential statistics used to test hypotheses was Pearson's correlation analysis.

The study found that most of the respondents were female aged between 21 and 30 years who worked in private companies, were bachelor's degree graduates and earned an average monthly income less than or equal to 15,000 baht. Overall, the study results indicated perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived enjoyment in using Netflix were at high levels. The results of the hypothesis test showed that perceived usefulness, perceived ease of use and perceived enjoyment were positively correlated with attitudes towards Netflix at the 0.05 level of significance, and the attitude toward Netflix was positively correlated with Netflix consumer behavior at the 0.05 level of significance.

Keywords: Technology Acceptance; Netflix; Perceived usefulness; Perceived ease of use; Perceived enjoyment; Attitude toward use; Behavior in use

1. บทนำ

การเข้ามาของวิดีโอสตรีมมิงได้เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ในวันนี้ ทำให้มีพฤติกรรมรับชมความบันเทิงผ่านโลกออนไลน์กันมากขึ้น ด้วยความง่าย สะดวก และมีให้เลือกหลากหลายในราคาเริ่มต้นเดือนละ 100 บาท ถือเป็นการสร้างแรงสั่นสะเทือนลูกใหญ่ให้กับ “ตลาดภาพยนตร์” ขณะเดียวกันภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ความถี่ของผู้บริโภคในการรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ลดลง จากเดือนละ 3 เรื่อง เหลือเพียง 2 หรือ 1 เรื่องเท่านั้น โดยจะดูก็ต่อเมื่อตรงกับความสนใจของตัวเองเท่านั้น

แม้ว่า เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ผู้ให้บริการภาพยนตร์ และซีรีส์ผ่านอินเทอร์เน็ต จะเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยไม่นาน แต่ได้รับความสนใจจากคนไทยจำนวนมาก เนื่องจากมีเนื้อหา (Content) ที่แตกต่างจากผู้ให้บริการเจ้าอื่นๆ เช่น การผลิตซีรีส์เอง หรือการร่วมทุนผลิต เช่น เดธโน้ต (Death Note) สเตรนเจอร์ ธิงส์ (Stranger Things) หรือ อยากให้เรื่องนี้ไม่มีโชคร้าย (A Series of Unfortunate Events) นอกจากนี้ เน็ตฟลิกซ์ยังให้บริการบนแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เครื่องเกมเพลย์ 4 (PlayStation 4) สมาร์ททีวี (Smart TV) Xbox Chromecast และคุณภาพความคมชัดทั้งภาพและเสียงของภาพยนตร์และซีรีส์ ซึ่งให้ความคมชัดสูงสุดถึง 4K Ultra HD บนระบบเสียงดอลบี้ ดิจิตอล (Dolby Digital 5.1CH) เทียบแล้วคุณภาพเสียงและความคมชัดนั้น สูงกว่าผู้ให้บริการรายอื่นในตลาด และเหมาะกับการรับชมผ่านทีวีขนาดใหญ่มากที่สุด โดยผู้ชมสามารถดาวน์โหลดภาพยนตร์ หรือซีรีส์เก็บไว้ดูที่หลังได้ หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การรับชมแบบออฟไลน์ (ไทยรัฐออนไลน์, 2560) ซึ่งนับได้ว่าเป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดใหม่ๆ บนโลกออนไลน์ที่กำลังสร้างกระแสได้อย่างน่าสนใจ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันทำให้บริการวิดีโอสตรีมมิงได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ ด้วยแนวคิดที่ตอบสนองกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนสมัยใหม่ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และไม่อดทนต่อการรอคอย ประกอบกับความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้ช่องทางการดูภาพยนตร์ออนไลน์ หรือ วิดีโอสตรีมมิงเป็นช่องทางที่เข้ากับรูปแบบ

การใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน (LIVE-STREAMING, 2561) โดยในปีที่ผ่านมา เน็ตฟลิกซ์มีจำนวนผู้ให้บริการมากถึง 139 ล้านคนทั่วโลก (Jarvey, 2562) และสำหรับประเทศไทยได้มีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2020 จะมีจำนวนผู้ใช้บริการมากกว่า 546,000 คน (Leesa-nguansuk , 2561)

นางเจสสิก้า ลี รองประธานฝ่ายสื่อสาร (เอเชีย แปซิฟิก) เน็ตฟลิกซ์ คอร์ปอเรชั่น กล่าวว่า ได้เปิดตัวอินเตอร์เฟซในเวอร์ชันภาษาไทยอย่างเต็มรูปแบบทั้งเมนูไทย พร้อมคำบรรยาย (ซับไตเติล) พากย์เสียงไทย โดยมองว่าไทยเป็นตลาดสำคัญมากในภูมิภาคนี้ ปัจจุบันได้ลงทุนโลคอลคอนเทนต์ในเอเชียบ้างแล้ว เช่นในเกาหลี อินเดีย กัมพูชา และอินโดนีเซีย (มติชนออนไลน์, 2560)

จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเน็ตฟลิกซ์ กลุ่มผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่าปัจจัยใดที่นำมาสู่การยอมรับและใช้เน็ตฟลิกซ์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวง ศูนย์กลางความเจริญ ผู้คนมีวิถีชีวิตแบบคนเมืองซึ่งสะท้อนการใช้ชีวิตของคนในยุคใหม่ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเรื่อง การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) หรือ TAM ที่พัฒนาโดย Davis (1989) ซึ่งอธิบายถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาสู่การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล มาเป็นกรอบในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สามารถนำผลการศึกษามาอธิบายถึงการยอมรับนวัตกรรมนั้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์ ความง่าย และความเพลิดเพลินในการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์กับทัศนคติต่อการใช้

เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความง่ายกับทัศนคติต่อการใช้

เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเพลิดเพลินกับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

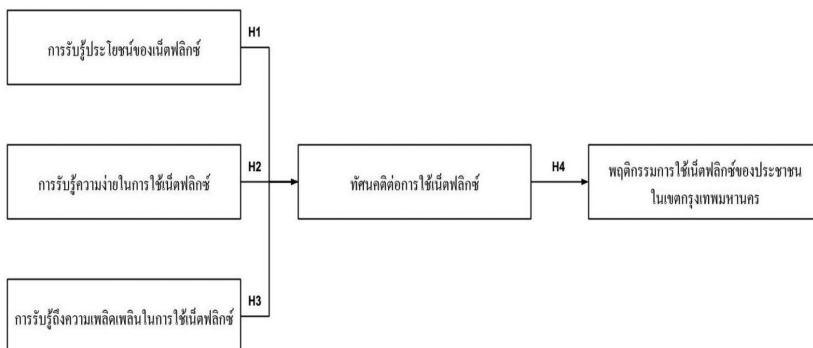
5. เพื่อศึกษาความเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยเรื่องการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้เน็ตฟลิกซ์ที่มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ และพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์

2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันชมภาพยนตร์ออนไลน์ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน และการบริการในช่องทางออนไลน์ต่างๆ

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. สมมติฐาน

1. การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้นิตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้นิตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. การรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้นิตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นิตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

6. แนวคิด ทฤษฎีในการวิจัย

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับและมีชื่อเสียงในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี Fred Davis, Richard Bagozzi และ Warshaw พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ในงานวิจัยชื่อ “User Acceptance of Computer technology : A; Comparison of Two Theoretical Models” ในปี 1989 โดยมีตัวแปรประกอบด้วย

1. ตัวแปรภายนอก (External Variables) Davis (1989) ได้ให้คำนิยามของตัวแปรภายนอก (External Variables) คือ อิทธิพลที่เข้ามาสร้างความรับรู้ให้แต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ได้แก่ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมทางสังคม เป็น โดยสรุปตัวแปรภายนอก คือ ปัจจัยภายนอกที่เกิดจากการคาดการณ์ที่อยู่โดยรอบของผู้วิจัยในบริบทนั้นๆ ซึ่งมีอิทธิพลในการสร้างความรับรู้เกี่ยวกับระบบหรือเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคคลให้แตกต่างกันออกไป

2. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) จากทฤษฎีของ Davis (1989) ระบุว่า ระดับความเชื่อของบุคคลที่มีโอกาสเป็นผู้ใช้งานระบบเทคโนโลยีว่าเทคโนโลยีว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีประโยชน์แก่ตน และมีแนวโน้มช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของคนได้

3. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) จากทฤษฎีของ Davis (1989) ระบุว่า ระดับความเชื่อ ความคาดหวังของผู้ที่จะใช้ระบบสารสนเทศว่า ระบบดังกล่าวเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้ที่จะใช้ระบบ หรือการเข้าใจในระบบ

4. ทศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี (Attitude toward Using) Ajzen and Fishbein (1975) ได้กล่าวถึง ทศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี ว่าเป็นความโน้มเอียงภายในจิตใจของบุคคลที่แสดงออกมาทางความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่ยากแก่การสังเกต เป็นการแสดงออกมาทางพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความลำเอียง ความคิดเห็น ความรู้สึก และความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

5. ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention to Use) Davis (1989) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีว่าเป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ โดยเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีหนึ่ง

6. การใช้งานจริง (Actual System Use) Davis (1989) ได้กล่าวถึงการใช้งานจริงว่าคือการยอมรับเทคโนโลยีโดยการนำมาใช้จริง ซึ่งมีทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) เป็นตัวแปรสำคัญต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้ระบบ

งานวิจัยนี้ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยเพิ่มตัวแปรการรับรู้ความเพลิดเพลินเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษา เนื่องจากเน็ตฟลิกซ์เป็นบริการสตรีมมิ่งที่น่าเสนอความบันเทิงเป็นหลัก

7. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data) แบบครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,586,320 คน (สถิติประชากรกรุงเทพมหานคร, 2560) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เป็สมาชิกเน็ตฟลิกซ์ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรอาศัยสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 ได้ จำนวน 400 คน โดยการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแนวคิด ทฤษฎี และงานที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลในลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้น็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดเป็นแบบสอบถามแบบมาตราวัด 5 ระดับ (Likert scale) ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการใช้น็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดเป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice questions) นำแบบสอบถามมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยคำถามวัดตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้น็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่น 0.75 0.83 และ 0.82 ตามลำดับ และคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้น็ตฟลิกซ์

เน็ตฟลิกซ์ มีค่าความเชื่อมั่น 0.78 เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อมาอธิบายเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ระดับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เน็ตฟลิกซ์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เน็ตฟลิกซ์ การรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้เน็ตฟลิกซ์ ทศนคติต่อการใช้นิตฟลิกซ์ และพฤติกรรมการใช้นิตฟลิกซ์ของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) นำข้อมูลที่ได้มาทำการทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

8. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 68.25 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 69 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77 และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42

สำหรับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้นิตฟลิกซ์ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งานเน็ตฟลิกซ์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาแยกรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ว่าเน็ตฟลิกซ์ทำให้สามารถรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ที่หลากหลายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ มีการรับรู้ประโยชน์ว่าเน็ตฟลิกซ์สามารถ

รับชมได้ทุกที่ ทุกเวลา ที่สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และมีการรับรู้ประโยชน์ว่าเน็ตฟลิกซ์มีภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ที่ผลิตเอง ซึ่งสามารถรับชมได้เฉพาะในเน็ตฟลิกซ์ไม่สามารถรับชมได้จากช่องทางอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

สำหรับการรับรู้ความง่ายในการใช้เน็ตฟลิกซ์ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งานเน็ตฟลิกซ์ในภาพรวม อยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาแยกรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายว่าเน็ตฟลิกซ์มีอุปกรณ์รองรับที่หลากหลายในการเข้าถึง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ มีการรับรู้ความง่ายว่าสามารถดาวน์โหลดเน็ตฟลิกซ์มาใช้ได้โดยง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และมีการรับรู้ความง่ายว่าการใช้งานเน็ตฟลิกซ์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

การรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้เน็ตฟลิกซ์ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งานเน็ตฟลิกซ์ในภาพรวม อยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาแยกรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเพลิดเพลินว่าเน็ตฟลิกซ์สามารถรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ได้อย่างเพลิดเพลินโดยไม่มีโฆษณาฉั่น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ มีการรับรู้ความเพลิดเพลินว่าเน็ตฟลิกซ์ทำให้ได้รับความสุข ความสนุก และความเพลิดเพลินในการรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และมีการรับรู้ความเพลิดเพลินว่าเน็ตฟลิกซ์ช่วยให้คลายเครียด/ผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

สำหรับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งานเน็ตฟลิกซ์ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาแยกรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติว่าเน็ตฟลิกซ์เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้สามารถรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ มีทัศนคติว่าคุณภาพในการรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ มีความละเอียดและคมชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และมีทัศนคติว่าช่องทางในการเข้าถึงเน็ตฟลิกซ์มี

ความครอบคลุมในหลายอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิกซ์ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งานเน็ตฟลิกซ์พบว่า ส่วนใหญ่รับชมภาพยนตร์ประเภทแอคชั่นและผจญภัย ใช้บริการเน็ตฟลิกซ์ในช่วงเวลา 21.00 - 00.00 น. อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมเน็ตฟลิกซ์คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Android รูปแบบบริการที่ใช้ในการรับชมเน็ต ฟลิกซ์คือ บริการแบบพรีเมียม (HD/UHD) 420 บาท/เดือน และระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้งานเน็ตฟลิกซ์แต่ละครั้งคือ 1-3 ชั่วโมง

9. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลิน กับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)
การรับรู้ประโยชน์	0.655*
การรับรู้ความง่าย	0.684*
การรับรู้ความเพลิดเพลิน	0.667*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.655 0.684 และ 0.667 ตามลำดับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง

ตารางที่ 2

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์กับความถี่ในการใช้เน็ตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)
ทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์	0.257*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความถี่ในการใช้เน็ตฟลิคซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.257 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

10. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง “การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า

สมมติฐานที่ 1 : การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) (Davis, 1989) ที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ (Attitude Toward Using) และเป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากเน็ตฟลิคซ์มีภาพยนตร์ ซีรีส์และรายการบันเทิงอื่นๆ ที่หลากหลายให้ผู้ใช้บริการได้เลือกชมตามต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับฉันทยาพร เสมอใจ (2550) ที่กล่าวว่า การรับรู้

จะขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิด ความรู้สึก และสภาพแวดล้อมของผู้บริโภค ผู้บริโภค จะไม่สามารถเปิดรับข้อมูลทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้หรือเปิดรับข้อมูลเท่าที่ศักยภาพ ในการรับรู้ของแต่ละคนจะทำได้เท่านั้น นอกจากนี้ยังสามารถรับชมได้ทุกที่ ทุกเวลา ที่สะดวก รวมถึงเน็ตฟลิกซ์ยังมีภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ที่ผลิตเอง ซึ่งสามารถรับชมได้เฉพาะในเน็ตฟลิกซ์ ไม่สามารถรับชมได้จากช่องทางอื่นๆ โดย ผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์หลายราย เห็นว่า การชมสื่อบันเทิงประเภทต่างๆ ผ่านเน็ตฟลิกซ์ สามารถทดแทนความรู้สึกของการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ได้มากที่สุด กล่าวคือ การชมภาพยนตร์ผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ที่บ้านสามารถทำให้ผู้ชมได้รับความรู้สึกเหมือนการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ทำให้จำนวนคนในการเดินทาง ไปชมภาพยนตร์ลดน้อยลง และหันมาชมภาพยนตร์ผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น

สมมติฐานที่ 2 : การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้นิตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อการใช้นิตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ ความง่ายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้นิตฟลิกซ์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากรูปแบบในการชมภาพยนตร์ของคนยุคปัจจุบันมี การเปลี่ยนแปลง คนนิยมชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์น้อยลง และหันมาชม ภาพยนตร์ผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงต่างๆ รวมถึง เน็ตฟลิกซ์จำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการมากขึ้น ดังนั้น เน็ตฟลิกซ์มีการพัฒนาระบบให้มีความง่ายต่อผู้ใช้บริการ กล่าวคือ เน็ตฟลิกซ์มีอุปกรณ์รองรับที่หลากหลายในการเข้าถึง เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต พีซี โทรศัพท์ ทำให้เกิดความง่ายในการใช้งานและสามารถดาวน์โหลด แอปพลิเคชันมาใช้ได้โดยง่าย นอกจากนี้ ผู้ให้บริการยังให้ความสำคัญกับการชม ภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ของเน็ตฟลิกซ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย ดังนั้นการชมภาพยนตร์ผ่านเน็ตฟลิกซ์จึงมีผู้ชมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของนฤมล ยี่มะลี (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ความง่าย

ต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-word of Mouth) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันชมภาพยนตร์และซีรีส์ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และพบว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันชมภาพยนตร์ และซีรีส์ กล่าวคือการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันที่ตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ต้องการวิธีการเข้าถึงที่ง่าย และการทำงานที่ไม่ต้องมีความสลับซับซ้อน และขั้นตอนที่ยุ่งยาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัณย์ธร ศศิธรนากรแก้ว (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยทั้ง 4 ตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ร้อยละ 44.0

สมมติฐานที่ 3 : การรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิกซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเพลิดเพลินในการใช้บริการเน็ตฟลิกซ์ เพราะทำให้ได้รับความสนุกสนานและความเพลิดเพลินในการรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และสามารถรับชมได้โดยไม่มีโฆษณาฉั่น นอกจากนี้ เน็ตฟลิกซ์ยังช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนายจิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย (2555) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเรชั่นวาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติด้านความสนุกในการใช้งานอยู่ในระดับมาก โดยเห็นด้วยมาก 3 ลำดับแรก คือการ

ใช้งานบาร์โค้ดสองมิติมีความน่าสนใจ รู้สึกดีในการใช้งานบาร์โค้ดสองมิติ และพึงพอใจกับการใช้งานบาร์โค้ดสองมิติ

สมมติฐานที่ 4 : ทศคนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิคซ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิคซ์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทัศนคติต่อการใช้เน็ตฟลิคซ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้เน็ตฟลิคซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน สามารถอธิบายว่าหากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อเน็ตฟลิคซ์เพิ่มขึ้นก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมมารับชมเน็ตฟลิคซ์เพิ่มขึ้น นั่นคือเมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติทางบวกต่อเน็ตฟลิคซ์ เช่นด้วยการใช้งานที่ง่าย สะดวก มีภาพยนตร์ ซีรีส์จำนวนมาก และหลากหลายให้เลือกชมตามความต้องการ จึงนำมาสู่พฤติกรรมเลือกใช้บริการหรือรับชมรายการต่างๆ จากเน็ตฟลิคซ์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) หรือ TAM โดย Davis (1989) ที่อธิบายว่าทัศนคติต่อการใช้ (Attitude Toward Using) มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ (Behavior Intention และนำไปสู่พฤติกรรมการใช้จริง (Actual Use) ในท้ายที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์ (2554) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward using technology) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้งานบริการ MIM (Behavioral Intention) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้งานบริการ MIM อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อบริการ MIM มากยิ่งขึ้นจะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานบริการ MIM สูงขึ้นไปด้วย

11. ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิงควรพัฒนาเนื้อหา (Content) ให้มีความหลากหลายมากขึ้นทั้งภาพยนตร์ ซีรีส์และรายการบันเทิงอื่นๆ เพราะจากผลการวิจัยพบว่าผู้ชมสนใจเปิดรับชมเน็ตฟลิกซ์เพราะความหลากหลายของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รวมทั้งเนื้อหาที่รับชมได้เฉพาะทางเน็ตฟลิกซ์
2. ผู้ให้บริการควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน หรือช่องทางในการรับชมต่างๆ ให้มีการใช้งานง่าย และสะดวก (User-friendly) รวมทั้งการมีอุปกรณ์รองรับที่หลากหลายในการเข้าถึง เพราะผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความง่าย ความสะดวกสบายด้านต่างๆ ในการใช้งานเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกรับชมเน็ตฟลิกซ์
3. จากผลการวิจัยพบว่าในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น วิดีโอสตรีมมิงของผู้ให้บริการเน็ตฟลิกซ์ ปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติและนำไปสู่พฤติกรรมการรับชมก็คือ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายและการรับรู้ความเพลิดเพลิน ผู้ให้บริการรายอื่นๆ รวมทั้งเน็ตฟลิกซ์เองควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นพัฒนาเนื้อหาและการให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในปัจจุบัน ทั้ง 3 ด้านดังกล่าว

รายการอ้างอิง

- จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วิทยาลัยนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรวัฒน์ วงศ์รัชชัย. (2555). ปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของ ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. ปริญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). สึกซิง 'วิดีโอสตรีมมิง' คอหนัง-คนรักซีรีส์ ห้ามพลาด เจ้าไหนเด็ดสุด, สืบค้น เมื่อ 4 กันยายน 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/1057770>, 4กันยายน2560.
- นฤมล ยิมะลี. (2561). การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-word of Mouth) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันชมภาพยนตร์และซีรีส์ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มติชนออนไลน์. (2560). เน็ตฟลิกซ์ เปิดแพ็คเกจใหม่ เปรยเตรียมสร้างคอนเทนต์ไทย. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2561 จาก https://www.matichon.co.th/economy/news_543069.
- ศรัณย์ธร ศรีชนากกรแก้ว. (2561). ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (กรกฎาคม-ธันวาคม 2561): 177-190.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. 13(3), 319-339.
- Jarvey N. (2562). *Netflix Grows Subscriber Base to 139 Million Worldwide*. Retrieved February 12, 2019, from <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-grows-subscriber-base-139-million-worldwide-1176934>.
- Leesa-nguansuk S. (2561). *Netflix casts service far and wide*. Retrieved February 12, 2019, from <https://www.bangkokpost.com/business/telecom/1430867/netflix-casts-service-far-and-wide>.
- LIVE-STREAMING. (2561). ท่านู้หรือใหม่ Streaming คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2561 <https://www.obsmoscou.net/รู้ใหม่-streaming-คืออะไร/>.

Received: February 14, 2019

Revised: May 15, 2020

Accepted: December 14, 2020