

**พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกฟังเพลงออนไลน์
บนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ของนักเรียน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี
Behavior and satisfaction in choosing to listen to online music
on the YouTube platform of students in Udon Thani municipality**

เสกสรร สายสีสอด¹ และ ภาณุพงษ์ ผาทอง^{2*}

Seksun Saiseesod¹ Panupong Phathong^{2*}

¹สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

^{2*}สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹ Communication Arts Faculty of Management Sciences Udon Thani Rajabhat University

^{2*} Communication Arts Faculty of Management Sciences Udon Thani Rajabhat University

*Corresponding author E-mail: seksun@yahoo.com

Received: May 22nd, 2023; Revised: July 7th, 2023; Accepted: J July 11th, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกฟังเพลงออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบของนักเรียนในเทศบาลนครอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจกับการเลือกฟังเพลงออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบของนักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานีงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนในพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจ จำนวน 4 ตอน เก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญจากนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี นำข้อมูลที่ได้ รมาวเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ สำหรับสถิติที่ใช้ประกอบด้วย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเลือกฟังเพลงออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบของนักเรียนในเทศบาลนครอุดรธานี พบว่ารับชมเพื่อความบันเทิง เช่น ฟังเพลง/MV LIVEสด คิดเป็นร้อยละ 77.00 นักเรียนรู้จักยูทูบ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 90.50 ส่วนใหญ่เข้าใช้งานทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 85.25 โดยใช้งานมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 78.50 ส่วนใหญ่ฟังในเวลาก่อนนอน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ใช้อินเทอร์เน็ตจากเครือข่ายมือถือ คิดเป็นร้อยละ 77.50 เลือกรับชมวิดีโอเพลง, MV เพลง คิดเป็นร้อยละ 46.00 ฟังเพลงประเภทเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ คิดเป็นร้อยละ 54.50 เพราะชื่นชอบศิลปิน คิดเป็นร้อยละ 88.00 นักร้องที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ คือ ก้อง ห้วยไร่ คิดเป็นร้อยละ 46.25 2) ความพึงพอใจในด้านการเทคนิคและการใช้งานของยูทูบ พบว่ายูทูบมีเทคนิคและการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน มากที่สุด รองลงมาคือ ระบบหน้าต่างมีความง่าย สะดวกต่อการใช้งาน พึงพอใจในด้านความบันเทิงของยูทูบส่วนใหญ่พบว่า เพลงและ MV เพลงในยูทูบ เนื้อหาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ฟังเพลงในยูทูบเป็นงานอดิเรก เพลงในยูทูบให้ความบันเทิงได้ ใช้ยูทูบในการถ่ายทอดสดเพลงหรือ LIVE สตรีงเพลง อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ยูทูบ, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, นักเรียน

Abstract

This research The objectives were 1) to study the behavior of choosing to listen to online music on the YouTube platform of students in Udon Thani Municipality, 2) to study the satisfaction with choosing to listen to online music on the YouTube platform of students in Udon Thani Municipality. This research is a survey research. 400 students in the secondary education area of Udon Thani Municipality. The research tools were: A four-part behavioral and satisfaction questionnaire was randomly collected from students studying in Udon Thani municipality. take the information were obtained and analyzed by a statistical program For the statistics used include Data were analyzed by percentage, mean and standard deviation statistics.

The results of the research were as follows: 1) Behavior of choosing to listen to online music on the YouTube platform of students in Udon Thani municipality. Found that watching for entertainment such as listening to music/MV LIVE, accounting for 77.00 percent. Students know YouTube. via social media Representing 90.50 percent, most of them access every day. Representing 85.25 percent by using more than 4 hours a day Representing 78.50 percent, most listened to before going to bed. 58.00 percent use the internet from mobile networks representing 77.50 percent, choosing to watch music videos, music MVs representing 46.00 percent listening to Thai country music, indie accounted for 54.50 percent because they liked the artist representing 88.00 percent, most favorite singers are Kong Huai Rai, representing 46.25 percent 2) YouTube technical and usability satisfaction It was found that YouTube has the most simple technique and ease of use, followed by a simple window system. convenient to use Satisfied with the entertainment of Most YouTubers find songs and music MVs on YouTube suitable content. at the highest level Listening to music on YouTube is my hobby. YouTube music is entertaining. Use YouTube to broadcast live music or live singing at a high level.

Keywords: YouTube, Behavior, Satisfaction, Students

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันก้าวเข้าสู่โลกออนไลน์เป็นสังคมที่มีขนาดใหญ่ เกิดจากผู้คนที่ต้องการติดต่อสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กัน และพัฒนา เทคโนโลยีเข้าสู่ยุค 4.0 มีเว็บไซต์แอปพลิเคชันและโปรแกรม ที่ผู้คนสามารถโต้ตอบกันได้ ยุคออนไลน์มีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนมากขึ้น ทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม รวมไปถึงการรับข่าวสารและความบันเทิง ยูทูบ (Youtube) ในปัจจุบันมีบทบาทมากในการเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์และมีผู้ใช้งานในประเทศไทย เป็นจำนวนมาก สาเหตุที่คนไทยส่วนใหญ่ชอบดูยูทูบ เป็นเพราะเนื้อหาที่มีความหลากหลาย โดดเด่น รวบรวม คลิปวิดีโอ เพลง ภาพยนตร์ คอนเทนต์ต่าง ๆ รวมถึงวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดคนดู และยังสามารถเลือกรับชม ในเวลาที่ต้องการได้ ยูทูบ เป็นสื่อที่นอกจากผู้บริโภคจะนิยมใช้งานเพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ภายหลังจากที่ต้องเผชิญกับผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่อันเนื่องมาจากการระบาดของโควิด-19 ยูทูบได้กลายเป็นหนึ่งในสื่อยอดนิยมที่ผู้บริโภคใช้งาน เพื่อพัฒนา

และเพิ่มพูนทักษะการเรียนรู้ ตลอดจนหารายได้ จากรายงาน Global Digital Report 2021 พบว่า ยูทูบเป็นแพลตฟอร์มที่คนไทยใช้งานมากที่สุดมาเป็นอันดับ 1 ที่ระดับ 94.2% รองลงมาคือ Facebook ซึ่งมียอดการใช้งานอยู่ที่ 93.3% ตัวเลขที่สะท้อนถึงความนิยมของยูทูบดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมการเสพคอนเทนต์ออนไลน์ของคนไทย ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะให้ความสนใจกับการรับชมวิดีโอออนไลน์มาเป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยการฟังดนตรีผ่านสตรีมมิ่ง เป็นอันดับ 2 และการรับชม Vlogs เป็นลำดับที่ 3 ซึ่งทั้งหมดเป็นคอนเทนต์ที่มีให้รับชมได้ผ่านแพลตฟอร์มของยูทูบทั้งสิ้น (อินโฟเคส, 2564)

การนำเสนอเพลงต่าง ๆ ของยูทูบเบอร์มีวิธีการนำเสนอเพลงที่หลากหลายในรูปแบบของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันมีแนวเพลงที่ผู้คนให้ความสนใจแตกต่างกันตามความชอบส่วนบุคคล เช่น เพลงPOP เพลงร็อค เพลงไทย เพลงสากล เป็นต้น ในโลกสังคม ยูทูบมีหลากหลายบุคคลและหลากหลายความคิด โดยกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการฟังเพลงผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยยูทูบเป็นหนึ่งตัวเลือกที่กลุ่มวัยรุ่นเลือกใช้เป็นพื้นที่เพื่อฟังเพลงที่ชอบและติดตามประเภทเพลงที่ชอบ

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการติดตามเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูบของนักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี และคณะผู้วิจัยต้องการทราบด้วยว่านักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานีมีพฤติกรรม และความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันยูทูบอย่างไร เพื่อที่จะหาช่องทางในการพัฒนาการสื่อสารผ่านยูทูบให้เกิดประโยชน์ต่อตัวนักเรียน นักศึกษาในอนาคตต่อไป

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

อัทคิน (Atkin, 1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ย่อมเป็นคนที่มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับมีความ ทันท่วงทีเท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตามมนุษย์นั้นไม่ได้ เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้น หรือผ่านเข้ามาทางการรับรู้ของมนุษย์ แต่มนุษย์จะเลือกรับ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร เป็นเหมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การเปิดรับ (Selective Exposure) ในขั้นนี้เป็นการเลือกช่องทางการสื่อสาร โดย บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลากหลาย เช่น การ เปิดรับข่าวสารในเฟซบุ๊ก หรือเลือกเปิดยูทูบตามความสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการ

ขั้นที่ 2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ตามความสนใจ ตามความคิดเห็นของตนเอง เพื่อสนับสนุนทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ และหลีกเลี่ยงที่จะไม่รับข่าวสารที่ไม่ตรงกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิม และมีแนวโน้มแสวงหาข้อมูลที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข้อมูลที่ขัดแย้งกับสิ่งที่กระทำลงไป

ขั้นที่ 3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามความสนใจหรือ ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ผู้รับสารจะมีการตีความสารที่ได้รับมาตามประสบการณ์ ความเข้าใจ หรือทัศนคติ ซึ่งแต่ละบุคคลจะตีความหมายที่ต่างกันอย่างออกไป

ขั้นที่ 4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นขั้นสุดท้ายของการเปิดรับสาร เลือกสนใจ และเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารตามทัศนคติ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ยังเลือก จดจำเนื้อหาสาระของสาร ในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ และมักจะไม่นึกถึงในสิ่งที่ ตนเองไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับ ความคิด ทัศนคติ ตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ คือ ความรับรู้ของบุคคลทั้งที่เกิดขึ้นในระยะสั้นหรือระยะยาวที่มีต่อคุณภาพ การบริการต่าง ๆ ทั้งในระดับแคบที่เกี่ยวกับลักษณะบริการที่มีคุณภาพ และการบริการ เช่น ความ รับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจของผู้ให้บริการ เป็นต้น และในระดับกว้างที่เป็นมุมมองของผู้รับบริการที่ได้จากบริการทุกประเภทที่น่าไปเป็นข้อสรุปรวมของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร (ละอองทราย โกมลาลัย, 2556) เชลลี (Shelley, 1975) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ซับซ้อนสองแบบ ของมนุษย์ มีทั้งความรู้สึกด้านบวกและด้านลบ ความรู้สึกในเชิงบวกของมนุษย์เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น แล้วทำให้มีความสุขจากกล่าวได้ว่าความรู้สึกด้านบวก ด้านลบ และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่าง ซับซ้อน ซึ่งความสัมพันธ์นี้ก่อให้เกิดระบบความรู้สึกพึงพอใจ โดยความรู้สึกพึงพอใจของแต่ละบุคคล จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคนคนนั้นมีความรู้สึกด้านบวกมากกว่าความรู้สึกด้านลบ เมื่อจุดมุ่งหมายหรือสิ่ง ที่เขาต้องการบรรลุจุดหมายในระดับใดระดับหนึ่ง ยิ่งถ้าสามารถบรรลุจุดหมายที่เขาหวังไว้ได้ในระดับสูงแล้ว ความรู้สึกด้านบวกก็จะมีมาก และส่งผลเกิดความสุข ในทางตรงกันข้ามหากการตอบสนองต่อการบรรลุจุดหมายนั้นเป็นไปในทิศทางลบ ความรู้สึกด้านลบก็จะเพิ่มเข้ามา และทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกฟังเพลงออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ของนักเรียนในเทศบาลนครอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจเพลงออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ของนักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนทั้งชายและหญิงในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเทศบาลนครอุดรธานี โดยมีจำนวน 63 โรงเรียนและนักเรียนทั้งสิ้น 108,536 คน (ที่มา : สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดอุดรธานี, 2564)
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเทศบาลนครอุดรธานี ปีการศึกษา 2564 จำนวน 400 คน (จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %)
 - 1.3 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอนประกอบด้วย
 - 1) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) โดยมีจำนวน 63 โรงเรียน จับฉลากเลือก 4 โรงเรียน จากโรงเรียนขนาดใหญ่ 2 โรง และโรงเรียนขนาดเล็ก 2 โรง ได้ดังนี้ 1) โรงเรียนอุดรพิทยานุกูล 2)โรงเรียนตรีราชินูทิศ 3) โรงเรียนเทศบาล 7 รถไฟสองแคว 4) โรงเรียนบ้านหมากแข้ง
 - 2) การสุ่มแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยนำจำนวนนักเรียนทั้ง 4 โรงเรียนมาคำนวณร้อยละเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความน่าจะเป็น

3) การสุ่มแบบบังเอิญ เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละโรงเรียนตามสัดส่วนที่คำนวณได้นำไปเก็บกับนักเรียนทั้ง 4 โรงเรียนให้ครบตามจำนวน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากการทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามนี้แบ่ง ออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว พฤติกรรมการใช้ยูทูบ ความพึงพอใจต่อยูทูบ และข้อเสนอแนะ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการโดยการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ด้วยตนเองจนได้แบบสอบถามครบทั้ง 400 ชุด

5. การสร้างและทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพตามลำดับต่อไปนี้

5.1 ศึกษาเอกสาร บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.2 สร้างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และแบบวัดตัวแปรต่าง ๆ

โดยแบบสอบถามบางฉบับผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง และปรับปรุงจากผู้อื่น

5.3 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาให้คะแนนแล้วนำมาหาค่า IOC จนได้แบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา จึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

5.4 ดำเนินการจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษาจากการเก็บแบบสอบถามและนำมาแปรผลเพื่อ วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยผลการแปรผลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถามนำเสนอโดย ด้วย สถิติแสดงเป็นร้อยละและความถี่

2. ความคิดเห็น พฤติกรรม และความพึงพอใจในการใช้งานแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ของ

นักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

ผลสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 เพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ อายุ 14 – 16 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.25 สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่โรงเรียนอุดรพิทยานุกูล จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 7,100 – 9,000 บาทต่อเดือน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25

พฤติกรรมการเลือกรับฟังเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูบของนักเรียน ในเทศบาลนครอุดรธานี เป็นดังนี้

ผลสำรวจพบว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อความบันเทิง เช่น ฟังเพลง/MV LIVEสด จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 รองลงมาเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับคนในครอบครัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 เพื่อ

ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

นักเรียนใช้งานยูทูปทุกวัน จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.25 รองลงมาคือ 2 – 3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานยูทูป ในแต่ละวันใช้มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 รองลงมา 3 - 4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 เวลาฟังเพลงส่วนใหญ่ฟังในเวลาก่อนนอน จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาฟังเวลาทำการบ้าน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ฟังขณะอาบน้ำ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ฟังเวลาเรียน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ฟังเวลานั่งรถกลับบ้าน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 อื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากเครือข่ายมือถือ จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 รองลงมา อินเทอร์เน็ตบ้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 แร่สอตสปอร์ตจากเพื่อน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 อินเทอร์เน็ตโรงเรียน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 อินเทอร์เน็ตสาธารณะ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25

นักเรียนนิยมรับชมวิดีโอเพลง, MV เพลง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา เกมมิ่ง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ละครจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รายการตลก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 การ์ตูน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 การศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 เรื่องลึกลับ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 อื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ด้านการฟังเพลงพบว่านิยมเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา เพลงไทยสตริง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 เพลงสากล จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 Hip Hop จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 R&B จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 Jazz จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ป๊อป (Pop) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 คลาสสิก (Classic) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 Electronic จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ร็อก(Rock) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 อื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

เหตุผลที่ฟังเพลงเพราะชื่นชอบศิลปิน จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมา ฟังเพราะชื่นชอบ MV เพลง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ฟังเพราะชื่นชอบเนื้อเพลง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ฟังเพราะตามยุคตามสมัย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 อื่น ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ส่วนใหญ่รู้สึกผ่อนคลาย จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมา รู้สึกมีความสุขดี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รู้สึกเศร้า เสียใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 อื่น ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 นักร้องที่ชื่นชอบได้แก่ ก้อง ห้วยไร่ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 ทอม Room29 จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 กระต่าย พรณิภา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75

ความพึงพอใจการเลือกรับฟังเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูปของนักเรียน ในเทศบาลนครอุดรธานี

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานีที่มีต่อยูทูป

ความพึงพอใจแพลตฟอร์มยูทูป	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(S.D)	แปลผล
1. ยูทูปมีเทคนิคและการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน	4.99	0.10	มากที่สุด
2. พึงพอใจต่อเครื่องมือในการตัดต่อวิดีโอในยูทูป	4.20	0.78	มาก
3. พึงพอใจต่อระบบเซ็นเซอร์เนื้อหาแม่นยำ	3.90	0.94	มาก
4. ระบบหน้าตาต่างมีความง่าย สะดวกต่อการใช้งาน	4.74	0.60	มากที่สุด
5. เพลงในยูทูป ให้ความบันเทิงได้	4.61	0.71	มากที่สุด
6. เพลงลูกทุ่งอินดี้ให้ความบันเทิงเข้ากับยุคสมัยใหม่	4.92	0.32	มากที่สุด
7. ฟังเพลงในยูทูปเป็นงานอดิเรก	4.88	0.35	มากที่สุด
8. ใช้ยูทูปในการถ่ายทอดสดเพลงหรือ LIVE สดร้องเพลง	3.93	0.78	มาก
9. เพลงและ MV เพลงในยูทูปเนื้อหาที่เหมาะสม	4.95	0.25	มากที่สุด
10. เพลงใน Youtube ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต	4.81	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อยูทูปอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ประกอบด้วยมีเทคนิคและการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.99$) รองลงมาคือพึงพอใจต่อเพลงและ MV เพลงในยูทูปเนื้อหาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.95$) เพลงลูกทุ่งอินดี้ให้ความบันเทิงเข้ากับยุคสมัยใหม่ ($\bar{X} = 4.92$) ฟังเพลงในยูทูปเป็นงานอดิเรก ($\bar{X} = 4.88$) พึงพอใจต่อระบบหน้าตาต่างมีความง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.74$) เพลงในยูทูป ให้ความบันเทิงได้ ($\bar{X} = 4.61$) ส่วนความพึงพอใจที่อยู่ในเกณฑ์มากประกอบด้วย พึงพอใจต่อเครื่องมือในการตัดต่อวิดีโอในยูทูป ($\bar{X} = 4.20$) ถ่ายทอดสดเพลงหรือ LIVE สดร้องเพลง ($\bar{X} = 3.93$) พึงพอใจต่อระบบเซ็นเซอร์เนื้อหาแม่นยำ ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

พฤติกรรมการเลือกรับฟังเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูปของนักเรียน ในเทศบาลนครอุดรธานี

ผลสำรวจพบว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างฟังเพื่อความบันเทิง เช่น ฟังเพลง/MV LIVE สด ใช้งานยูทูปทุกวัน จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานยูทูป ในแต่ละวันส่วนใหญ่คือ มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวนชั่วโมงที่ใช้ ใช้งานยูทูปส่วนใหญ่ คือ บ่อยครั้ง (5 – 7 วันต่อสัปดาห์) จะเห็นได้ว่านักเรียนในเขตเทศบาลนครอุดรธานีใช้สื่อยูทูปใน ปริมาณที่มาก และเน้นหนักไปด้านการฟังเพลงมากกว่าด้านอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่น จึงให้ความสนใจกับความบันเทิง ยูทูปเป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายและมีเนื้อหาเน้นหนักไปด้านความบันเทิงจึงทำให้นักเรียน นิยมที่จะเข้าใช้งานเป็นประจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิญญู เวียงสีมา (2562) ซึ่งทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการ ใช้และความพึงพอใจสื่อยูทูปของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมใช้ยูทูปของผู้สูงอายุ ใช้เพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ดูรายการ TV ฟังเพลง/MV LIVE สด มีความถี่ในการใช้ทุกวัน มีช่วงเวลาในการ

ใช้ระหว่าง 1 – 2 ชั่วโมง ใช้งานผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ Smart Phone จะเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็น วัยนักเรียนหรือผู้สูงอายุล้วนใช้ยูทูบเพื่อความบันเทิงทั้งนั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับวรรณ องค์ครุฑรักษา (2563) ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดในยูทูบที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเจนเรชั่น Z และ Y ผลการวิจัยพบว่า ความรู้สึกเชิงบวกที่มีต่อด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งของของยูทูบเบอร์ 2. คลิปของยูทูบเบอร์มีความน่าเชื่อถือ 3. ความชอบยี่ห้อของสิ่งของจากคลิป มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตอบสนองมากที่สุด รองลงมาได้แก่การเปิดรับรายการที่ยูทูบเบอร์พูดถึงสินค้าบ่อย ๆ อย่างสนุกและน่าสนใจ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ชมให้ความสนใจกับความสนุกหรือความบันเทิงในการรับชมรายการทางยูทูบ ประกอบกับคุณลักษณะของยูทูบที่มีเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอที่หลากหลาย เน้นความบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มผู้รับสารจึงให้ความสนใจและมีพฤติกรรมที่ติดตามด้านความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการฟังเพลง ดูหนัง สารคดีต่าง ๆ นอกจากจะได้รับความบันเทิงยังมีสาระให้ได้ติดตามผ่านยูทูบอีกด้วย นักเรียนส่วนใหญ่เลือกรับชมวิดีโอเพลง, MV เพลง ด้วยเหตุผลคือฟังเพราะชื่นชอบศิลปิน ติดตามแล้วรู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของนิศาตร์น พยุหะ ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการเปิดรับเนื้อหาสื่อยูทูบของคนวัย 40-60 ปี ในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มคนวัย 40-60 ปี เปิดรับในสื่อยูทูบอยู่ในรูปแบบของเพลงและข่าวสารเป็นหลัก รองลงมาคือ รายการบันเทิง ละคร กีฬา และเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัย 40-60 ปีนั้นให้ความสนใจกับข่าวสารมากกว่าเด็กนักเรียน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งสามารถนำประโยชน์มาใช้ในการดำรงชีวิตได้อีกด้วย ส่วนนักเรียนเป็นวัยที่ยังมีสนใจเรื่องของสุขภาพ จึงนิยมใช้ยูทูบเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก หากจะทำการสื่อสารรณรงค์เรื่องต่าง ๆ ให้กับนักเรียนให้น่าสนใจ ควรใช้สื่อยูทูบจะทำให้เข้าถึงกลุ่มนักเรียนได้มากยิ่งขึ้น

ความพึงพอใจการเลือกรับฟังเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูบของนักเรียน ในเทศบาลนครอุดรธานีพบว่าอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมากที่สุด จะเห็นได้ว่านักเรียนให้ความสนใจกับการฟังเพลงในยูทูบมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงวัยรุ่น นักเรียนให้ความสนใจด้านความบันเทิง ยูทูบเป็นสื่อที่เน้นความบันเทิงมีเนื้อหาหลากหลายตรงกับความต้องการของนักเรียน ได้ติดตามผลงานของศิลปินที่ชื่นชอบผ่านยูทูบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรเทพ สุกุณา (2563) ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์รายการเพลงบนยูทูบ: กรณีศึกษาบริบททางวัฒนธรรมดิจิทัลในการเปิดรับชมรายการเพลงของผู้ชมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า “การสื่อสารเพลง” มีองค์ประกอบของความต่อเนื่องของการนำเสนอความหลากหลายมิติ มีองค์ประกอบของการนำเสนอผ่านแกนของรายการ โดยใช้เนื้อหาของรายการมาสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้รับชมอย่างต่อเนื่อง รายการเพลงบนยูทูบให้ความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาที่มีจุดเด่นและดึงดูดความสนใจให้เป็นที่น่าจดจำด้วยบริบททาง “วัฒนธรรมดิจิทัล” ที่เป็นลักษณะเฉพาะของรายการนั้น ๆ โดยเป็นสิ่งที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ชมที่มีการเปลี่ยนผ่านการรับชมรายการเพลงจากช่องทางทั่วไปสู่การรับชมยูทูบ ดังนั้นหากจะนำเสนอรายการเพลงผ่านยูทูบให้นักเรียนสนใจ ต้องคำนึงถึงความต่อเนื่องในการนำเสนอ เนื้อหาที่มีจุดเด่น น่าสนใจตรงกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ ด่านกลาง (2559) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการรับชมสื่อวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์โดยมีความพึงพอใจในการรับชมสื่อวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ บน สื่อวิดีโอ YouTube มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อวิดีโอบน Facebook ทั้งนี้อาจเป็นเพราะยูทูบมีเนื้อหาหลากหลายตรงกับกลุ่มนักเรียนที่นิยมฟังเพลงออนไลน์ ซึ่งมีประเภทเพลงหลากหลายให้เลือกในยูทูบ จึงเป็นที่สนใจติดตามชมมากกว่าสื่ออื่น นอกจากนั้น อัจฉริยา พุ่มแจ้ง (2560) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกรับชม รายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ทั้งช่องทางเข้าถึงหลากหลาย ไม่ยุ่งยาก สะดวก และเข้าถึง

รายการได้ทุก ที่ทุกเวลา จะเห็นว่า ยูทูปเอื้ออำนวยให้เกิดการใช้งานที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว จึงทำให้นักเรียนมีความพึงพอใจในเลือกใช้ในการติดตามข่าวสารด้านความบันเทิง หรือการฟังเพลงจากยูทูปมากกว่าสื่ออื่น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างรับชมวิดีโอเพลง, MV เพลงเป็นส่วนมากบนแพลตฟอร์มยูทูป ดังนั้นหากต้องการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น หรือกุณนักรเรียน ควรสร้างผลงานวิดีโอเพลง, MV เพลงลงแพลตฟอร์มยูทูป จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าแพลตฟอร์มอื่น ๆ
2. จากการศึกษพบว่ากลุ่มนักเรียนในจังหวัดอุดรธานีให้ความสนใจเพลงลูกทุ่งอินดี้บนแพลตฟอร์มยูทูปมากที่สุด จึงถือเป็นโอกาสของค่ายเพลงอินดี้ลูกทุ่งต่าง ๆ ที่จะสร้างผลงานใหม่ ๆ เข้าสู่แพลตฟอร์มยูทูปเพื่อให้ครองใจผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. กลุ่มตัวอย่างฟังเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูปทุกวัน การพัฒนาช่องยูทูปควรสร้างผลงานลงแพลตฟอร์มยูทูปเป็นประจำทุกวัน จะทำให้นักเรียนหรือวัยรุ่นได้ติดตามผลงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแพลตฟอร์มยูทูปของกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มประชาชนทั่วไป เป็นต้น
2. ควรศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีการโฆษณาบนยูทูป
3. ควรศึกษารูปแบบ วิธีการนำเสนอของนักเรียน นักศึกษาที่ประสบผลสำเร็จมีผลงานสร้างรายได้จากยูทูป เพื่อหาวิธีพัฒนานักเรียนให้สร้างรายได้บนยูทูปให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จุฬาลักษณ์ นาคะชาต. (2563). การตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อยูทูป (Youtube). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิศารัตน์ พุทธิ. (2562). พฤติกรรมและการเปิดรับเนื้อหาสื่อยูทูปของคนวัย 40-60 ปี ในจังหวัดนครราชสีมา. สืบค้น 30 มีนาคม 2565 จาก <https://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch>
- ละอองทราย โกมลาลัย. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปาในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรวรรณ องค์กรรักษา. (2564). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดในยูทูปที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเจนเรชั่น Z และ Y. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 14(1), 1-12.
- วรัญญา เวียงสิมา. (2563). พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจสื่อยูทูปของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดอุดรธานี. (2565). ระบบสารสนเทศด้านการศึกษจังหวัดอุดรธานี. สืบค้น 30 มีนาคม 2565 จาก <https://www.udonpeo.go.th/data/app/2565/>

- อมรเทพ สกฤณา. (2563). การสร้างสรรค์รายการเพลงบนยูทูบ: กรณีศึกษาบริบททางวัฒนธรรมดิจิทัลในการเปิดรับชมรายการเพลงของผู้ชมในประเทศไทย. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(1), 42 – 570.
- อัญฉริยา ท่งแจ้. (2560) ” ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อินโฟเควส. (2565). YouTube แพลตฟอร์มที่คนไทยใช้งานมากที่สุดในปี 64. สืบค้น 30 มีนาคม 2565 จาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2022/youtube>
- อุษณีย์ ต่านกลาง. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมวิดีโอคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี), 2(2), 78 – 90.
- Atkin, C. K. (1973). *New model for mass communication research*. New York: Free Press.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: Free Press.
- Shelley, M. W. (1975). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden Hutchison.