



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 33 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560

ตามที่คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ขึ้น ในวันที่ 29 มิถุนายน 2560 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีคุณภาพ ทางวิชาการ และมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการตั้งตำแหน่งและรายนาม ดังต่อไปนี้

1	รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	ประธานกรรมการ
2	รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	กรรมการ
3	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
4	รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	กรรมการ
5	รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ชาติานิติ	กรรมการ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	กรรมการ
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล	กรรมการ
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ชื้อภักดี	กรรมการ
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจรรย์	กรรมการ
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร	กรรมการ
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ	กรรมการ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์	กรรมการ
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	กรรมการ
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	กรรมการ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ศิริพิศ	กรรมการ
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีญา บังเมฆ	กรรมการ

18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	กรรมการ
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิภา พจน์วาที	กรรมการ
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	กรรมการ
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	กรรมการ
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา	กรรมการ
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล	กรรมการ
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	กรรมการ
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตศักดิ์ พุดจระ	กรรมการ
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร	กรรมการ
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนภุต สังข์เฉย	กรรมการ
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณนันทน์ หอมสุต	กรรมการ
31	ร้อยตำรวจเอก ดร.วิเชียร ตันศิริคงคล	กรรมการ
32	อาจารย์ ดร. ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล	กรรมการ
33	อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต	กรรมการ
34	อาจารย์ ดร.เมษธาวิณ พลโยธี	กรรมการ
35	อาจารย์ ดร.โอชัยญา บัวธรรม	กรรมการ
36	อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา	กรรมการ
37	อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต	กรรมการ
38	อาจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	กรรมการ
39	อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครคะวณิชชา	กรรมการ
40	อาจารย์ ดร.ณัฐนา ลีพหรัตนรักษ์	กรรมการ
41	อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	กรรมการ
42	อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
43	อาจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย	กรรมการ
44	อาจารย์ ดร.ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ	กรรมการ
45	อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนันท	กรรมการ
46	อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์	กรรมการ
47	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
48	อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	กรรมการ
49	อาจารย์ ดร.พลอย สุดอ่อน	กรรมการ
50	อาจารย์ ดร.ภพ สวัสดิ์	กรรมการ
51	อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	กรรมการ
52	อาจารย์ ดร.ภาสนันทน อัครวิทย์	กรรมการ

53	อาจารย์ ดร.รักษนก โสภาศิต	กรรมการ
54	อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทรธนะกุล	กรรมการ
55	อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์	กรรมการ
56	อาจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน	กรรมการ
57	อาจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	กรรมการ
58	อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
59	อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์	กรรมการ
60	อาจารย์ ดร.อรรณพงค์ พิระเชื้อ	กรรมการ
61	อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
62	อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ	กรรมการ
63	อาจารย์ ดร.อุทัย ปริญญาสุทธินันท์	กรรมการ
64	อาจารย์รชกร วชิรสิโรตม	เลขานุการ
65	นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2560



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 47 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 (เพิ่มเติม)

ตามคำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ 33/2560 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการ  
ฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ไปแล้วนั้น และเพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการ เป็นไปด้วยความ  
เรียบร้อย มีคุณภาพทางวิชาการและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
(เพิ่มเติม) จำนวน 8 ราย ดังนี้

- |   |                                       |         |
|---|---------------------------------------|---------|
| 1 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ | กรรมการ |
| 2 | อาจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ      | กรรมการ |
| 3 | อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์             | กรรมการ |
| 4 | อาจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล       | กรรมการ |
| 5 | อาจารย์ ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น         | กรรมการ |
| 6 | อาจารย์ ดร.ระบิล พันภัย               | กรรมการ |
| 7 | อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์         | กรรมการ |
| 8 | อาจารย์ ดร.วิไลวรรณ สิริโรจนพุดิ      | กรรมการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2560

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)  
คณบดีคณะกรรมการจัดการ

## การศึกษาประสบการณ์การใช้งานและทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิง ของวัยรุ่น Gen Y

EXPERIENCE AND ATTITUDE TOWARDS MUSIC AND ENTERTAINMENT APPLICATIONS OF GEN Y TEENS.

กิ่งไผ่ วงษ์เพ็ญ<sup>1</sup> อาจารย์ มั่งบัง<sup>1</sup> และ จิตพนธ์ ชุมเกตุ<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องประสบการณ์การใช้งานและทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกใช้วิธีวิทยา แบบปรากฏการณ์วิทยา และใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบลูกโซ่ (snowball sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือกลุ่มวัยรุ่น Gen Y ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันด้านดนตรีและความบันเทิงจำนวน 6 คน มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์ต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y 2) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวัยรุ่น Gen Y มีทัศนคติต่อและความชอบของแต่ละแอปพลิเคชันแตกต่างกันไปตามรสนิยม จึงมีผลทำให้แต่ละแอปพลิเคชันได้พัฒนาฟังก์ชันของตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการมากที่สุดและผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย สามารถใช้งานง่าย พื้นที่จัดเก็บมีขนาดเล็ก รวมถึงมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน, ประสบการณ์, ทัศนคติ

### Abstract

Experiences and attitudes toward using Music and Entertainment Applications of teenagers in Gen Y. The study was a qualitative research. Data were analyzed using Phenomenology and Snowball sampling. Key informant was selected from cases 6 people of teenager in Gen Y who had experience using Music and Entertainment Applications were included as a sample. The purposes of this study were as follows: (1) to examine experiences toward using Music and Entertainment Applications of teenagers in Gen Y and (2) to examine attitudes toward using Music and Entertainment Applications of teenagers in Gen Y. The study revealed that Teenager in Gen Y have different attitudes toward each Applications follow their taste. As a result, Every Applications have to develop their own function in order to meet the needs of consumers. Most consumers will download free applications which easy to use, uses less storage space and has a variety of functions.

Keywords: Application, Experience, Attitude

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> อาจารย์ ดร.ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## 1. บทนำ

ปัจจุบันกระแสอุตสาหกรรมด้านดนตรีและความบันเทิงมีอิทธิพลอย่างมากในชีวิตประจำวัน ผู้คนต่างไขว่คว้าหาความสะดวกสบายในทุกๆด้าน รวมไปถึงอุตสาหกรรมด้านดนตรีและบันเทิงที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทำให้การเจริญเติบโตของแอปพลิเคชันต่างๆมีการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ กิจกรรมที่จำหน่าย CD/DVD ที่เคยมียอดขายสูงกลับตกต่ำลงเพียงเพราะผู้คนต่างเปลี่ยนแปลงไปใช้แอปพลิเคชันด้านดนตรีและความบันเทิงมากขึ้น ยอดขายที่ลดลงทำให้กิจการต่างปิดตัวลง และในด้านการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค มีการปรับตัวเข้าสู่ยุคปัจจุบัน โดยการรับบริโภคสื่อและความบันเทิงต่างๆที่มีสื่อดิจิทัลเข้ามา มีบทบาทในการใช้งาน ทำให้ CD/DVD ที่เคยโด่งดังเลื่อนหายไปตามกาลเวลา

กระแสอุตสาหกรรมด้านดนตรีและสื่อบันเทิงไทยนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีได้รับความนิยมอย่างมาก รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อ บันเทิงไทยให้ขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับนานาชาติ อีกทั้งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เพียบพร้อม มีศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย งดงาม ทรงคุณค่า ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในการสร้างสรรค์งาน นอกจากนี้ยังมีโอกาสจากการรวมตัวทางเศรษฐกิจของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ที่จะมีการเปิด ตลาดเสรีทางการค้าบริการด้านบันเทิงมากขึ้นอีกด้วย (เรวัตี แก้วมณี, 2557)

ความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดของผู้บริโภคทำให้แอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านความหลากหลายของแอปพลิเคชัน ฟังก์ชันการใช้งาน ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน รวมไปถึงภาพลักษณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันนั้นๆ เพื่อผลประโยชน์ระยะยาว ที่มีการบอกต่อ การนึกถึงแอปพลิเคชันใดเมื่อผู้บริโภคต้องการฟังเพลงหรือโหลดเพลง และยังรวมถึงความสะดวกสบายของการค้นหาเพลง การเก็บข้อมูลเพลงต่าง ๆ ไว้ในแต่ละหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา (Monchai OKnation, 2554)

การฟังเพลงแบบออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้ฟังเพลงจึงมีรูปแบบที่พัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีถือและแท็บเล็ต รวมถึงอุปกรณ์เคลื่อนที่อื่น ๆ เช่น iPod หรือ Thump drive เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น อุปกรณ์การสื่อสาร ไม่ได้มีเพียงไว้ใช้แค่การโทรเข้าและรับสายตั้งแต่ยุคก่อน แต่กลับทำได้หลากหลายฟังก์ชันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน การติดต่อสื่อสาร ตลอดจนถึงด้านความบันเทิง แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานในระบบมือถือหรือแท็บเล็ต โดยแอปพลิเคชันจะถูกใช้ในระบบปฏิบัติการ Android และ IOS

Generation Y หรือพวก Millennial Generation (หรือ Millennials) หรือบางที เรียกว่า Generation Next, Net Generation หรือ Echo Boomers (ลูกของพวก Baby Boomers) คือพวกที่เกิดระหว่างกลางทศวรรษ 1970 ไปจนถึงต้นทศวรรษ 2000 (วารกรณ์ สามโกเศศ, 2554) กลุ่มวัยรุ่น Gen Y (Generation Y) คือ ผู้ที่กำลังก้าวเข้ามาสู่วัยทำงาน จึงจัดเป็นกลุ่มคนอายุช่วงประมาณ 15 - 30 ต้นๆ เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาพร้อมกับความสงสัย เป็นคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาด้วยความเพียบพร้อม และความสับสน (Yahoo, 2558) มีความต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างทันเวลา เพื่อภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นคนทันสมัย

แอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงในยุคปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และแอปพลิเคชันฟังเพลงออนไลน์ที่เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่น Gen Y มีด้วยกันหลากหลายแอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะเป็น Joox, ฟังใจ, Line Music, Apple Music, itunemusic, Youtube, 4Share และอื่น ๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดล้วน

เป็นแอปพลิเคชันฟังเพลงออนไลน์ที่สามารถสมัครสมาชิกได้ฟรี โดย Sign in ผ่านทางบัญชี Social Network Application เช่น Line หรือ Facebook เพื่อให้การฟังเพลงในมือถือและแท็บเล็ตง่ายดายมากยิ่งขึ้น

ประเภทของแอปพลิเคชันทางด้านความบันเทิงเกี่ยวกับเสียงเพลงล้วนเพิ่มจำนวนขึ้นมากมาย ประกอบกับการแข่งขันทางด้านธุรกิจและการตลาดของแต่ละแบรนด์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งาน และทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y ว่าทางเจ้าของธุรกิจแอปพลิเคชันประเภทนี้มีความต้องการที่จะพัฒนา และการสร้างมูลค่าเพิ่มตามนโยบายเศรษฐกิจใหม่หรือที่รู้จักกันในนาม 4.0 เพื่อเป็นแนวทาง หรือยุทธศาสตร์ในการพัฒนา และเพิ่มศักยภาพของแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของประเทศไทยต่อไป จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นคือประสบการณ์และทัศนคติของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันฟังเพลงออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมของ Gen Y ในปัจจุบัน

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาประสบการณ์ต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y
- 2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับหัวข้อเรื่อง “ประสบการณ์การใช้งานและทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y” การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิทยา ปราบกฏการณ์วิทยาเป็นหลัก เป็นการศึกษาประสบการณ์และปรากฏการณ์ของมนุษย์ มุ่งเน้นในเรื่องของการทำความเข้าใจความหมายที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา (ชาย โพธิ์สิตา, 2550) ดังนั้น ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยการศึกษาบุคคลจนสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาลักษณะรวมของประสบการณ์และทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น รวมไปถึงการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ไว้ดังนี้

### 3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มวัยรุ่น Gen Y ที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิง (เช่น Joox, iMusic, ฟังใจ, Vigeo D/L และ Apple Music) ซึ่งผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) โดยเลือกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งข้อมูลอิ่มตัว จึงหยุดเก็บข้อมูล ซึ่งจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 6 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัย เป็นผู้ที่มีความสำคัญมากที่สุดในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในพื้นที่ ทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและเป็นผู้ที่วิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยที่ต้องเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างลึกซึ้ง เพราะฉะนั้นผู้วิจัยต้องมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะศึกษาให้ได้มากที่สุด

แบบสอบถามกิ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง เนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด โดยการศึกษาและตั้งประเด็นคำถาม จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จัดทำคำถามด้วยความครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัย

เครื่องมืออื่น ๆ ได้แก่ 1.) เครื่องบันทึกเสียงใช้ในการบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกรายบุคคล แล้วทำมาถอดเทป เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในภายหลัง 2.) สมุดจดบันทึกใช้บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยจดบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากคำถามในการสัมภาษณ์ และ 3.) กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใช้สำหรับเก็บข้อมูลภาพ

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเน้นความเจาะจงเรื่องและหัวข้อ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจง เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงในหัวข้อ และประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการจะทราบ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลตามทฤษฎีวิถีวิทยา แบบปรากฏการณ์วิทยา เป็นทั้งปรัชญาและวิธีการที่มุ่งศึกษา และทำความเข้าใจประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้ และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง มีความคิด ความรู้สึกอย่างไรต่อบุคคล และเหตุการณ์แวดล้อมต่าง ๆ

วูด และฮาเบอร์(Wood&Haber, 2002) กล่าวว่า การวิจัยปรากฏการณ์วิทยาเป็นกระบวนการของการเรียนรู้ และทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์ของมนุษย์ ผ่านการสนทนากับบุคคลซึ่งใช้ชีวิตอยู่ในประสบการณ์นั้นๆ

เฮาเซอร์ (Houser,2008) กล่าวว่า ปรากฏการณ์วิทยา คือ การศึกษาประสบการณ์ชีวิตของบุคคลที่ต้องเผชิญกับสิ่งที่ปรากฏขึ้นกับบุคคลนั้น

ชาย โปริลิตา (2550) กล่าวว่า ปรากฏการณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก

อารีร์วรรณ อ่วมตานี (2549) กล่าวว่า ปรากฏการณ์วิทยา เป็นการศึกษาที่มีพื้นฐานมาจากสาขาปรัชญา ในการทำความเข้าใจความเชื่อมโยงของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมในโลก โดยศึกษาปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งที่สนใจ จากคำบอกเล่าของผู้มีประสบการณ์ตรง เพื่อคำแก่นแท้ของปรากฏการณ์นั้นให้มีความชัดเจน โดยมีภาษาเป็นสื่อขั้นต้นในการถ่ายทอดความหมายของประสบการณ์ชีวิตมนุษย์

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต นำมารวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด จากนั้นจึงจัดเก็บข้อมูลและแบ่งประเภทข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา สรุปสาระสำคัญของคำสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องใช้แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรม การสังเกต การสัมภาษณ์ มาช่วยในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลและนำข้อสรุปไปปรึกษาเพื่อความถูกต้องอีกครั้ง



#### 4 ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์และลงพื้นที่สำรวจการใช้แอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y โดยสำรวจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Joox ฟังใจ Video D/L และ Apple Music จำนวน 6 คน

##### 1) ประสบการณ์การใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y

จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลพบว่า “วัตถุประสงค์ของการเลือกใช้เพื่อฟังเพลงฟรี เลือก Joox เพราะฟรีมีเนื้อเพลงให้อ่าน สามารถเลือกคุณภาพของเพลงได้และเป็นสิ่งที่ดี เพลงค่อนข้างอัปเดต มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชัน Apple Music มาก่อน ที่เปลี่ยนแอปพลิเคชันเพราะ ของแอปพลิเคชัน Apple Music มีความยุ่งยากในการดาวน์โหลดเพลงฟรีเพราะต้องซิงค์เข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ก่อนถึงจะลงในโทรศัพท์ได้ อีกหนึ่งเหตุผลคือเพื่อนแนะนำแอปพลิเคชัน Joox ประเด็นสำคัญคือไม่มีเงินในบัญชีสำหรับการดาวน์โหลดเพลงบางครั้งมีน้อยและไม่เพียงพอสำหรับการซื้อเพลง Joox อัปเดตจากเดิมที่ไม่สามารถเปลี่ยนพื้นหลังหรือธีมก็สามารถเปลี่ยนได้ในปัจจุบัน เปลี่ยนได้ตามแบบที่ชอบ ทำให้รู้สึกสนุก สามารถเข้าถึงได้ง่าย ใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย ขนาดของแอปพลิเคชันไม่มีผลแต่อย่างใด เพราะอยากฟังเพลงแบบชัด ๆ มีคุณภาพเลยจำเป็นต้องเลือกดาวน์โหลดแบบ High quality

ปัจจัยที่ทำให้เลือกดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคงเป็นเพราะอยากฟังเพลง ฟรี ใช้บริการทุกวัน กลางคืน (00.00 – 03.00) ข้อบกพร่องที่มองเห็นคือบางครั้งมีที่เลือกไว้ก็หายไป ระบบไม่เสถียร แอปพลิเคชันไม่มีเพลงในบางศิลปินที่เราต้องการจะฟังเป็นผลให้ต้องเลือกฟังแอปพลิเคชันอื่น ชาร์ตเพลงไม่อินเตอร์อาจเป็นเพราะ joox เป็นแอปพลิเคชันไทย บางครั้งเนื้อเพลงไม่ถูกต้อง เพลงที่ออกมาค่อนข้างใหม่บางครั้งทำให้ไม่มีเนื้อเพลง

อยากให้ปรับปรุงชาร์ตเพลงอินเตอร์มากขึ้น หรือมีเพลงจากค่ายอื่น ๆ มากขึ้นเพื่อจะได้ไม่ต้องไปโหลดเพลงจากที่อื่น เนื้อเพลงอัปเดตบ้างเช็คความถูกต้องบ้าง บางเพลงมีซ้ำกันหลายตัวเลือก อัลบั้มซ้ำกันในแต่ละซิงเกิ้ลทำให้หาเพลงได้ยากและไม่ได้เพลงที่มีคุณภาพสูงความคิดเห็นสำหรับการพัฒนาในอนาคต Joox มีสิ่งที่ดีคือการสตรีมรายการเพลง รายการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจได้จึงอยากให้มีมาเยอะ ๆ การจัดหมวดหมู่ของเพลงให้เข้ากับหัวข้อทำให้น่าสนใจอยากให้เราให้หลากหลายมากขึ้น อยากให้ MV มีครบทุก ๆ เพลงเพื่อจะได้ดู เพราะว่าจะได้ไม่ต้องเปลี่ยนไปใช้แอปพลิเคชันอื่นในการดู MV วิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาดของ Joox ถือว่าดี มีการให้แชร์เพลงผ่านแอปพลิเคชันเพื่อได้สิทธิในการฟังเพลงฟรี ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว แต่ก็ค่อนข้างไม่มีสมรรถภาพในการตรวจสอบเพราะสามารถแชร์แบบส่วนตัวได้

Social Network มีผลต่อการตัดสินใจและการใช้งานของแอปพลิเคชัน เพราะโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สงสัยและอยากทราบถึงข้อมูลแอปพลิเคชันแอปพลิเคชัน ปัญหาที่พบบ่อยของ Joox แอปพลิเคชันมีการออกจากรายการจอลัดที่ทำได้สิ่งการ การที่เราไม่สามารถฟังเพลงได้ในบางเพลง แอปพลิเคชันชอบค้างเลื่อนไปมาลำบาก วงกลมที่สำหรับบอกนาทีกดได้ยาก เคยติดต่อไปยังผู้ให้บริการในการปรับปรุง ในทุกครั้งที่เพลงนั้นไม่มีเนื้อเพลง

ความโดดเด่น จุดเด่นของ Joox คือ สีของแอปพลิเคชัน วงกลมที่สำหรับบอกนาทีกดได้แตกต่างจากแอปพลิเคชันฟังเพลงอื่น ๆ หมวดเพลง สามารถทำรูปและใส่เพลงได้ อยากแนะนำ Joox มันเป็นแอปพลิเคชันที่ดีสำหรับคนชอบฟังเพลงและร้องเพลงเพราะมีเนื้อเพลงสามารถร้องเพลงตามได้” บทสัมภาษณ์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Joox

จากการสัมภาษณ์พบว่าฟังใจเป็นแอปพลิเคชันที่ฟังมิได้ไม่นานมีการใช้งานไม่ซับซ้อนยุ่งยาก กลุ่มผู้ใช้จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในการเลือกฟังเพลง โดยไม่ยอมฟังเพลงในแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานเยอะ ๆ

มีความเป็นตัวเองสูงเลือกสนับสนุนวงดนตรีหน้าใหม่มากกว่าการฟังเพลงตามกระแส มีการอัปเดตบ่อยแต่รูปแบบของ แอปพลิเคชันยังเป็นรูปแบบเดิม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแอปพลิเคชันฟังใจ ที่มีการใช้งานที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก โทนสีของ แอปพลิเคชันจะเป็นสีโทนเย็น ปัจจัยที่ทำให้เลือกดาวน์โหลดฟังใจเป็นเพราะ แนวเพลงที่ชอบ เพลงมีเนื้อหา ความคิด ที่สร้างสรรค์ของเนื้อเพลงและเสียงดนตรีในเพลงนั้น ๆ ข้อบกพร่องที่มองเห็นของแอปพลิเคชันคงเป็น โหลดเป็น ออฟไลน์ไม่ได้ อยากให้ปรับปรุงคือควรที่จะสามารถโหลดเป็นออฟไลน์ได้ ในอนาคตอยากให้มีการพัฒนาแนวเพลง ให้ มีความหลากหลายมากกว่านี้ สามารถโหลดเก็บฟังเป็นแบบออฟไลน์ได้ การประชาสัมพันธ์และการตลาดของ แอปพลิเคชันฟังใจที่จะไม่ค่อยมีการโปรโมทผ่านเทคโนโลยี Social Network ซึ่งมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือก ค่อนข้างมาก ปัญหาที่พบบ่อยของแอปพลิเคชันคือถ้าสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ดีเวลาที่ฟังเพลงก็จะไม่สามารถฟังได้ จุดเด่นของแอปพลิเคชันฟังใจ เป็นแอปพลิเคชันของคนเฉพาะกลุ่มมันเป็นแอปพลิเคชันที่มีแต่แนวเพลงเหมือน ๆ อื่นดี แต่แอปพลิเคชันอื่นจะมีหลายแนว”

ดาวน์โหลด Video D/L วัตถุประสงค์ของการเลือกใช้คือเพื่อ ฟังเพลง โหลดเพลง โหลดวิดีโอเอ็มวี สามารถดาวน์โหลดลงโทรศัพท์ได้ เหตุผลที่เลือกแอปพลิเคชันนี้สามารถดาวน์โหลดวิดีโอได้ทุกแอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะจาก เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันด้านนี้ เช่น Apple music, Joox, Melon เหตุผลที่ เปลี่ยนการใช้งานแอปพลิเคชันเพราะ การอัปเดตในแต่ละแอปพลิเคชันที่ทันต่อเหตุการณ์ เพลงอัปเดตช้า ปัจจุบันมี การอัปเดตรูปแบบของแอปพลิเคชันพัฒนาให้ใช้งานง่ายขึ้น สามารถเลือกบราวเซอร์ และดาวน์โหลดเพลงได้ ถ้าอยากฟัง เป็นเพลงก็โหลดแบบ Audio แต่ขนาดเพลงค่อนข้างใหญ่ (mp4.) หรือถ้าอยากดูเป็นวิดีโอก็โหลดแบบวิดีโอ สามารถ ย้ายลงเครื่องได้ไม่ต้องเก็บไว้เฉพาะในแอปพลิเคชัน ใช้งานได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งขนาดของแอปพลิเคชันมีผล ต่อการดาวน์โหลด ปัจจัยที่เลือกดาวน์โหลด Video D/L เพราะสามารถโหลดได้หลายเว็บ สามารถดาวน์โหลดลง เครื่องได้ ข้อบกพร่องของแอปพลิเคชันนี้คือมีการโฆษณาที่เยอะและมีจำนวนมาก จำกัดการดาวน์โหลดเข้าเครื่อง มี ความต้องการให้ปรับปรุงให้แอปพลิเคชันมี มีความสวยงามน่าใช้ ไม่จำกัดการดาวน์โหลด สามารถดาวน์โหลดแบบ Audio ได้ วิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาดของ Video D/L ไม่มีการโฆษณา ความโดดเด่น จุดเด่นของ แอปพลิเคชัน สามารถดาวน์โหลดได้จากทุกเว็บไซต์ และสามารถเก็บไว้ในการ์ดความจำของโทรศัพท์ได้ด้วย สามารถ ตอบสนองความต้องการของการฟังเพลง ดาวน์โหลดวิดีโอ

Apple Music เป็นแอปพลิเคชันที่มีวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้ก็เพื่อฟังเพลง เหตุผลที่เลือกเพราะ สะดวก มีการอัปเดตเพลงที่เป็นกระแสและทันต่อเหตุการณ์ มีเพลงให้เลือกเยอะ ไม่ได้มีแค่เพลง มีวิทย์ มีคอนเสิร์ต มี MV เพลง ที่สำคัญคือมีทั้งเพลงสากลและเพลงไทย ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานของ Apple Music เป็น แอปพลิเคชันที่มีการเลือกใช้ในการฟังเพลงวิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาดของ Apple Music ส่วนมากคนที่ เลือกใช้จะเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อแบรนด์ (Apple) การโปรโมทไม่ค่อยเห็นเพราะเป็นแอปพลิเคชันหลักของเครื่อง และ เทคโนโลยี Social Network ไม่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการใช้งาน ความโดดเด่น จุดเด่นของ Apple Music คือ เพลงเยอะกว่าแอปพลิเคชันอื่น มีเพลงที่เป็นที่นิยมในการฟังและเป็นกระแส (trend) มีเนื้อเพลง มีความสากล มากกว่าแอปพลิเคชันอื่น

ประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันอื่นคือ 4shared มีวิทย์ มีรายการสดจากศิลปินทั่วโลกให้สตรีมอยู่ เสมอ มีตัวเลือกของการใช้งานให้เลือกที่เยอะ รูปแบบของแอปพลิเคชันจะสะดวก ง่าย เพลงเยอะ มันไม่สามารถฟัง ออฟไลน์ได้ต้องดาวน์โหลดมาก่อนถึงจะฟังได้ นั่นคือต้องเสียเงินก่อนเพื่อซื้อเพลงถึงจะดาวน์โหลดเพลงมาฟังแบบ ออฟไลน์ได้ ในอนาคตอยากให้ลดราคาสำหรับเมมเบอร์ ฟังออฟไลน์ได้

## 2) ทักษะของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิง

จากการสัมภาษณ์จะพบว่า Joox เป็นแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y ที่กำลังเป็นที่นิยมในประเทศไทยในขณะนี้ เนื่องด้วยทัศนคติความเชื่อของวัยรุ่นที่ว่าแอปพลิเคชันที่อยู่ในกระแส (trend) เป็นที่นิยมมีการพูดจะเป็นแอปพลิเคชันที่ดีมีคุณภาพหรือมีการโฆษณาให้เห็นที่มาจากโปรโมทเชิญชวนจากสื่อออนไลน์หรือผู้มีอิทธิพล (influencer) ไม่ว่าจะป็นครอบครัว เพื่อน ดารา คนรอบข้างหรือคนรู้จัก จะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันนั้นๆ ในด้านของภาพลักษณ์และความปลอดภัย และความคุ้มค่าในการใช้งาน ซึ่งในปัจจุบันแนวโน้มการทำธุรกิจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันจึงมีความรุนแรง การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด จากการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการที่จะได้ใช้แอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงที่มีประสิทธิภาพ และความเสถียรของแอปพลิเคชันที่ดี

ความโดดเด่นของแอปพลิเคชันจึงเป็นสิ่งที่สามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Joox เลือกใช้แอปพลิเคชัน Joox จากความเชื่อและการรับทราบข้อมูลข่าวสารของแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้บริโภคท่านอื่น ซึ่ง Joox มีตัวเลือก (Option) มากมายให้ผู้บริโภคเลือกใช้ในแอปพลิเคชันเดียว ไม่ว่าจะเป็นการจัดอันดับชาร์ตเพลงประจำสัปดาห์ เพลงที่ถูกดาวน์โหลดมากที่สุด วิทยุ ความแตกต่างที่โดดเด่นของแอปพลิเคชัน Joox คือการจัดหมวดหมู่เพลงให้ผู้บริโภคเลือกฟังได้อย่างหลากหลาย การมีเนื้อเพลงให้อ่าน สามารถแชร์เพลงที่ชื่นชอบลงสื่อออนไลน์ได้ ที่สำคัญคือภายใต้การฟังเพลงแบบถูกลิขสิทธิ์ และสามารถใช้งานได้ทั้งออนไลน์ออฟไลน์ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ล่าสุดมีการพัฒนาในระบบการสตรีมมิ่งคอนเสิร์ตแบบเรียลไทม์ซึ่ง Joox ซื้อลิขสิทธิ์การฉายจากต่างประเทศมาฉายในแอปพลิเคชันของตนเองเป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มผู้ใช้เป็นอย่างมากเพราะการได้รับชมคอนเสิร์ตแบบเรียลไทม์เป็นอะไรที่ผู้บริโภคชอบ การโฆษณาในแอปพลิเคชันของ Joox มีตลอดเวลาแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคยอมรับได้เพราะเป็นแอปพลิเคชันที่ฟังเพลงดูวิดีโอได้ฟรี การโฆษณาอยู่ตลอดจึงสามารถเข้าใจได้และไม่ส่งผลกับทัศนคติของผู้บริโภคในเชิงลบ เนื่องจากแอปพลิเคชัน Joox สามารถดาวน์โหลดเพลงเก็บไว้ฟังแบบออฟไลน์ได้จึงทำให้ขนาดของแอปพลิเคชันมีขนาดใหญ่ในบางครั้งทำให้เกิดปัญหาการขัดข้องของแอปพลิเคชัน เช่นการค้างหรือต่องออก การอัปเดตแต่ละครั้งใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก ขนาดของแอปพลิเคชันมีผลต่อการเลือกดาวน์โหลดหรืออัปเดต ผู้ใช้หลายคนจึงเลือกที่จะไม่อัปเดต

ฟังใจ เป็นแอปพลิเคชันน้องใหม่ของไทยที่รู้จักกันเฉพาะในกลุ่มของคนฟังเพลงแนวอินดี้นอกกระแส เพลงใต้ดินหรือเพลงที่ไม่ติดตลาด เป็นเพลงที่กลุ่มแนวดนตรีใหม่ ๆ ในการเลือกโปรโมทจะเลือกฟังใจเป็นช่องทางในการโปรโมท แอปพลิเคชันความบันเทิงส่งผลต่อทัศนคติภาพลักษณ์ในแง่ของมุมมองจากคนอื่น ผู้บริโภคที่เลือกดาวน์โหลดแอปพลิเคชันฟังใจ จะถูกมองว่าพวกเขาเป็นคนที่แตกต่าง แอปพลิเคชันฟังใจไม่สามารถเล่นเพลงแบบออฟไลน์ได้ มีวิทยุ มีเพลงแปลก ๆ มีชาร์ตเพลงประจำสัปดาห์ แอปพลิเคชันมีขนาดไม่ใหญ่เท่า Joox เพราะไม่สามารถดาวน์โหลดเพลงเก็บไว้ได้ แต่มีการอัปเดตบ่อยครั้งเพราะเป็นช่วงของการพัฒนา จึงทำให้มีความขัดข้องในการเข้าแอปพลิเคชันบ่อย เป็นการฟังเพลงแบบสตรีมมิ่งเพราะต้องฟังแบบออนไลน์เท่านั้น เป็นการฟังเพลงแบบถูกลิขสิทธิ์เหมือน Joox และเป็นแอปพลิเคชันฟรี

Video D/L เป็นแอปพลิเคชันสัญชาติจีนที่มีความสามารถหลากหลาย ตัวอย่างเช่นสามารถดาวน์โหลดเพลงหรือวิดีโออะไรก็ได้บนโลกนี้ เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถดาวน์โหลดทุกอย่างได้อย่างที่ไม่มีแอปพลิเคชันอื่นทำ ผู้ใช้จะเป็นคนที่ไม่สนใจว่าสิ่งที่ดาวน์โหลดมาจะถูกลิขสิทธิ์หรือไม่ ขอให้แอปพลิเคชันสามารถดาวน์โหลดในสิ่งที่

ต้องการได้ก็พอ ค่านิยมของผู้ใช้คืออยากได้เพลงหรือวิดีโอที่สามารถนำลงโทรศัพท์ได้ โดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดแต่มีข้อจำกัดการใช้ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้เพียงวันละ 5 ครั้ง แอปพลิเคชันใช้งานยาก เป็นแอปพลิเคชันที่รูปแบบไม่มีความสวยงามแต่เข้าใจได้ง่าย ขนาดของแอปพลิเคชันมีขนาดใหญ่ ใช้งานได้สะดวกไม่มีเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อลิขสิทธิ์

ความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันเป็นส่วนสำคัญที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกดาวน์โหลดหรือใช้บริการความบันเทิงจากแอปพลิเคชันนั้น Apple Music เป็นแอปพลิเคชันที่ครองใจผู้ใช้ Iphone อันเนื่องมาจากทัศนคติที่ดีที่มีต่อตราสินค้าและความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ ถึงแม้การเข้าใช้บริการจะมีค่าบริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังเลือกใช้ Apple Music ถือได้ว่าแอปพลิเคชัน Apple Music เป็นแอปพลิเคชันความบันเทิงที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นการฟังเพลง การฟังวิทยุ สตริมมิ่งการประกวดหรือเวทีประกาศรางวัลจากต่างประเทศ การดาวน์โหลดเพลงแบบถูกลิขสิทธิ์ และการเข้าภาพยนตร์ในสตรีมอย่างถูกกฎหมาย ความทันสมัยของแอปพลิเคชันก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ความรู้สึกของผู้ใช้บริการเป็นไปในทางที่ดี เพลงมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาและยังเปิดกว้างจากทั่วทุกมุมโลก

## 5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากประสบการณ์การใช้งานและทัศนคติต่อแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิงของวัยรุ่น Gen Y จะมีความแตกต่างกันไปตามรสนิยม ความชอบ ทำให้แต่ละแอปพลิเคชันได้พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ทั้งในเรื่องของการจัดอันดับชาร์ตประจำสัปดาห์ การจัดหมวดหมู่เพลงให้ผู้บริโภคอย่างหลากหลาย การมีเนื้อเพลง สามารถแชร์เพลงที่ชื่นชอบลงสื่อออนไลน์ได้ สามารถใช้งานได้ทั้งออนไลน์ออฟไลน์ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย แต่มีการแทรกโฆษณายู่ตลอด การขัดข้องของแอปพลิเคชัน ค้างหรือค้างออก การอัปเดตแต่ละครั้งใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก รวมถึงขนาดของแอปพลิเคชันมีผลต่อการเลือกดาวน์โหลดหรืออัปเดต

บางแอปพลิเคชันจะเน้นแนวเพลงอินดี้นอกกระแส เพลงใต้ดิน หรือเพลงที่ไม่ติดตลาด โดยจะเน้นกลุ่มผู้ใช้งานเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในการเลือกฟังเพลง ความแตกต่างที่เกิดขึ้นทำให้ผู้ใช้งานกลุ่มนี้สามารถเลือกแอปพลิเคชันนี้ใช้ได้โดยไม่ลังเล นอกจากนั้นเน้นการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อนยุ่งยาก สนับสนุนวงดนตรีหน้าใหม่มากกว่า การฟังเพลงตามกระแส มีชาร์ตเพลงประจำสัปดาห์ แต่ไม่สามารถเล่นเพลงแบบออฟไลน์ได้ ต้องฟังแบบออนไลน์เท่านั้น รวมถึงมีการอัปเดตบ่อยครั้งเพราะเป็นช่วงของการพัฒนา เกิดความขัดข้องในการเข้าแอปพลิเคชันบ่อย

ส่วนบางแอปพลิเคชัน สามารถ ดาวน์โหลด เพลงหรือวิดีโอลงโทรศัพท์ได้ โดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลด แต่มีข้อจำกัดการใช้ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้เพียง 5 ครั้ง/วัน แต่แอปพลิเคชันอาจใช้งานยากกว่าและมีขนาดใหญ่ รวมไปถึงบางแอปพลิเคชันที่จำเป็นต้องเสียค่าบริการเพื่อให้ตอบสนองตามความต้องการได้อย่างครบถ้วน ก็จะมีการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆเพิ่มขึ้น

พบว่าผู้บริโภคจะเลือกดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย สามารถใช้งานง่าย พื้นที่จัดเก็บมีขนาดเล็ก รวมถึงมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ที่แอปพลิเคชันอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้เป็นส่วนใหญ่ การที่จะทำให้แอปพลิเคชันเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดนั้นเป็นไปได้ยาก เพราะผู้ให้บริการในแต่ละรายล้วนแล้วแต่ต้องการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ส่วนของข้อบกพร่องของแอปพลิเคชันส่งผลต่อการดาวน์โหลด ทั้งในเรื่องของการใช้งานในระยะยาว การอัปเดต รวมไปถึงการบอกรื้อ ทำให้ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

จากผลการสำรวจพบว่าวิจัยเล่มนี้สอดคล้องกับทฤษฎีวิถีวิทยา แบบปรากฏการณ์วิทยา และงานวิจัยตัวอย่างขององค์กร โอภาสศรีวิศาล (2554) ศึกษากลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ในธุรกิจช่องโทรทัศน์ดาวเทียม กรณีศึกษา บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) พบว่า การปรับกลยุทธ์การพัฒนาตลาดเพื่อเพิ่มขอบเขตธุรกิจครอบคลุมผู้บริโภคมากขึ้น เช่น การนำเสนอคอนเทนต์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อเน้นกระบวนการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และเสนอกกลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน กลยุทธ์ความแตกต่างเฉพาะกลุ่ม (Differentiation Focus Strategy) การหากลยุทธ์ในการสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

และได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมศิริ เพชรน้อย (2554) ศึกษาปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดที่มีผลต่อการดาวน์โหลด MP3 ถูกลิขสิทธิ์ ของประชากรในเขตปทุมธานี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดาวน์โหลด MP3 ถูกลิขสิทธิ์ คือการดาวน์โหลดจากเครื่องที่บ้านได้เลย ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปไหน รวมถึงคุณภาพของไฟล์เสียงจากการดาวน์โหลด และราคาที่เหมาะสม มีการแสดงราคาที่ชัดเจน

รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกรัตน์ จงเรืองทรัพย์ และ ภัทรภร สังขปรีชา (2558) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฟังเพลงผ่านโมบายแอปพลิเคชันในกลุ่มวัยรุ่น พบว่า ใช้แอปพลิเคชันฟังเพลงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย โดยฟังมากกว่า 7 ครั้งใน 1 สัปดาห์ และมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 50 บาทต่อเดือน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด คือปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ เช่น แอปพลิเคชันมีโครงสร้างเมนูที่เป็นลำดับขั้นตอน มีฟังก์ชันการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน แถบเมนูมีขนาดเหมาะสม สวยงาม ทันสมัย

ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยตัวอย่างเพราะผลที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นฟังก์ชันที่มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ความทันสมัย คุณภาพ และราคาที่เหมาะสม แต่เนื่องด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทำให้เมื่อแอปพลิเคชันที่มี สามารถใช้งานแบบไม่เสียค่าบริการได้ ผู้บริโภคจึงเน้นด้านความหลากหลาย ฟังก์ชันการใช้งานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และความทันสมัยมากกว่า

จากงานวิจัยเล่มนี้สามารถต่อยอดในอนาคตได้คือ ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันต่างๆสามารถนำข้อมูลทั้งในเรื่องของการใช้งานในระยะยาว การอัปเดต รวมไปถึงการบอกต่อ ทำให้ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของแอปพลิเคชันตนเองได้ และรวมถึงการต่อยอดของแอปพลิเคชันเพื่อไม่ให้เป็นแค่เพียงแอปพลิเคชันกระแส ที่มาแค่ช่วงเดียวแล้วหายไป

## 6. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีหน่วยงานตรวจสอบเกี่ยวกับลิขสิทธิ์กฎหมายว่าการดาวน์โหลดเพลง วิดีโอในบางแอปพลิเคชัน ถูกลิขสิทธิ์หรือไม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การดูแลและควบคุมเรื่องนี้ ให้ความสนับสนุนการฟังเพลงและดาวน์โหลดเพลงแบบถูกลิขสิทธิ์ ควรให้ความรู้ทางด้านกฎหมายทั้งกับผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการเพื่อความเท่าเทียม
2. ความสะดวกในการชำระค่าบริการเพราะปัจจุบันต้องชำระผ่านบัตรเครดิตหรือตัดจากบัญชีควรมีให้เติมเงินหรือซื้อแพ็คเกจการฟังเพลง
3. ปัญหาการที่ไม่สามารถใช้บริการแบบออฟไลน์ได้ทำให้ยากต่อการใช้บริการเพราะในบางครั้งการสตรีมมิ่งผ่านอินเทอร์เน็ตอาจมีปัญหาขัดข้องทำให้การใช้บริการไม่รื่นไหล หรือกระตุก

4. การมีเครือข่ายหรือความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ประกอบการด้านความบันเทิงประเภทดนตรี ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการของแอปพลิเคชันเพราะสามารถเข้าถึงผู้ใช้หรือผู้ฟังเพลงได้มากกว่า จำเป็นจะต้องสร้างเครือข่ายร่วมกันในการโปรโมทเพลง มิวสิควิดีโอ ให้เข้าถึงผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน

7. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ

1. ควรสอบถามความคิดเห็นของผู้พัฒนาหรือผู้ให้บริการแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิง เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงในกิจกรรมที่มีร่วมกันของแอปพลิเคชันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลที่หลากหลายและการรับรู้ถึงประสบการณ์ทัศนคติที่แตกต่างจากผู้ให้บริการ ควรสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการประเภทดนตรี (ค่ายเพลง) ศิลปินผู้ผลิตผลงาน ส่งผลต่อการพัฒนาและการปรับปรุงแก้ไขของแอปพลิเคชันในอนาคต หรือในอนาคตที่ความต้องการของผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปจะส่งผลอย่างไรต่อธุรกิจแอปพลิเคชันประเภทดนตรีและความบันเทิง

## บรรณานุกรม

- กนกรัตน์ จงเรืองทรัพย์ และ ภัทรภร สังขปรีชา. (2558). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฟังเพลงผ่านโมบายแอปพลิเคชันในกลุ่มวัยรุ่น”.  
ชาย โพลีลิตา. (2550). “การทำความเข้าใจความหมายที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา.”  
พิมพ์ศิริ เพชรน้อย. (2554). “ปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดที่มีผลต่อการดาวน์โหลด MP3 ถูกลิขสิทธิ์ของประชากรในเขตปทุมธานี.”  
เรวดี แก้วมณี. (2557). “อุตสาหกรรมบันเทิง.. The star ในกระแสพัฒนาเศรษฐกิจ.” สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2560 จาก [http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/thestar\\_entertainindustry13062557.pdf](http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/thestar_entertainindustry13062557.pdf)  
วารากรณ์ สามโกเศศ. (2554) “Generation X, Y, Z และ Alpha.” สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2560 จาก <http://www.varakorn.com/upload/page/2556/p04.pdf>  
อลงกรณ์ โอภาสศรีวิศาล. (2554). “กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในธุรกิจช่องโทรทัศน์ดาวเทียม กรณีศึกษา บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน).”  
Monchai OKnation. (2554). “การตลาดแบบธรรมชาติ”. สืบค้น 24 กุมภาพันธ์ 2560 จาก [www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=248](http://www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=248)