

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐม

ผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI

พิมพ์จุฑา รัตนกุลเสรีเรืองฤทธิ์¹

จุฑาทิพย์ จันทรลุน²

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐมผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐมผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI และวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI โดยเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปในจังหวัดนครปฐม จำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน iQIYI ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาสรุปผลออกมาในรูปแบบตาราง ผลการวิจัยพบว่า ความหลากหลายของแนวซีรีส์จีนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิก VIP ส่วนใหญ่คือ รับชมเพื่อความบันเทิง ประเภทที่รับชมมากที่สุดคือ เพศหญิง (ร้อยละ 85) อายุ 18-22 ปี (ร้อยละ 74) อาชีพนักศึกษา (ร้อยละ 80) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 33) ส่วนใหญ่พบเห็นสื่อโฆษณาในแพลตฟอร์ม TikTok (ร้อยละ 62) และสมัครสมาชิกประเภท VIP มากที่สุดคือ ประเภท VIP มาตรฐานต่ออายุรายเดือน ราคา 49 บาท (ร้อยละ 66)

คำสำคัญ : ซีรีส์จีน, แอปพลิเคชัน iQIYI, คนนครปฐม

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Exploring the behavior Nakhon Pathom province in consuming Chinese series entertainment from the iQIYI application

Pimjutha Ratanakulserireongrith¹

Jutatip Chanlun²

Abstract

The topic of “Exploring the behavior Nakhon Pathom province in consuming Chinese series entertainment from the iQIYI application” aims to explore and identify factors influencing users of iQIYI application in Nakhon Pathom province and to understand how different application marketing strategies effect the behavior of iQIYI users. The researcher has collected data from 100 respondents in Nakhon Pathom province using accidental sampling. The data is collected by distributing surveys which consisting of 3 sections 1) Personal information 2) Information about the application 3) Information about the promotion. Data analysis was performed using descriptive statistics, including percentage values, by summarizing the data from the questionnaires in tabular form. The results showed that the variety of Chinese drama genres was a key factor that allowed the iQIYI application to reach a wide audience. The most significant factor for choosing to subscribe to the iQIYI VIP membership was for entertainment purposes. The results from the general data indicated that the majority of respondents are female (85%), aged 18-22 years (74%), students (80%), with a monthly income of less than 5,000 Baht (33%). The majority of participants encountering advertisements on the TikTok platform (62%). The most popular VIP membership was the standard monthly renewal type priced at 49 Baht (66%).

Keywords: Chinese Series, iQIYI application, Nakhon Pathom population

¹ Bachelor’s degree student in Asian Studies major Faculty of Arts, Silpakorn University

² Department of Library Science, Faculty of Arts, Silpakorn University

บทนำ

อุตสาหกรรมบันเทิงจีน มีการพัฒนาและเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศ รวมถึงประเทศไทย ในอดีตจุดเริ่มต้นความนิยมซีรีส์จีนเริ่มต้นจากละครชุดของจีนหรือละครโทรทัศน์จีน โดยเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์และเว็บไซต์ ภายหลังมีการเข้ามาของระบบแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งออนไลน์ที่สะดวกต่อการเข้าถึงในการเลือกรับชม รวมถึงความก้าวหน้าของสื่อและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ต่อมาทางรัฐบาลจีนได้มีการสนับสนุนด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงจีนเพื่อผลักดันให้ซีรีส์จีนเป็นที่นิยมไปทั่วโลก อีกทั้งมีนโยบายส่งเสริมการผลิตซีรีส์แนวสมัยใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อความทันสมัยและสามารถเผยแพร่วัฒนธรรมจีนให้เป็นสากล ดังนั้นคนรุ่นใหม่ที่ชื่นชอบการชมซีรีส์จีนทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศจึงเข้าถึงซีรีส์จีนได้มากขึ้น ทำให้ซีรีส์จีนเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีน ซึ่งเป็นบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร (Provincial Office of Nakhon Pathom, 2016) เนื่องจากผู้วิจัยศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม อีกทั้งจังหวัดนครปฐมเป็นหนึ่งในห้าจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ปริมณฑลของจังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงสังเกตเห็นว่าจังหวัดนครปฐมมีความหลากหลายทางประชากรและวัฒนธรรมที่น่าสนใจศึกษา รวมถึงมีการผสมผสานด้านอิทธิพลและความเชื่อเกี่ยวกับประเทศจีน แสดงให้เห็นว่าคนนครปฐมมีความหลากหลายทางเชื้อสาย หนึ่งในนั้นคือ คนไทยเชื้อสายจีน โดยคนในบริเวณสองฝั่งแม่น้ำนครชัยศรีส่วนใหญ่มักจะเป็นคนเชื้อสายจีน จึงต้องการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐมว่าในกลุ่มคนนครปฐมในช่วงวัยใดบ้างที่สนใจรับชมซีรีส์จีนและเลือกรับชมซีรีส์จีนประเภทใด (Nakhon Pathom Provincial Administrative Organization, 2019)

นับตั้งแต่ช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนาในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ทำให้ผู้ชมไม่สามารถไปรับชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ได้ตามมาตรการไวรัสโคโรนาที่ต้องมีการเว้นระยะห่างของโรค การรับชมซีรีส์หรือภาพยนตร์ที่บ้านถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือก จึงเกิดปรากฏการณ์กระแสความนิยมซีรีส์จีนขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมไทย โดยเฉพาะในช่วง พ.ศ. 2562 - 2564 สถิติใน 10 อันดับความนิยมซีรีส์เอเชียประจำเดือนมกราคมถึงกันยายน พ.ศ. 2563 ด้วยความนิยมของซีรีส์จีนส่งผลให้ซีรีส์จีนติดอันดับมากถึง 5 เรื่อง โดยมีลำดับความนิยมตั้งแต่ลำดับที่ 2 ถึง 6 ในสถิติดังกล่าว (Lopattananont, 2023) ทำให้ปัจจุบันซีรีส์ได้รับความนิยมในประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยหนึ่งในประเทศที่เข้ามามีอิทธิพลทางสื่อของประเทศไทยคือ ประเทศจีน

ซีรีส์จีนในช่วงหลังศตวรรษที่ 21 ภาครัฐบาลมีนโยบายจัดทำซีรีส์แนวสมัยใหม่มากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งเทคนิคการถ่ายทำและอุปกรณ์ต่าง ๆ ซีรีส์จีนที่ได้รับความนิยมใน

ประเทศไทยขณะนั้น ได้แก่ เรื่อง องค์หญิงกำมะลอ (Princess Returning Pearl) ออกอากาศเมื่อปี พ.ศ. 2541 เรื่อง ฝ่ามือลิขิตสวรรค์ (Scarlet Heart) ออกอากาศเมื่อ พ.ศ. 2554 ซีรีส์จีนปัจจุบัน เช่น เรื่อง อุ้มโอบใจเธอ (Put Your Head on My Shoulder) ออกอากาศเมื่อ พ.ศ. 2562 รวมถึงซีรีส์กำลังภายใน เรื่อง ปรมาจารย์ลัทธิมาร (The Untamed) ออกอากาศเมื่อ พ.ศ. 2562 นับได้ว่าเป็นซีรีส์ที่โด่งดังไปทั่วโลก (Sakburanapongsa, 2023)

iQIYI เป็นแอปพลิเคชันภายใต้บริษัท Baidu ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2553 iQIYI ถือเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีผู้ใช้บริการมากกว่า 500 ล้านคน รวมเกือบ 6 พันล้านชั่วโมงต่อเดือน อีกทั้งเป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งเจ้าแรกที่มีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) ในประเทศจีนถึง 100 ล้านคน (Post today, 2021)

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐม และศึกษาวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI โดยศึกษาว่าผู้ชมซีรีส์จีนมีพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐมอย่างไร ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ชมซีรีส์จีน รวมถึงความเป็นมาของซีรีส์จีนที่เป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันอย่างไรให้เป็นที่รู้จัก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐมผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI
2. เพื่อศึกษาวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีนในจังหวัดนครปฐมผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI มีวิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ คนในจังหวัดนครปฐม ทั้งบุคคลที่เคยหรือไม่เคยรับชมซีรีส์จีน มีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลทั่วไปในจังหวัดนครปฐม จำนวน 100 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามออนไลน์ ในแบบสอบถามแบ่งข้อคำถาม ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน iQIYI และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน iQIYI ฐานข้อมูลบทความวิจัยเอเชียศึกษา บทความวารสารและฐานข้อมูลงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการทำแบบสอบถามสรุปผลออกมาในรูปแบบตาราง รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 เพศ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ชาย	5	5.00
หญิง	87	87.00
LGBTQ+	8	8.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าเมื่อจำแนกตามเพศส่วนใหญ่คือ เพศหญิง จำนวน 87 คน (ร้อยละ 87.00) รองลงมาคือ LGBTQ+ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 8.00) และน้อยที่สุดคือ เพศชาย 5 คน (ร้อยละ 5.00)

1.2 อายุ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 18 ปี	3	3.00
อายุ 18-22 ปี	74	74.00
อายุ 23-27 ปี	13	13.00
อายุ 28-32 ปี	3	3.00
อายุ 33-37 ปี	1	1.00
อายุ 38-42 ปี	3	3.00
อายุมากกว่า 43 ปี	3	3.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าเมื่อจำแนกตามอายุส่วนใหญ่คือ อายุระหว่าง 18-22 ปี จำนวน 74 คน (ร้อยละ 74.00) และน้อยที่สุดคือ อายุ 33-37 จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.00)

1.3 อาชีพ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
นักเรียน	4	4.00
นักศึกษา	80	80.00
ข้าราชการ	4	4.00
นักธุรกิจ	5	5.00
พนักงานบริษัท	7	7.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่าเมื่อจำแนกตามอาชีพส่วนใหญ่คือ นักศึกษา จำนวน 80 คน (ร้อยละ 80.00) และอาชีพที่น้อยที่สุดมี 2 อาชีพ ได้แก่ นักเรียน จำนวน 4 คน (ร้อยละ 4.00) และข้าราชการ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 4.00)

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	33	33.00
5,001 - 10,000 บาท	32	32.00
10,001 - 15,000 บาท	13	13.00
15,001 - 20,000 บาท	6	6.00
20,001 - 25,000 บาท	8	8.00
มากกว่า 25,000 บาท	8	8.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าเมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 33 บาท (ร้อยละ 33.00) และน้อยที่สุดคือ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6.00)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน iQIYI

2.1 รู้จักแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักแอปพลิเคชัน iQIYI

รู้จักแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
รู้จัก	99	99.00
ไม่รู้จัก	1	1.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 99 คน (ร้อยละ 99.00) และไม่รู้จักแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.00)

2.2 เคยใช้งานแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้งาน

เคยใช้งานแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
เคย	85	85.00
ไม่เคย	15	15.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้งาน จำนวน 85 คน (ร้อยละ 85.00) และไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 15 คน (ร้อยละ 15.00)

2.3 เคยรับชมเนื้อหาประเภทใดในแอปพลิเคชัน iQIYI (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อหาในแอปพลิเคชัน iQIYI

เคยรับชมเนื้อหาประเภทใดใน แอปพลิเคชัน iQIYI (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ซีรีส์	81	95.30
ภาพยนตร์	30	35.30
วาไรตี้	22	25.90
การ์ตูน	27	31.80
อื่น ๆ	1	1.20
รวม	161	100.00

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่าเนื้อหาประเภทที่มีการเลือกรับชมส่วนใหญ่คือ ซีรีส์ จำนวน 81 คน (ร้อยละ 95.30) และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.20)

2.4 ประเภทซีรีส์จีนที่เลือกรับชม

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทซีรีส์จีนที่เลือกรับชม

ประเภทซีรีส์จีนที่เลือกรับชม	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ซีรีส์จีนย้อนยุค	21	24.70
ซีรีส์จีนปัจจุบัน	24	28.20
ทั้งสองประเภท	40	47.10
รวม	85	100.00

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่าประเภทซีรีส์จีนที่เลือกรับชมส่วนใหญ่คือ ทั้งสองประเภท จำนวน 40 คน (ร้อยละ 47.10) และน้อยที่สุดคือ ซีรีส์จีนย้อนยุค จำนวน 21 คน (ร้อยละ 24.70)

2.5 แนวซีรีส์จีนที่เลือกรับชม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวซีรีส์จีนที่เลือกรับชม

แนวซีรีส์จีนที่เลือกรับชม	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ดราม่า	39	45.90

วารสารการอ่าน สมาคมการอ่านแห่งประเทศไทย

ปีที่ 29 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2568)

แนวซีรีส์จีนที่เลือกรับชม	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
แฟนตาซี	44	51.80
สืบสวน	31	36.50
อาชีพ	26	30.60
ข้ามภพ ข้อนเวลาทะลุมิติ	34	40.00
รักโรแมนติก	48	56.50
มิตรภาพ	35	41.20
โรงเรียน	21	24.70
อื่น ๆ	2	2.40
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่าแนวซีรีส์จีนที่เลือกรับชมส่วนใหญ่คือ รักโรแมนติก จำนวน 48 คน (ร้อยละ 56.50) และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2.40)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

3.1 เคยพบเห็นสื่อโฆษณาของแอปพลิเคชัน iQIYI จากสื่อสังคมออนไลน์ใด

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบเห็นสื่อโฆษณา

เคยพบเห็นสื่อโฆษณาของแอปพลิเคชัน iQIYI จากสื่อสังคมออนไลน์ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
Instagram	45	45.00
Facebook	59	59.00
X	30	30.00
TikTok	62	62.00
YouTube	9	9.00
Google	1	1.00
ไม่เคยพบเห็น	2	2.00
รวม	208	100.00

จากตารางที่ 10 สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นสื่อโฆษณาจากสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่คือแพลตฟอร์ม TikTok จำนวน 62 คน (ร้อยละ 62.00) และน้อยที่สุดคือ Google จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.00)

3.2 เป็นสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก VIP

เป็นสมาชิก VIP ของ แอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ใช่	24	24.00
ไม่ใช่	76	76.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 11 สรุปได้ว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 24 คน (ร้อยละ 24) และไม่ได้เป็นสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 76 คน (ร้อยละ 76)

3.3 สนใจสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI

สนใจสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI หรือไม่	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
สนใจ	40	45.50
ไม่สนใจ	48	54.50
รวม	88	100.00

จากตารางที่ 12 สรุปได้ว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 40 คน (ร้อยละ 40) และไม่สนใจสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI จำนวน 48 คน (ร้อยละ 48)

3.4 แรงจูงใจในการสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแรงจูงใจในการสมัครสมาชิก VIP

แรงจูงใจในการสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ต้องการรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน	46	73
รับชมเพื่อฝึกภาษาจีน	18	28.60
รับชมเพื่อความบันเทิง	48	76.20

แรงจูงใจในการสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ศิลปิน	16	25.40
อื่น ๆ	1	1.60
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 13 สรุปได้ว่าแรงจูงใจในการสมัครสมาชิก VIP ส่วนใหญ่คือ รับชมเพื่อความบันเทิง จำนวน 48 คน (ร้อยละ 76.20) และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.60)

3.5 สมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI ประเภทใด

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครสมาชิก

สมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI ประเภทใด	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
VIP มาตรฐานต่ออายุรายเดือน 49 บาท	31	66.00
สมัครผ่านเครือข่าย AIS รายเดือน 49 บาท เดือนถัดไป 119 บาท	4	8.50
VIP พรีเมียมต่ออายุรายเดือน 79 บาท	5	10.60
สมัครผ่านเครือข่าย TrueID รายเดือน 119 บาท	1	2.10
VIP มาตรฐานต่ออายุรายไตรมาส 199 บาท	3	6.40
VIP พรีเมียมต่ออายุรายไตรมาส 599 บาท	2	4.30
VIP มาตรฐานต่ออายุรายปี 719 บาท	1	2.10
VIP มาตรฐานต่ออายุรายปี 2,000 บาท	1	2.10
รวม	47	100

จากตารางที่ 14 สรุปได้ว่าประเภทสมาชิกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกสมัครสมาชิกส่วนใหญ่คือ ประเภท VIP มาตรฐานต่ออายุรายเดือน 49 บาท จำนวน 31 คน (ร้อยละ 66.00) และน้อยที่สุดคือ VIP มาตรฐานต่ออายุรายปี 2,000 บาท จำนวน 1 คน (ร้อยละ 2.10)

3.6 ปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยเลือกสมัครสมาชิก VIP

ปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน) (N=100)	ร้อยละ
ราคาเหมาะสม	33	53.20
โปรโมชัน	27	43.50
ต้องการรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน	46	74.20
ศิลปิน	16	25.80
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 15 สรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิก VIP ส่วนใหญ่คือ ต้องการรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน จำนวน 46 คน (ร้อยละ 74.20) และน้อยที่สุดคือ ศิลปิน จำนวน 16 คน (ร้อยละ 25.80)

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยมีประเด็นที่สามารถนำมาสรุปได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่คือ เพศหญิง ร้อยละ 87 รองลงมาคือ LGBTQ+ ร้อยละ 8 และน้อยที่สุดคือ เพศชาย ร้อยละ 5 จำแนกตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่คือ มีอายุระหว่าง 18-22 ปี ร้อยละ 74 และน้อยที่สุดคือ อายุ 33-37 ร้อยละ 1 จำแนกตามอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่คือ นักศึกษา ร้อยละ 80 อาชีพที่น้อยที่สุดมี 2 อาชีพ ได้แก่ นักเรียน ร้อยละ 4 และข้าราชการ ร้อยละ 4 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 33 และน้อยที่สุดคือ 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 6

2. ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน iQIYI

เมื่อจำแนกตามบุคคลพบว่าส่วนใหญ่คือ รู้จัก ร้อยละ 99 และน้อยที่สุดคือ ไม่รู้จัก ร้อยละ 1 จำแนกตามบุคคลทั้งที่เคยและไม่เคยใช้งาน พบว่าส่วนใหญ่คือ เคยใช้งาน ร้อยละ 85 และน้อยที่สุดคือ ไม่เคยใช้งาน ร้อยละ 15 จำแนกตามเนื้อหาประเภทที่มีการเลือกรับชมส่วนใหญ่คือ ซีรีส์ ร้อยละ 95.30 และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ ร้อยละ 1.20 จำแนกตามประเภทซีรีส์เงินที่เลือกรับชม พบว่าส่วนใหญ่คือ ทั้งสองประเภท ร้อยละ 47.10 รองลงมาคือ ซีรีส์เงินปัจจุบัน ร้อยละ 28.20 และน้อยที่สุดคือ ซีรีส์เงินย้อนยุค ร้อยละ 21 จำแนกตามแนวซีรีส์เงินที่เลือกรับชม พบว่า ส่วนใหญ่เลือกรับชมแนว รักโรแมนติก ร้อยละ 56.50 และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ ร้อยละ 2.40

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

เมื่อจำแนกตามสื่อโฆษณาที่เคยพบเห็นพบว่าส่วนใหญ่คือ แพลตฟอร์ม TikTok ร้อยละ 62 และน้อยที่สุดคือ Google ร้อยละ 1 จำแนกตามการเป็นสมาชิก VIP พบว่าส่วนใหญ่คือ ไม่ได้สนใจสมัครสมาชิก VIP ร้อยละ 76 และน้อยที่สุดคือ เป็นสมาชิก VIP ร้อยละ 24 จำแนกตามความสนใจสมัครสมาชิก VIP พบว่าส่วนใหญ่คือ ไม่ได้สนใจสมัครสมาชิก VIP ร้อยละ 54.50 และน้อยที่สุดคือ สนใจสมัครสมาชิก VIP ร้อยละ 45.50 จำแนกตามแรงจูงใจในการสมัครสมาชิก VIP พบว่าส่วนใหญ่คือ รับชมเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 76.20 และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ ร้อยละ 1.60 จำแนกตามประเภทในการสมัครสมาชิก VIP พบว่าประเภทที่เลือกสมัครส่วนใหญ่คือ ประเภท VIP มาตรฐานต่ออายุรายเดือน 49 บาท ร้อยละ 66 และน้อยที่สุดคือ VIP มาตรฐานต่ออายุรายปี 2,000 บาท ร้อยละ 2.10 จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิก VIP พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เลือกส่วนใหญ่คือ ต้องการรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน ร้อยละ 74.20 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 53.20 โปรโมชัน ร้อยละ 43.50 และน้อยที่สุดคือ ศิลปิน ร้อยละ 25.80

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์จีน

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่รู้จักและเคยใช้แอปพลิเคชัน iQIYI ซึ่งเนื้อหาประเภทที่เคยรับชมมากที่สุดคือ ซีรีส์ แสดงให้เห็นว่าซีรีส์เป็นเนื้อหาประเภทที่โดดเด่นที่สุด ซีรีส์จีนในแอปพลิเคชัน iQIYI มีประเภทซีรีส์จีนย้อนยุคและปัจจุบัน รวมถึงมีให้เลือกรับชมหลากหลายแนว ผลสรุปที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามคือ เลือกรับชมแนวรักโรแมนติกมากที่สุด ส่งผลให้ความหลากหลายของประเภทและแนวซีรีส์จีนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แอปพลิเคชัน iQIYI สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวาง ตามความสนใจและพฤติกรรมการเลือกรับชมของแต่ละบุคคล ซึ่งจากการตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิก VIP พบว่าส่วนใหญ่คือ รับชมเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือ ต้องการรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน รับชมเพื่อฝึกภาษาจีน ศิลปิน และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ ตามลำดับ ปัจจัยในการเลือกรับชมเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมอ้างอิงจากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสารสนเทศของ Suebkrapan (2009) กล่าวว่า พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ หมายถึง การกระทำ วิธีการ หรือกิจกรรมที่แสดงออกอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการ จากนั้นสารสนเทศที่ได้ผ่านการประมวลผล วิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์หรือสนองความต้องการของตนเอง แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องในด้านพฤติกรรมการเลือกรับชมโดยการแสวงหาปัจจัยในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการรับชม

2. วิธีการประชาสัมพันธ์ของแอปพลิเคชัน iQIYI

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นสื่อโฆษณาจากสื่อสังคมออนไลน์ในหลากหลายช่องทาง โดยส่วนใหญ่คือ แพลตฟอร์ม TikTok ในการตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชัน iQIYI ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางเพื่อให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้ชมได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการโฆษณาและจัดโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการสมัครสมาชิก จากการตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมัครสมาชิก VIP น้อยกว่าสนใจสมัครสมาชิก VIP แม้ว่าจะมีผู้พบเห็นการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางและเป็นที่รู้จัก แต่ผู้สมัครสมาชิกและสนใจสมัครสมาชิก VIP นั้นมีจำนวนน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแบบสอบถามในเรื่องปัจจัยที่ทำให้เลือกสมัครสมาชิกส่วนใหญ่คือ ต้องการสมัครสมาชิกเพื่อรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน โดยการจะรับชมเนื้อหาเหล่านี้ได้จำเป็นต้องสมัครสมาชิก VIP อ้างอิงจากการตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมัครสมาชิก VIP เลือกสมัครสมาชิกประเภท VIP มาตรฐานต่ออายุรายเดือน ราคา 49 บาท เป็นส่วนใหญ่ และน้อยที่สุดคือ ประเภทมาตรฐานต่ออายุรายปี 2,000 บาท กล่าวได้ว่าไม่เพียงแต่การประชาสัมพันธ์ที่ดีเท่านั้นจึงจะสามารถทำให้ผู้ชมเลือกสมัครสมาชิกได้ แต่อาจต้องคำนึงถึงราคาและโปรโมชันที่เหมาะสมกับผู้ชมเพราะความแตกต่างของราคาแต่ละประเภทยังมีผลต่อการเลือกสมัครสมาชิก VIP ของแอปพลิเคชัน iQIYI นอกจากวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการสมัครสมาชิก VIP การประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจในด้านการเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจเฉพาะกลุ่มนั้นนับเป็นจุดแข็งที่ทำให้แอปพลิเคชันโดดเด่นและแตกต่าง อ้างอิงจากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ทีวี (LINE TV) ของ Krittee (2019) ได้อธิบายว่า ผู้ใช้งานไลน์ทีวี (LINE TV) ส่วนใหญ่รับรู้และเข้าใจว่าแอปพลิเคชันไลน์ทีวี (LINE TV) มีจุดแข็งในด้านคอนเทนต์ย้อนหลังจากโทรทัศน์ อีกทั้งไม่ต้องชำระค่าบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับแอปพลิเคชัน iQIYI ที่ต้องสมัครสมาชิก VIP ในการรับชมเนื้อหาที่มีเฉพาะในแอปพลิเคชัน แสดงให้เห็นถึงการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันระหว่างแอปพลิเคชันไลน์ทีวี (LINE TV) และแอปพลิเคชัน iQIYI

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามครั้งนี้เป็นเพียงข้อมูลตัวอย่างจากกลุ่มคนกรปฐม ซึ่งยังไม่ครอบคลุมจำนวนกลุ่มคนกรปฐมทั้งหมด ควรเพิ่มขอบเขตในการเก็บข้อมูลให้กว้างมากขึ้น เช่น ทำแบบสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มแฟนคลับที่ขอรับชมซีรีส์จันโดยตรง ซึ่งจะเป็นข้อมูลเฉพาะกลุ่มที่ขอรับชมซีรีส์จันโดยเฉพาะ คาดว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษเกี่ยวกับการรับชมซีรีส์จันต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาเพิ่มเติมในด้านความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน iQIYI เพื่อจะได้ทราบจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันว่าควรปรับปรุงแก้ไขรูปแบบการนำเสนอในแอปพลิเคชันอย่างไรให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชมมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนการวิจัยคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีงบประมาณ 2568

เอกสารอ้างอิง

- Krittee, T. (2019). *Factors Affecting Consumers in Making Decisions in Using LINE TV Application*. Communications Arts (Digital Marketing Communication), Bangkok University. (In Thai)
- Lopattananont, T. (2023). *Chinese Drama Trend! The Power of Entertainment and Culture, Thai-Chinese Relations*. Retrieved 1 March 2025, from <https://www.naewna.com/relation/648684>. (In Thai).
- Nakhon Pathom Provincial Administrative Organization. (2019). *Basic Information, Way of Life, and Arts and Culture*. Retrieved 3 March 2025, from <https://www.nakhonpathom.go.th/content/information>. (In Thai)
- Post today. (2021). *iQIYI The global streaming platform behind the famous drama*. Retrieved 1 March 2025, from <https://www.posttoday.com/international-news/648627>. (In Thai)
- Provincial Office of Nakhon Pathom. (2016). *General information about the province*. Retrieved 3 March 2025, from <https://www.nakhonpathom.go.th/content/information>. (In Thai)
- Sakburanapongsa. (2023). *Tracing the Trend of 'Chinese Series' in Thailand Towards Unprecedented Success*. Retrieved 3 March 2025, https://www.creative Thailand.org/view/article-read?article_id=34076. (In Thai).
- Suebkrapan, A. (2009). *Information needs and information-seeking behavior of engineers at Advanced Info Service Public Company Limited, Northern Regional Operations Office* (Master's thesis, Chiang Mai University). Chiang Mai: Graduate School, Master of Arts in Information Studies. (In Thai)