

## บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษา **คั่นคว่ำอิสระ** ลักษณะประชากรของผู้ชมและคุณสมบัติของเกมแคสเตอร์ที่ประสบ

ความสำเร็จและรูปแบบรายการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกม  
ของคนไทยบน YouTube

ชื่อผู้เขียน นางสาวจิณณพัทธ์ ตรีเจริญวิวัฒน์

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ)

ปีการศึกษา 2564

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร คุณลักษณะของเกมแคสเตอร์ รูปแบบรายการเกี่ยวกับเกมส์ที่ผู้ชมสนใจและการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของเกมแคสเตอร์กับการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป เปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบรายการเกี่ยวกับเกมส์ที่ผู้ชมสนใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามแบบให้กลุ่มตัวอย่างคือคนไทยที่รับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) เพื่อให้ได้แบบสอบถาม 200 คน โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน ปีพ.ศ. 2564 ผลการวิจัยที่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ 1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป โดยผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรด้าน อายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูปที่แตกต่างกัน 2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของเกมแคสเตอร์กับการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป โดยผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของเกมแคสเตอร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ 3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบรายการเกี่ยวกับเกมส์ที่ผู้ชมสนใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมช่องเกมของคนไทยบนยูทูป ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผลของงานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์กับการทำเนื้อหาช่องเกมบนยูทูปให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสามารถทำการโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** เกมแคสเตอร์ ยูทูป การตัดสินใจเลือกรับชม

## ABSTRACT

<b>Title of Independent Study</b>	Demographic Characteristics of Audiences, Quality of Successful Gamecasters, and Program Patterns Affecting Thai People's Decision-making to Watch Game Channels on YouTube
<b>Author</b>	Miss Jinnapat Treejareonwiwat
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication and Innovation)
<b>Year</b>	2021

---

The objectives of this research were to study the demographic characteristics and quality of gamecasters, game program patterns that the audiences were interested, and the decision-making to watch the game channels on YouTube of the Thai people. Furthermore, to compare the differences of the demographic characteristics affecting the decision-making to watch the game channels on YouTube of the Thai people, to examine the relationship between the demographic characteristics of the gamecasters and the decision-making to watch the game channels on YouTube, and to compare the differences of the game program patterns affecting the decision-making to watch game channels on YouTube of the Thai people.

The instrument of this quantitative research was an online questionnaire, which was completed by 200 Thai people who watched the game channels on YouTube (self-administered questionnaire). The data were collected between October and November 2021. The research results were consistent with the hypothesis. Regarding the comparison of the demographic characteristics affecting the decision-making to watch the game channels on YouTube of the Thai people, it was found that different ages, occupations, and incomes affected the decision-making to watch the game channels on YouTube. Moreover, as for the relationship between the demographic characteristics of the gamecasters and the decision-making to watch the game channels on YouTube, the results indicated that the qualities of the gamecasters were related to

the decision-making to watch the game channels on YouTube, which had a high level. Furthermore, regarding the differences of the game program patterns affecting the decision-making to watch the game channels on YouTube of the Thai people, it was found that there was no significant difference. The research results could be applied to the content development of the game channels on YouTube to respond to the target group and would be useful for efficient advertisement planning.

**Keywords :** Gamecasters, YouTube, Decision-making to Watch

