บทที่ 1
บทนำ

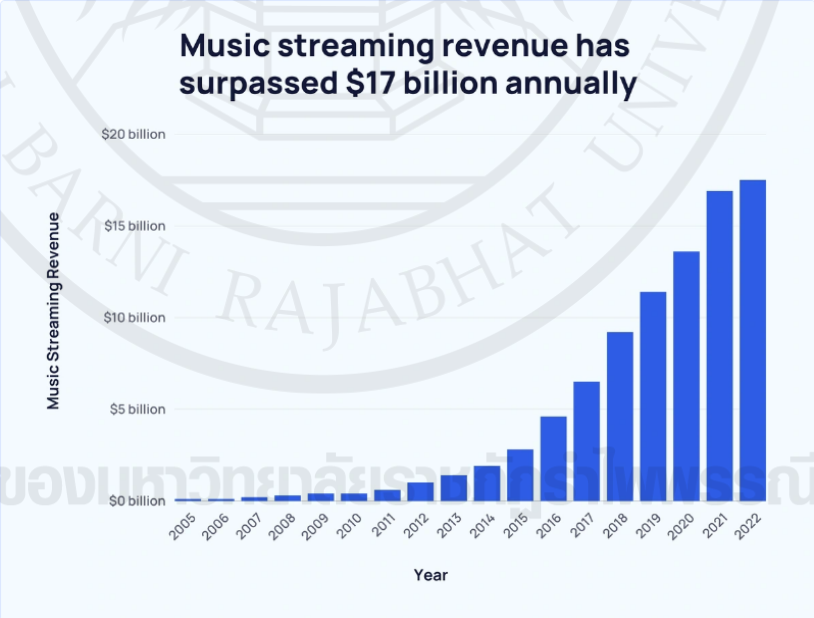
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตสมัยใหม่ทำให้ความบันเทิงของผู้คนก็เปลี่ยนแปลงไป ผลิตภัณฑ์ความบันเทิงอยู่ในรูปของอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันได้เข้าสู่แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอย่างแพร่หลาย และแอปพลิเคชันเพลงต่าง ๆ ได้กลายเป็นแอปพลิเคชันยอดนิยม ช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่ง ผู้ใช้สามารถเพลิดเพลินกับเพลงผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ที่สามารถรับอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่เพียงแต่สนับสนุนให้ผู้ใช้ชื่นชมและแบ่งปันเพลงประเภทต่าง ๆ เท่านั้น แต่ยังสามารถให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อีกด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งแอปพลิเคชันเป็นซอฟต์แวร์ที่มีคุณลักษณะการโต้ตอบกันทางสังคมได้ มีฟังก์ชันความบันเทิงที่หลากหลายขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชันมีมากมาย สามารถเลือกใช้ได้ตามแต่ความสะดวกของแต่ละบุคคล ซึ่งแต่ละแอปพลิเคชันนั้นต้องหาจุดขายและ การเพิ่มความภักดีของผู้ใช้ในการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดปัจจุบัน และการทำให้ผู้ใช้ยังคงรักษาแอปพลิเคชันของตนไว้และใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ดนตรีเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนทุกหมู่เหล่า ทุกชนชั้น ดังคำพูดที่ว่า “ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก” ตอนหนึ่งใน เวนิสวาณิช พระราชนิพนธ์แปลในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวจากต้นฉบับของวิลเลียม เชกสเปียร์ เหมือนจะอมตะนิรันดร์กาล บอกความจริงเรื่องดนตรีข้อนี้มากว่าร้อยปี (พีรศิษย์ บัวทั่ง. 2559: 35) แอปพลิเคชันเพลงจึงมีบทบาทสำคัญในยุคดิจิทัลสมัยใหม่ ข้อได้เปรียบที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้เป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้ชื่นชอบสำหรับการฟังเพลง หนึ่งในข้อได้เปรียบที่เด่นชัดที่สุดของแอปพลิเคชันเพลงคือคลังเพลงขนาดใหญ่และหลากหลาย ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเพลงจากแนวเพลง ศิลปิน และยุคสมัยต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย ตั้งแต่เพลงฮิตใหม่ไปจนถึงเพลงคลาสสิกเก่า ๆ ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้ที่แตกต่างกัน ทำให้แอปพลิเคชันเพลงกลายเป็นคลังแห่งการสำรวจเพลงที่ไม่มีที่สิ้นสุด นอกจากนี้การแนะนำเพลงให้กับบุคคลอื่นแบบส่วนตัวเป็นฟีเจอร์ที่ทรงพลังของแอปพลิเคชันเพลง โดยใช้ฟีเจอร์ขั้นสูงในการวิเคราะห์ประวัติการฟังเพลงและความชอบของผู้ใช้ แอปพลิเคชันเพลงสามารถให้คำแนะนำเพลงที่เป็นส่วนตัวได้ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ใช้ค้นพบเพลงใหม่ ๆ เท่านั้น แต่ยังทำให้มั่นใจได้ว่าพวกเขาจะยังคงเพลิดเพลินกับเพลงที่ตรงกับรสนิยมส่วนตัว ซึ่งช่วยยกระดับประสบการณ์การฟังเพลงโดยรวม ฟังก์ชันการฟังเพลงแบบออฟไลน์ก็เป็นคุณสมบัติที่มีประโยชน์ของแอปพลิเคชันเพลง ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดเพลงที่ชื่นชอบไว้ในเครื่องเพื่อเล่นแบบออฟไลน์เมื่อไม่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สิ่งนี้สะดวกมากสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการเพลิดเพลินกับเพลงในขณะเดินทางหรือในสถานที่ที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) และยังช่วยประหยัดการใช้งานข้อมูลอีกด้วย การรองรับหลายแพลตฟอร์มเป็นอีกหนึ่งข้อได้เปรียบสำคัญของแอปพลิเคชันเพลง ผู้ใช้สามารถใช้แอปพลิเคชันเพลงเดียวกันบนอุปกรณ์หลายเครื่อง เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ และลำโพงอัจฉริยะ ทำให้เกิดการสลับและ

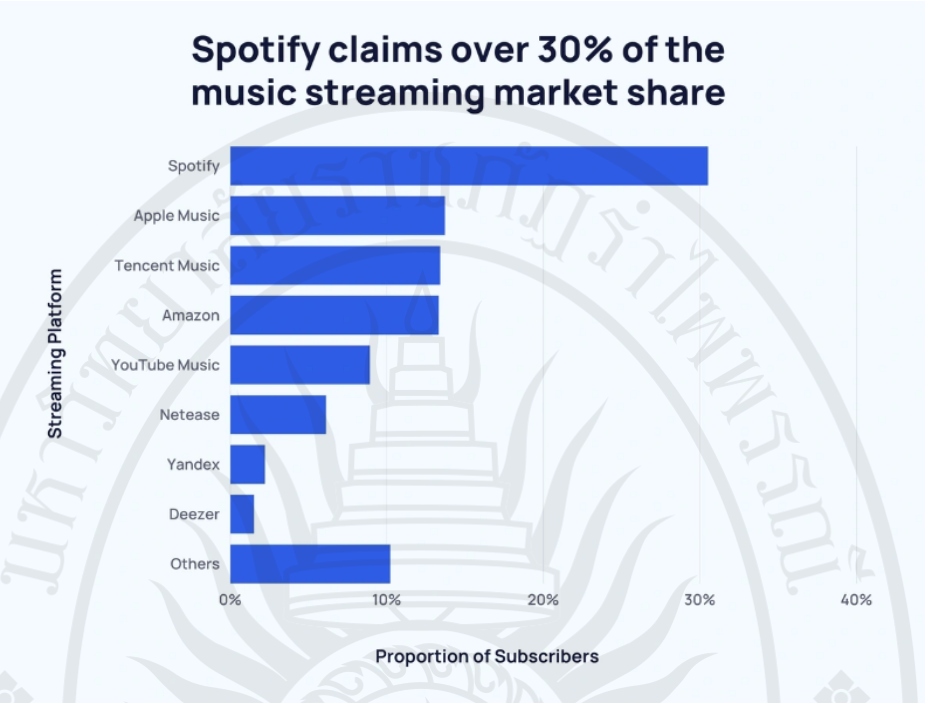
ประสบการณ์การฟังเพลงที่ราบรื่น ความยืดหยุ่นนี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเพลิดเพลินกับเพลงบนอุปกรณ์ต่าง ๆ ตามความต้องการ เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน นอกจากนี้ แอปพลิเคชันเพลงยังให้ข้อมูลเนื้อเพลงและอัลบั้มที่อุดมสมบูรณ์ ช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจและชื่นชมเพลงได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นลักษณะเด่นของแอปพลิเคชันเพลงบางตัว ผู้ใช้สามารถแบ่งปันประวัติการฟังเพลง สร้างเพลย์ลิสต์ และมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ บนแพลตฟอร์ม เพิ่มองค์ประกอบทางสังคมให้กับประสบการณ์การฟังเพลง นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังสามารถสร้างเพลย์ลิสต์ที่กำหนดเองตามอารมณ์และสถานการณ์ ทำให้เพลงกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิต โดยรวมแล้ว แอปพลิเคชันเพลงมอบประสบการณ์การฟังเพลงที่สะดวก เป็นส่วนตัว และหลากหลายให้กับผู้ใช้ ผ่านข้อได้เปรียบมากมาย เช่น คลังเพลงขนาดใหญ่ คำแนะนำส่วนบุคคล การฟังเพลงแบบออฟไลน์ การรองรับหลายแพลตฟอร์ม และอื่น ๆ จึงกลายเป็นวิธีการพักผ่อนหย่อนใจที่ขาดไม่ได้ในชีวิตสมัยใหม่

แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพลงได้รับความนิยมสูงสุดในแอปพลิเคชันเพลง ตามสถิติของ Forbes (2565) รายได้จากการสตริมมิ่งเพลงสูงถึงร้อยละ 84 ของอุตสาหกรรมเพลงมาจากการสตรีมมิ่งเพลงโดยตรง ตามรายงาน Global Music Report 2023 ของ IFPI การบริการสตรีมมิ่งเพลงเติบโตขึ้นร้อยละ 10.3 ในปี 2022 ก่อนหน้านี้อุตสาหกรรมเพลงทั่วโลกโดยรวมเติบโตขึ้นร้อยละ 9 ซึ่งเป็นการเติบโตติดต่อกันเป็นปีที่ 8 รายได้จากการสตรีมมิ่งเพลงเพิ่มขึ้นทุกปีนับตั้งแต่กลางทศวรรษ 20 ระหว่างปี 2010 ถึง 2020 รายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 34 เท่า จาก 400 ล้านดอลลาร์เป็น 13.6 พันล้านดอลลาร์ ในปี 2022 รายได้จากการสตรีมมิ่งเพลงอยู่ที่ประมาณ 17.5 พันล้านดอลลาร์ มีเพลงใหม่ประมาณ 120,000 เพลงถูกเพิ่มเข้าไปในบริการสตรีมมิ่งเพลงทุกวัน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 30.9 จากประมาณ 93,400 เพลงในปี 2022 และในบรรดาแอปพลิเคชันเพลงทั้งหมด Spotify ปัจจุบันเป็นผู้นำในตลาดสตรีมมิ่งเพลง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 30.5



ภาพที่ 1.1 รายได้จากการสตรีมมิ่งเพลง (สื่อ) ปี 2005-2022
ที่มา : (https://www.statista.com/markets/417/media/)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา



ภาพที่ 1.2 ส่วนแบ่งตลาดของแต่ละแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพลงในปี 2023 (IFPI)
ที่มา : (IFPI, "รายงานดนตรีโลกปี 2023")

ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดปัจจุบันที่ "ลูกค้าคือพระเจ้า" ประสบการณ์ของผู้ใช้ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของบริการด้านดนตรี ด้วยการพัฒนาอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพลง ทางเลือกของผู้ใช้ก็ยิ่งหลากหลายมากขึ้น และการแข่งขันก็ทวีความรุนแรงขึ้นทุกวัน ภายใต้บริบทนี้ การมอบประสบการณ์ผู้ใช้ที่ยอดเยี่ยมไม่เพียงแต่จะเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้เท่านั้น แต่ยังช่วยลดอัตราการสูญเสียลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ ประสบการณ์ผู้ใช้ครอบคลุมหลายด้าน ตั้งแต่การออกแบบอินเตอร์เฟซ การทำงานของฟีเจอร์ต่างๆ ไปจนถึงการแนะนำเนื้อหา ประสบการณ์ที่ดีสามารถทำให้ผู้ใช้รู้สึกสะดวกสบายและเพลิดเพลินในระหว่างการใช้งาน ซึ่งจะเพิ่มความผูกพันกับแพลตฟอร์ม ประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดีสามารถช่วยให้แพลตฟอร์มบริการด้านดนตรีโดดเด่นในการแข่งขันที่มีความคล้ายคลึงกัน เมื่อเผชิญกับผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันจำนวนมาก ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นของผู้ใช้นั้นต่ำมาก ผู้ใช้จำนวนมากมักจะเปลี่ยนไปใช้บริการที่มอบประสบการณ์ที่ดีกว่าได้ง่ายหากฟังก์ชันการทำงานคล้ายคลึงกัน ดังนั้น แพลตฟอร์มด้านดนตรีจำเป็นต้องยกระดับประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้ผ่านการออกแบบที่ละเอียดอ่อนและกลยุทธ์การแนะนำที่เป็นส่วนตัว เพื่อที่จะได้รับความภักดีจากผู้ใช้ในระยะยาว ในขณะเดียวกันการปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้ยังสามารถส่งเสริมการบอกต่อแบบปากต่อปากในเชิงบวก ดึงดูดผู้ใช้ใหม่ให้เข้าร่วมและสร้างวงจรที่ดี ในยุคที่มีข้อมูลมากเกินไปในปัจจุบัน การใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะในการรับ ระบุ จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลได้กลายเป็นแนวโน้มที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เทคโนโลยีการแนะนำด้วยฟีเจอร์มีต้นกำเนิดมาจากแนวคิดและระบบดั้งเดิมของ "ระบบแนะนำส่วนบุคคล ซึ่งเสนอโดย Robert Armstrong และคณะในสมาคมปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูงระหว่างประเทศ ระบบแนะนำเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทวิภาคระหว่างคนและสิ่งของ โดยใช้ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อช่วยผู้ใช้ค้นพบและขุดค้นเว็บ

เพจ ข้อมูล สินค้า บริการ ฯลฯ ที่เป็นประโยชน์หรือน่าสนใจสำหรับพวกเขา และส่งต่อไปยังผู้ใช้ในรูปแบบของคำแนะนำส่วนบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล

การแนะนำด้วยฟีเจอร์เริ่มต้นใช้งานหลักๆ ในการจัดหมวดหมู่ไดเร็กทอรีของเว็บไซต์ ด้วยการสนับสนุนของเทคโนโลยีการค้นคืนสารสนเทศ เครื่องมือค้นหาได้กลายเป็นหนึ่งในพาหนะของการแนะนำด้วยฟีเจอร์ และการแนะนำด้วยฟีเจอร์ค่อยๆ มีบทบาทสำคัญในการสกัดข้อมูลและการกรองข้อมูล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการแนะนำด้วยฟีเจอร์ประเภทต่างๆ เช่น การแนะนำตามเนื้อหา การกรองแบบร่วมมือ กฎความสัมพันธ์ ฯลฯ มีมากขึ้นเรื่อยๆ (Chen Genlang, 2012) นอกจากจะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แล้ว ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าของข้อมูลที่ผู้ใช้ได้รับมากขึ้น เทคโนโลยีการแนะนำด้วยฟีเจอร์ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น การแนะนำสินค้า การแนะนำเพลง การแนะนำวิดีโอ การแนะนำข่าวสาร ฯลฯ บริษัทที่เป็นตัวแทนรวมถึง Microsoft, Alibaba, Tencent, Recombee, Volcengine, Huayu Cloud, IdoSell และ Cloud Cube Data เป็นต้น อุตสาหกรรมที่เป็นตัวแทนครอบคลุมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิดีโอ ข่าวสาร การสื่อสาร ฯลฯ ตัวอย่างเช่น ในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่นำโดย Pinduoduo, Taobao, JD และ Amazon ในด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่นำโดย Douyin, Kuaishou, Weibo, WeChat และ Facebook ในด้านวิดีโอที่นำโดย Douyin (TikTok), Bilibili, iQIYI, Tencent Video และ YouTube ในด้านข่าวสารที่นำโดย Toutiao, Zhihu และ Qutoutiao แพลตฟอร์มจำนวนมากที่ใช้เทคโนโลยีการแนะนำด้วยฟีเจอร์แสดงคลังข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจำนวนมากให้กับผู้ใช้ (Rader et al., 2015) แก้ปัญหาการไม่สามารถเข้าถึงและใช้ข้อมูลได้อย่างแม่นยำเนื่องจากข้อมูลกระจัดกระจายและซับซ้อน และยังแสดงให้เห็นว่าการแนะนำด้วยฟีเจอร์กำลังกลายเป็นเทคโนโลยีหลักในด้านการกระจายเนื้อหาด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของสื่อ จากยุคสื่อดั้งเดิมสู่ยุคสื่อใหม่ และสู่ยุคสื่ออัจฉริยะ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งในรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูล จากการแนะนำแบบสื่อ สู่การแนะนำแบบความสัมพันธ์ (ห่วงโซ่การเผยแพร่ทางสังคม) และสู่การแนะนำแบบฟีเจอร์ (ฟีเจอร์อัจฉริยะ) การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลยังเปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนประสบการณ์และการรับรู้ของผู้รับข้อมูล (Yu Guoming, 2018) ในยุคดิจิทัลอัจฉริยะ แอปพลิเคชันซอฟต์แวร์และแพลตฟอร์มที่เป็นตัวแทนของสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูล (Wu X, 2021) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากกำลังพึ่งพาข้อมูลส่วนบุคคลในการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมที่สำคัญ เช่น การเมือง สุขภาพ ฯลฯ (Beam MA, 2014)

ในด้านดนตรี การแนะนำเพลงยังคงเป็นหัวข้อวิจัยที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับบริบทของผู้ใช้ที่เกิดการแนะนำเพลงสามารถเพิ่มความเข้าใจถึงผลกระทบของการแนะนำเพลงต่อชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คน อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาน้อยมากที่สำรวจกระบวนการที่กว้างขึ้นของการยอมรับคำแนะนำเพลงของผู้ใช้ และผลกระทบของการแนะนำเพลงที่ใช้เทคโนโลยีการแนะนำด้วยฟีเจอร์ต่อผู้ใช้ การศึกษาหนึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยต่างๆ เช่น การเป็นเพื่อน การฟังร่วมกัน ความไว้วางใจในความสามารถของผู้แนะนำ และการแนะนำส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับข้อมูลการแนะนำเพลงของผู้ใช้ (Lee J H, 2019)

ในอุตสาหกรรมสตรีมมิ่งเพลง การประยุกต์ใช้ฟีเจอร์แนะนำได้กลายเป็นวิธีการสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้และตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีการ

วิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ ฟีเจอร์แนะนำสามารถสร้างคำแนะนำเพลงส่วนบุคคลโดยอิงจากข้อมูลหลายมิติ เช่น พฤติกรรมในอดีตของผู้ใช้ ความชอบ และเครือข่ายสังคม คำแนะนำส่วนบุคคลเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ใช้ค้นพบเพลงใหม่ๆ แต่ยังทำให้ประสบการณ์การฟังเพลงของพวกเขาสมบูรณ์และสนุกสนานมากขึ้น การใช้ฟีเจอร์แนะนำอย่างแพร่หลายนำมาซึ่งประโยชน์หลายประการ ประการแรก มันสามารถเพิ่มการพึ่งพาแพลตฟอร์มของผู้ใช้ ด้วยคำแนะนำที่แม่นยำ ผู้ใช้สามารถค้นหาเพลงที่ตรงกับรสนิยมของตนได้อย่างง่ายดายในทุกครั้งที่ใช้งาน ซึ่งจะเพิ่มอัตราการรักษาผู้ใช้ ประการที่สอง ฟีเจอร์แนะนำยังสามารถเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้ การยอมรับของผู้ใช้ต่อเนื้อหาที่แนะนำส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์โดยรวมของพวกเขาบนแพลตฟอร์ม คำแนะนำส่วนบุคคลไม่เพียงแต่ทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าได้รับความเข้าใจและให้ความสำคัญ แต่ยังส่งเสริมการเชื่อมต่อทางอารมณ์ระหว่างผู้ใช้กับแพลตฟอร์มอีกด้วย

นอกจากนี้ การปรับปรุงและพัฒนาฟีเจอร์แนะนำอย่างต่อเนื่องยังช่วยให้แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพลงรักษาความมีชีวิตชีวาในการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบรับและพฤติกรรมของผู้ใช้แบบเรียลไทม์ แพลตฟอร์มสามารถปรับแต่งฟีเจอร์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้คำแนะนำที่แม่นยำยิ่งขึ้น ทำให้มั่นใจได้ว่าผู้ใช้จะได้รับเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของพวกเขาเสมอ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องนี้ไม่เพียงแต่ยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้ แต่ยังวางรากฐานสำหรับการพัฒนาแพลตฟอร์มในระยะยาวอีกด้วย

1.2 ปัญหาการวิจัย

1) ศึกษาสภาพทั่วไปของการใช้ฟีเจอร์แนะนำแอปพลิเคชันเพลงในกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นอย่างไร

2) ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ผู้ใช้บริการฟีเจอร์แนะนำแอปพลิเคชันเพลงเป็นอย่างไร

3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฟีเจอร์แนะนำแอปพลิเคชันเพลงเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการใช้ฟีเจอร์แนะนำแอปพลิเคชันเพลงในกลุ่มผู้ใช้บริการ

2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ผู้ใช้บริการฟีเจอร์แนะนำแอปพลิเคชันเพลง

3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฟีเจอร์แนะนำแอปพลิเคชันเพลง

1.4 ประโยชน์ของการวิจัย

หากการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จะเป็นประโยชน์ในหลายมิติดังต่อไปนี้

1) แอปพลิเคชันเพลงต่าง ๆ ที่ให้บริการออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงฟีเจอร์ของตนเองให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น

2) กลุ่มธุรกิจการสื่อสารสามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการสื่อสารได้

3) นักวิชาการ นักศึกษา บุคคลทั่วไปสามารถนำผลการวิจัยเพื่อต่อยอดความรู้และสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ ๆ ต่อไป

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเวลา

ช่วงเดือนมิถุนายน 2567 ถึงเดือนกันยายน 2567 ยืนยันหัวข้อการวิจัย จัดทำเค้าโครงวิจัย เดือนตุลาคม 2567 จัดทำแบบสอบถาม จัดระเบียบเอกสาร และจัดทำข้อเสนอแนะ พฤศจิกายน 2567 ถึงมกราคม 2568 แจกแบบสอบถาม รวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเดือนเมษายน 2568 เขียนรายงานการวิจัย 5 บท

2) ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้จะดำเนินการในพื้นที่ประเทศไทยเป็นหลัก

3) ขอบเขตด้านประชากร

(3.1) ประเภทของแอปพลิเคชันเพลง

การวิจัยมุ่งเน้นไปที่แอปพลิเคชันเพลงทั่วไปประเภท ได้แก่ Spotify, JOOX และ YouTube Music แอปพลิเคชันทั้งสามนี้มีฐานผู้ใช้ที่กว้างขวางและเป็นตัวแทน และเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มสตรีมเพลงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก

(3.2) กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับผู้ฟังเพลงทุกวัย เพศ อาชีพ และภูมิหลังทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายและเป็นตัวแทนของการวิจัยในครั้งนี้ได้ โดยผู้วิจัยเน้นกลุ่มผู้ใช้วัยหนุ่มสาวและวัยกลางคนที่มีอายุ 18-45 ปี เนื่องจากผู้ใช้เหล่านี้เป็นผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลงหลัก จำนวน 400 คน

4) ขอบเขตด้านเนื้อหา

ความพึงพอใจของผู้ใช้ การโต้ตอบของฟีเจอร์ การรับรู้ฟีเจอร์ ทัศนคติในการยอมรับบรรทัดฐานส่วนบุคคล การควบคุมพฤติกรรมการรับรู้ ความสามารถที่รับรู้ ประสบการณ์ที่รับรู้ ประสบการณ์การใช้ ฟีเจอร์แนะนำเพลง ความแตกต่างทางกายภาพ (อายุ เพศ อาชีพ)

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

แอปพลิเคชันเพลง (Music Application) หมายถึง แอปพลิเคชันเพลงคือโปรแกรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและรับฟังเพลงประเภทต่างๆ ได้อย่างง่ายดายโดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ ตัวอย่างเช่น Spotify, JOOX, YouTube Music

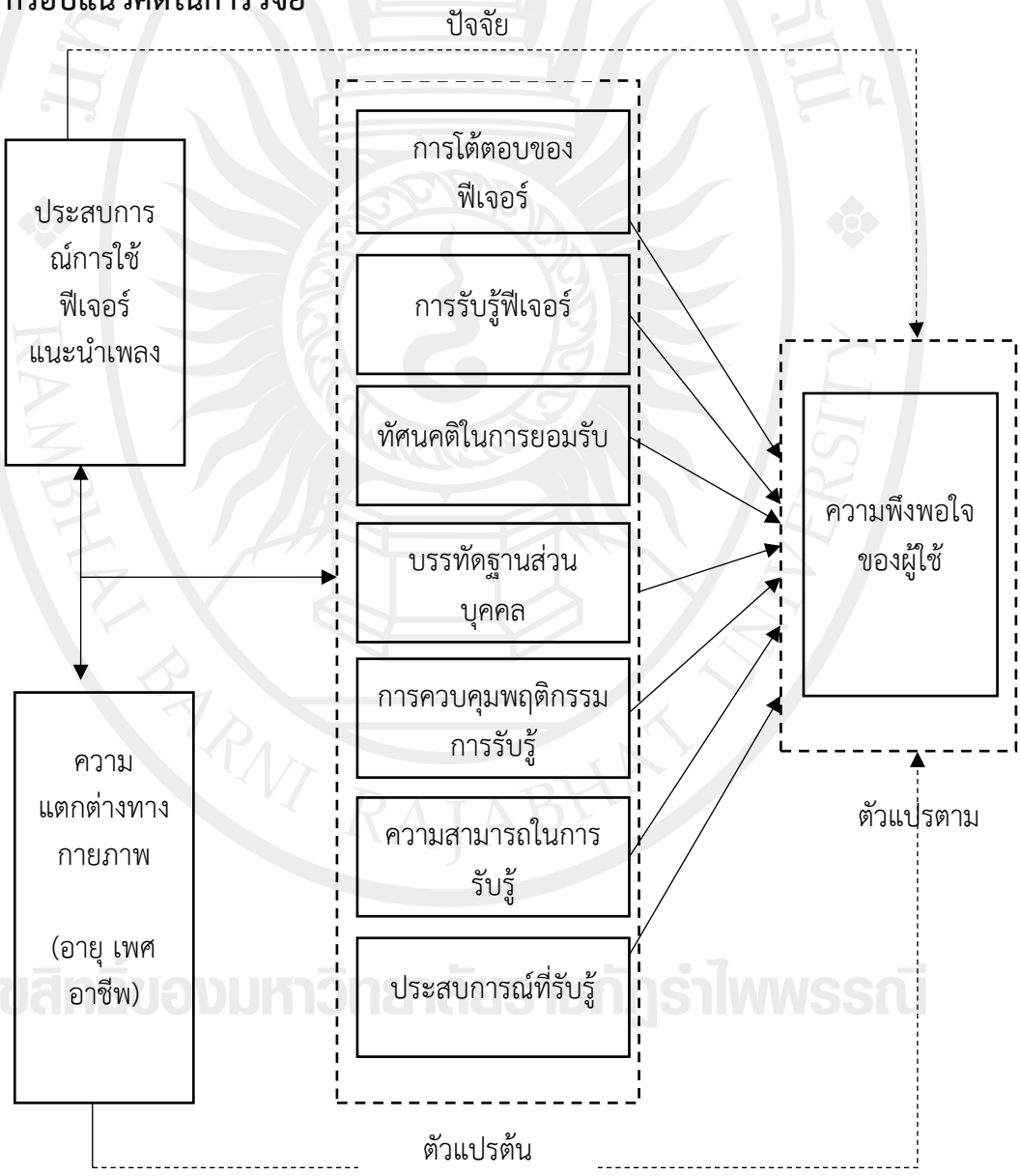
ผู้ฟังเพลง (Individual Music listener) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ที่ใช้แอปพลิเคชันเพลงในการเล่น จัดการ และค้นพบเนื้อหาเพลง พวกเขาใช้แอปเหล่านี้เพื่อเพลิดเพลินกับเพลง รับคำแนะนำ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้อื่นๆ

ฟีเจอร์แนะนำ (Recommendation Feature) หมายถึง ในบทความนี้ ฟีเจอร์แนะนำหมายถึงระบบที่วิเคราะห์ประวัติการท่องเว็บและพฤติกรรมของผู้ใช้เพื่อสร้างโปรไฟล์พฤติกรรม จากนั้นจึงนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความชอบของผู้ใช้ นั่นคือ การส่งข้อมูลแบบเฉพาะบุคคลให้กับผู้ใช้โดยอิงจากฟีเจอร์

อัตราการใช้งาน (Utilization) หมายถึง ระดับการใช้งานของผู้ใช้ในฟีเจอร์หลัก 4 ประการของแอปพลิเคชันเพลง ได้แก่ ฟีเจอร์การเล่นและจัดการเพลง ฟีเจอร์การค้นพบและแนะนำเพลง ฟีเจอร์การปรับแต่งส่วนบุคคลและการแบ่งปัน และฟีเจอร์การสมัครสมาชิกแบบเสียเงินและฟีเจอร์ขั้นสูง รวมถึงระดับการใช้งานฟีเจอร์แนะนำภายในฟีเจอร์เหล่านี้

ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) หมายถึง ความรู้สึกโดยรวมของผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลงเมื่อใช้ฟีเจอร์ฟีเจอร์แนะนำ ซึ่งรวมถึงความแม่นยำและการปรับแต่งเฉพาะบุคคลของเนื้อหาที่แนะนำ ความง่ายในการใช้งาน ความพึงพอใจและความสนุกสนานที่ได้รับจากคำแนะนำ ประสิทธิภาพของระบบ และความโปร่งใสของการตอบสนอง

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ