

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	IV
กิตติกรรมประกาศ	VII
สารบัญ	VIII
สารบัญตาราง	X
สารบัญภาพ	XIII
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
ปัญหาในการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	8
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	12
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเพลง	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับยุคดิจิทัล	35
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับยุคดิจิทัลกับอุตสาหกรรมบันเทิงไทย	36
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่นในยุคดิจิทัล	42
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
3 ระเบียบวิธีวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย.....	55
วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	58
ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกฟังเพลงไทยสากลในยุคดิจิทัล ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพฯ	
ตอนที่ 2.1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฟังเพลง	60
ตอนที่ 2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรู้จักเพลง การฟังเพลง การฟังเพลงซ้ำ และการแบ่งปันเพลง	68
ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกฟังเพลงไทยสากล.....	75
ตอนที่ 4 สมมติฐานการวิจัย.....	85
5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	91
อภิปรายผล.....	97
ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย.....	100
บรรณานุกรม.....	101
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	105
ประวัติผู้วิจัย.....	116

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	58
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	58
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	59
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้.....	60
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการฟังเพลงไทยสากล.....	60
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการฟังเพลงไทยสากล	61
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการฟังเพลงไทยสากล	62
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการฟังเพลงไทยสากล	62
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ฟังเพลงไทยสากล	62
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการฟังเพลงไทยสากล	63
4.12	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอันดับอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการฟังเพลงไทยสากลทั้งหมด 3 อันดับ	64
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโปรแกรมที่ใช้ในการฟังเพลงสากล	64
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอันดับเพลงไทยสากลทั้งหมด 3 อันดับ	65
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการฟังเพลงไทยสากล	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเพลงที่นิยม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	66
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการฟังเพลงไทยสากล.....	67
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการฟังเพลงไทยสากลสูงสุดต่อเดือน	67
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการรู้จักเพลงใหม่ในแต่ละเดือน.....	68
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้จักเพลง.....	68
4.21	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการแบ่งปันเพลง (แชร์).....	74
4.22	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ (Product).....	75
4.23	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านราคา (Price).....	77
4.24	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place).....	78
4.25	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	79
4.26	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านการบุคลากร (People).....	80
4.27	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence).....	82
4.28	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านกระบวนการผลิต (Process).....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.29	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ (Productivity and quality of Service).....	84
4.30	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลให้การเลือกฟังเพลงไทยสากลแตกต่างกันด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova.....	85
4.31	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากลที่ต่างกันมีผลให้การเลือกฟังเพลงไทยแตกต่างกันด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova.....	86
4.32	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลที่แตกต่างกันมีผลให้การเลือกฟังเพลงไทยแตกต่างกัน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova.....	87
4.33	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการเลือกฟังเพลง ด้วยวิธี Crosstab.....	89
4.34	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากล มีความสัมพันธ์กับการเลือกฟังเพลง ด้วยวิธี Crosstab.....	89
4.35	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลมีความสัมพันธ์กับการเลือกฟังเพลง ด้วยวิธี Crosstab.....	90
5.1	ตารางที่ 5.1 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	96

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 กรอบแนวความคิด.....	5
2.1 รูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ.....	13
2.2 ขั้นตอนในการตัดสินใจ.....	22