

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เพลงคือถ้อยคำที่นักประพันธ์เรียงร้อยหรือเรียบเรียงขึ้น ซึ่งประกอบด้วย เนื้อร้อง ทำนอง จังหวะ ทำให้เกิดความໄพเราะสร้างความเพลิดเพลินให้แก่ผู้ฟัง มีคุณค่าด้านวรรณศิลป์ทั้งด้านการเลือกสรรคำที่ใช้ในการแต่ง การเรียบเรียงประโยค และการใช้ไหรา เพลงนั้นอาจให้ข้อคิดแก่ผู้ฟัง ในการดำเนินชีวิตด้วยสำเนียงขับร้อง ทำนองดนตรี กระบวนการวิธีจำรำบำ โดยเพลงสร้างสรรค์จากเครื่องดนตรีหรือการขับร้อง โดยรูปแบบของเพลงตามเครื่องดนตรีและเนื้อหา มีหลายรูปแบบ ได้แก่ เพลงไทยเดิม เพลงไทยสากล เพลงไทยลูกกรุง เพลงไทยลูกทุ่ง หมอลำ บังเรยกหมอลำซึ่ง เพลงเพื่อชีวิต เพลงสากล

เพลงไทยสากล เป็นเพลงที่ขับร้องในภาษาไทย โดยเริ่มจากนำทำนองไทยเดิมใส่เนื้อร้อง บรรเลงและขับร้อง โดยใช้มาตรฐานของโน๊ตเพลงแบบสากล จนเป็นเพลงไทยแนวใหม่ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 มีละครเวที ละครวิทยุ และภาพยนตร์ไทย มีบทบาทสำคัญทำให้เพลงไทยสากลได้รับ ความนิยม จนในปัจจุบันแตกสาขาไปอีกหลากหลายแนวเพลง

เพลงไทยสากลเริ่มเข้ามามีบทบาทในภาพยนตร์ เป็นการปฏิวัติวงการภาพยนตร์ จาก หนังเงียบ ในช่วงปี พ.ศ. 2482 เริ่มมีการแต่งเพลงประกอบละครเวที โดยผู้ประพันธ์คือ หลวงวิจิตร วาทการ หลังจากนั้นตัวละครที่ต้องแต่งเพลง ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นตามทฤษฎีดนตรีสากล โดยมีการ แบ่งท่อนเพลง ตั้งแต่เริ่มต้นเพลง ไปจนจบเพลง ลักษณะรูปแบบเพลงจึงต่างไปตามลักษณะของ โน๊ต และท่อนต่าง ๆ ของเพลงในแบบสากล จากจุดเริ่มต้นที่เล่นเพลงสากลแบบที่เรียกว่าແກะແຜ่น การเล่นของเครื่องดนตรีทุก ๆ ชิ้นต้องเล่นตรงเมื่อไอนั้น การเล่นดนตรีหรือการร้อง ยิ่งทำเมื่อไอนั้น ต้นฉบับได้มากเท่าไหร่ ก็จะได้รับคำชื่นชมมากเท่านั้น ถือเป็นการเริ่มต้นยุคเท่านั้น แต่หลังจากนั้น จะเริ่มเข้าสู่ยุคพัฒนาเนื้อร้องที่เป็นภาษาไทย แต่บรรเลงในแบบดนตรีสากล (โชคชัย เจียมเจริญ, 2557)

ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีและการรับรู้ข่าวสารที่ก้าวหน้า รวมเร็ว ว่องไว และการสื่อสารที่ สามารถเชื่อมต่อกันได้ทุกที่ ทุกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นภูมิภาคใดของโลก ทำให้คนรุ่นใหม่มีทางเลือก ของการรับรู้ และพึงแนวเพลงที่ตนเองชื่นชอบได้มากmany โดยเฉพาะแนวเพลงสากล รวมถึงแนว

เพลงของประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ที่เข้ามามีอิทธิพลและมีบทบาทในการดันตีรีมาภัยอย่างเช่น แนวเพลงของเกาหลี ที่เรียกว่า เค ปีอป ซึ่งนอกจากจะเป็นรูปแบบของทำงาน เนื้อร้อง และแนวเพลงแล้ว ยังมีจุดขาย คือ ตัวนักร้องไม่ว่าจะเป็นนักร้องเดี่ยวหรือประเภทวง ซึ่งมาพร้อมกับหน้าตา ทำ เต้น และความสามารถที่ดูโดดเด่น สามารถสร้างความชื่นใจและความชื่นชอบได้จากคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ส่วนอีกหนึ่งแนวเพลงที่ได้รับความนิยมไม่เปลี่ยนในทุกยุคทุกสมัยก็คือเพลงสากระ ซึ่งมีศิลปินที่มีฝีมือและความสามารถในการสร้างสรรค์บทเพลงมากมาย ออกแบบให้คือเพลงได้เลือกแนวเพลงที่ตนเองชื่นชอบฟังกัน และที่สำคัญช่องทางของการฟังเพลงถึงการถูกผ่านช่องทาง Youtube ซึ่งเป็นการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ให้คนชอบฟังเพลงเป็นอย่างมาก (Brian Morris, 2017) การพัฒนาเทคโนโลยีด้านงานดันตีรียังดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดนิ่ง นักวิทยาศาสตร์ได้สร้างเครื่องบันทึกเสียงต่อมากลายลักษณะ เทคโนโลยีเกี่ยวกับงานดันตีรีได้พัฒนาขึ้นตามความนิยมของนักฟังเพลง ซึ่งปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยในปัจจุบันพัฒนาการของการดันตีรีได้ปรับตามเทคโนโลยีระบบดิจิทัล คือ นอกจากการนำเสียงดันตีรีไปสู่ผู้ฟังผ่านทางวิทยุกระจายเสียงแล้วยังพัฒนาไปสู่การเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต จนเข้าสู่ระบบดาวเทียมที่ในปัจจุบันถือว่าเป็นสื่อเผยแพร่ที่มีความสำคัญในการนำเพลงไปเราะสู่กลุ่มผู้ฟังเพลงทั่วโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้ส่งผลให้งานดันตีรี การพัฒนา ทั้งในระบบคอมพิวเตอร์ การพัฒนาเครื่องดันตีรี เครื่องบันทึกเสียง เครื่องขยายเสียง และปรับปรุงรูปแบบของดันตีรีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อนำบทเพลงไปเราะสู่ผู้ฟังให้ได้รับความสุขอย่างเต็มที่

เมื่อเข้าสู่ยุคใหม่ในปัจจุบันที่เรียกว่ายุคดิจิทัลวัยรุ่นฟังเพลงไทยสากระ ผ่านช่องทางスマาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์มากขึ้น เป็นผลมาจากการเติบโตทั้งจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และスマาร์ทโฟน ขณะเดียวกันในปีที่แล้วประชากรไทยมีโทรศัพท์มือถือ คิดเป็น 96% ในจำนวนนี้เป็น Smartphone Penetration 69% (Brand Buffet, 2017)

ในยุคปัจจุบัน คงปฏิเสธไม่ได้ว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป วิถีชีวิตของคนในสังคมเร่งรีบมากขึ้น ก่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่ลดน้อยลง อินเทอร์เน็ตจึงได้เข้ามามีบทบาทตอบโจทย์ในสิ่งที่สังคมต้องการ ทำให้ชีวิตของคนทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความสนใจและความต้องการของผู้ใช้ทุกกลุ่ม ทุกคนสามารถค้นหาสิ่งที่ตนสนใจได้ทันที หรือแม้แต่การรับรู้ข่าวสารทั่วโลก

ก็สามารถอ่านได้ในอินเทอร์เน็ตด้วยเช่นกัน สาเหตุที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัท แทนทุกกลุ่มอุตสาหกรรม เห็นโอกาสของการขยายธุรกิจผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกและรวดเร็ว จึงได้พัฒนาระบบที่รองรับความต้องการของผู้บริโภค โดยช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน เช่นการติดต่อสื่อสาร การเข้ามาร่วมและสืบค้นข้อมูล การทำธุกรรมทางการเงิน การเล่นเกมส์ หรือแม้กระทั่ง การชมภาพยนตร์และฟัง ในปี 2559 คนไทยนิยมใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook Instagram Tweeter มากที่สุด โดยมีผู้ใช้งานสูงสุดถึง 21.7 ล้านคน รองลงมาเป็นใช้เพื่อความบันเทิงและข้อมูลและใช้เพื่อให้แสดงเห็นการเคลื่อนไหวทั้งภาพและเสียง เช่น การดูวิดีโอ คลิป ภาพยนตร์ เกมส์ การฟังเพลง เป็นต้น (Brand Buffet, 2017)

อุปกรณ์ที่ช่วยในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนั้นมีหลากหลาย เช่น โทรศัพท์มือถือทั้งแบบสมาร์ทโฟนและทั่วไป คอมพิวเตอร์แบบพกพา แท็บเล็ตพีซี หรือแม้กระทั่งทีวีในปี 2559 คนไทยนิยมเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนสูงสุด คือ มีจำนวนผู้ใช้งาน 20 ล้านคน และใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนมากกว่าอุปกรณ์อื่น ๆ โดยเฉลี่ย 4.2 ชั่วโมงต่อวัน นั่นเป็น เพราะนวัตกรรมของสมาร์ทโฟนที่นอกจากจะเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร แต่ยังมีความสามารถอื่น ๆ เช่น ถ่ายรูป แนที่ดาวเทียม ที่ตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการการเข้ามาร่วมกับโลกภายนอกอย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งอุปกรณ์ยังมีขนาดที่พกพาสะดวก ใช้งานง่าย น้ำหนักเบา จึงทำให้แนวโน้มการใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในช่วงไม่กี่ปีผ่านมา (สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทยตลอดปี, 2559)

เมื่อพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่มอายุต่าง ๆ พบว่า ในปี 2558 ประชากรในกลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด คือ ร้อยละ 76.8 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 60.1 ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มจากปีที่แล้วที่มีอยู่ร้อยละ 48.5 และรองลงมาคือกลุ่มอายุ 6-14 ปี ที่มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 58.0 กลุ่มอายุ 35-49 ปี ร้อยละ 31.8 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.6 นั่นซึ่งให้เห็นว่า การให้ว่าอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมกับคนทุก ๆ วัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่น วัยกำลังศึกษาเล่าเรียน และวัยทำงานตอนต้น

เนื่องจากเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาททำให้พฤติกรรมการบริโภคความบันเทิงเปลี่ยนแปลงไป ยกตัวอย่างในอุตสาหกรรมดนตรี ที่แต่เดิมผู้บริโภคฟังเพลงผ่านสื่อพิสิคอล เช่น แผ่นชีดี ดีวีดี มาเป็นการฟังในรูปแบบดิจิทัลผ่านสื่อออนไลน์ การฟังเพลงผ่านสื่อดิจิทัลในรูปแบบออนไลน์สูงเป็นอันดับ 1 โดยมีมูลค่าสูงถึง 1,080 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 ของมูลค่าตลาดเพลงทั้งหมด (4,280 ล้านบาท) สาเหตุที่ได้รับความนิยม คือ ผู้บริโภค

สามารถเลือกรับฟังได้ทุกที่ทุกเวลา เลือกเพลงได้ตามความต้องการ อีกทั้งยังมีวิธีเข้าถึง หลากหลายรูปแบบ เช่น การดาวน์โหลดผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือการซื้อ่านในบ้ายแอพพลิเคชัน มิวสิก สตอร์มิ่งทำให้ผู้บริโภค มีทางเลือกในการรับฟังเพลงมากยิ่งขึ้น (ส่วนแบ่งตลาดเพลง, 2559)

จากที่กล่าวมา อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนได้เข้ามามีบทบาทในการทำให้พฤติกรรมของ ผู้บริโภคในการใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไป หรือที่เรียกว่าเข้าสู่ยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงนี้มี ทั้งผลดีและผลเสียต่อธุรกิจในแบบทุกอุตสาหกรรม ผลดีคือผู้ประกอบการมีโอกาสเพิ่มยอดขาย ผ่านช่องทางการขายและการติดต่อลูกค้าใหม่ ๆ และผลเสียจะเกิดขึ้นกับธุรกิจที่ไม่มีการปรับตัวให้ ทันต่อกระแสดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงนี้สามารถเห็นได้ชัดในอุตสาหกรรมเพลง ที่ผ่านทั้งช่วงวิกฤต และมีการปรับตัวตามเทคโนโลยีเรื่อยมาจนประสบความสำเร็จ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมและ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกฟังเพลงไทยสากลในยุคดิจิทัลของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพ ซึ่งมีการ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จากศาสร์เช็คเกป กลายมาเป็น ซีดี บู๊ป จนในที่สุดกล้ายมาเป็นการฟัง เพลงในรูปแบบในปัจจุบัน และเป็นการศึกษาโดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่นอันเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกฟังเพลงไทยสากล ในยุคดิจิทัลของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพโดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่น เพราะเห็นถึงช่องว่างของการวิจัยนี้ และ ผู้วิจัยคาดว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตเพลงไทยสากลเพื่อที่จะผลิตให้ตรง กับกลุ่มเป้าหมาย ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด

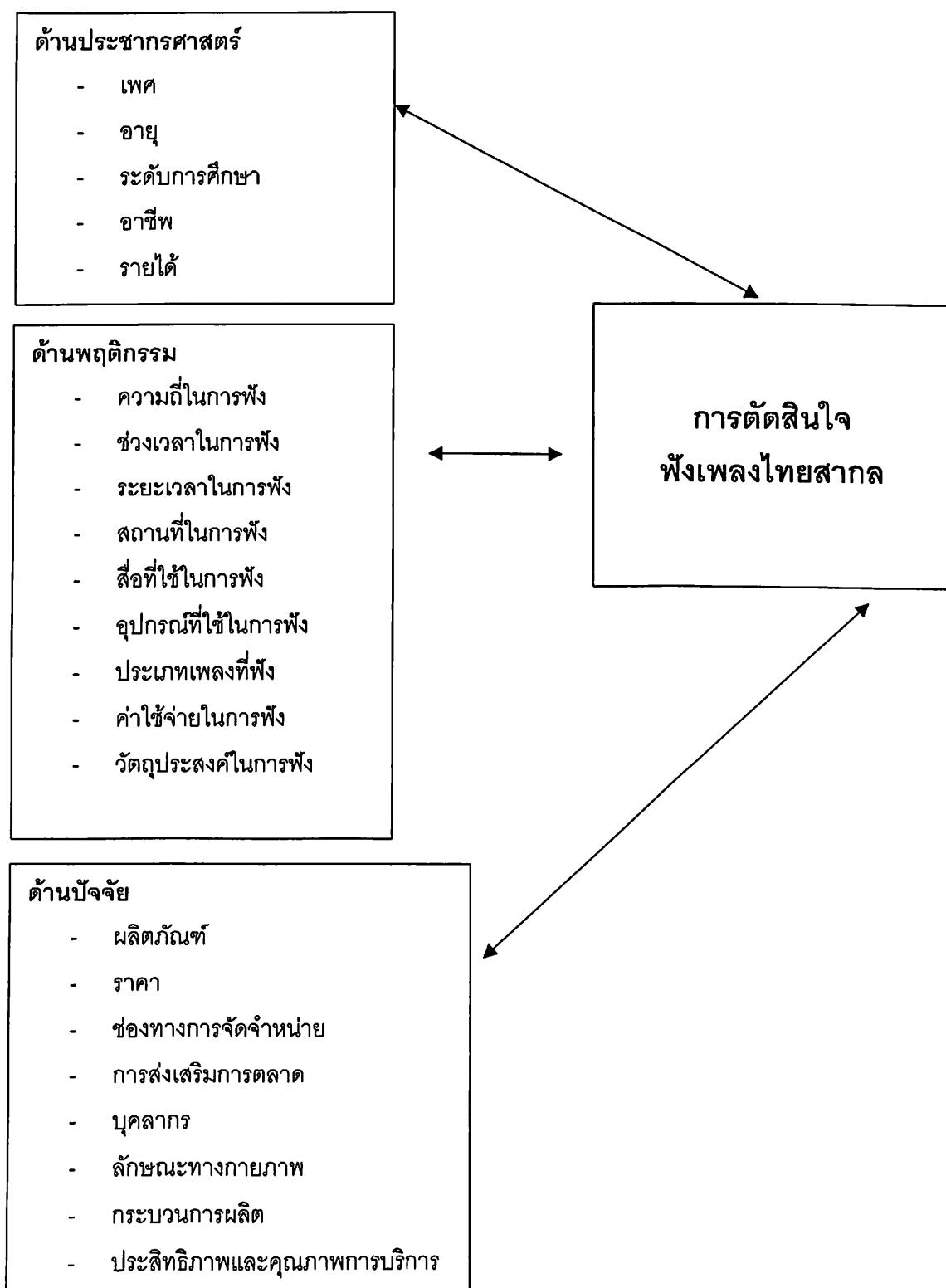
## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฟังเพลงไทยสากล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากลที่ส่งผลต่อการเลือกฟังเพลงไทยสากล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลต่อการเลือกฟังเพลงไทยสากล
4. เพื่อศึกษาการตัดสินใจการฟังเพลงไทยสากล

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลให้การเลือกพัฒนาไทยสากลแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากลที่ต่างกันมีผลให้การเลือกพัฒนาไทยสากลแตกต่างกัน
3. ปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลที่แตกต่างกันมีผลให้การเลือกพัฒนาไทยสากลแตกต่างกัน
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากล ปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจฟังเพลง

## ปัญหาในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกฟังเพลงไทยสากลหรือไม่
2. พฤติกรรมของวัยรุ่นแบบไหนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฟังเพลงไทย
3. ปัจจัยด้านส่วนรวมทางการตลาดใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฟังเพลงไทยสากลมากที่สุด

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านประชากร การวิจัยครั้นนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่รับฟังเพลงไทยสากลในกลุ่มของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี
2. ด้านเนื้อหา การวิจัยครั้นนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคที่รับฟังเพลงไทยสากลในกลุ่มของวัยรุ่นและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ด้านเวลา การวิจัยครั้นนี้ ใช้เวลาในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2561 – เดือนตุลาคม 2562

## ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกฟังเพลงไทยสากลในกลุ่มวัยรุ่น อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตเพลงไทยสากล ที่จะปรับปรุงและพัฒนาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้

2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย มาเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการทางด้านเพลงไทยสากลที่ต้องการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าต่อไปในอนาคต

3. เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฟังเพลงไทยสากลของกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มวัยรุ่น เพื่อประโยชน์ต่อผู้วางแผนกลยุทธ์ธุรกิจของตนเองได้อย่างครอบคลุมก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด

## นิยามศัพท์

**เพลงไทยสากล** หมายถึง เพลงที่ผลิตโดยใช้เนื้อร้องที่เป็นภาษาไทยไม่ว่าจะเป็นทำองอะไว้ก็ตาม

พุตติกรรม หมายถึง พุตติกรรมการเลือกฟังเพลงซึ่งประกอบไปด้วยพุตติกรรมด้านความถี่ในการฟัง ด้านช่วงเวลาในการฟัง ด้านระยะเวลาในการฟัง ด้านสถานที่ในการฟัง ด้านสื่อที่ใช้ในการฟัง ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการฟัง ด้านการมีส่วนร่วมในการฟัง ด้านประเภทเพลงที่ฟัง ด้านค่าใช้จ่ายในการฟัง และสุดท้ายคือด้านวัตถุประสงค์ในการฟัง

**ปัจจัย** หมายถึง สาเหตุในด้านต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจเลือกฟังเพลงไทยสากลโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 8p's เข้ามาใช้ โดยประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้าน การกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

**เจนเนอเรชั่นซี** หมายถึง เด็กชายหญิงที่มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ในการฟังเพลงไทยสากล